



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS
GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN BUCAY, PROVINCIA DEL GUAYAS**

TUTOR

MGTR HOLGER ESTEBAN ÁLAVA MARTÍNEZ

AUTORA

SOLANGE VERÓNICA YÉPEZ ENCALADA

GUAYAQUIL,

2024



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Diagnóstico Socioeconómico de los Pequeños Negocios Gastronómicos en el Cantón Bucay, Provincia del Guayas

AUTOR/ES:

Yépez Encalada Solange Verónica

REVISORES O TUTORES:

Mgr. Holger Álava Martínez.

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

GRADO OBTENIDO:

Economista

FACULTAD:

Ciencias Sociales y Derecho

CARRERA:

Economía

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2024

Nº DE PÁGS.:

92

ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del Comportamiento

PALABRAS CLAVE:

Socioeconómico; Herencia cultural; Técnicas culinarias; Cultura alimenticia

RESUMEN:

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la gran problemática socioeconómica en los pequeños restaurantes gastronómicos del cantón General Antonio Elizalde, provincia del Guayas para poder entender mejor su situación. Para ello, se desarrollaron los fundamentos teóricos sobre las características para el estudio socioeconómico; La metodología empleada es de enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo), el alcance de esta investigación es de tipo descriptivo haciendo uso de varios instrumentos, así como, observaciones, entrevistas y encuestas. En la aplicación de instrumentos fue dirigida hacia los propietarios de los restaurantes gastronómicos con el fin de evaluar su nivel de conocimiento con respecto a la herencia cultural, técnicas culinarias y cultura alimenticia; La encuesta fue dirigida a 30 propietarios de los establecimientos gastronómicos donde se concluyó que la situación

económica en un gran porcentaje los propietarios dependen de la afluencia de las personas.

N° DE REGISTRO (EN BASE DE DATOS):		N° DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB):				
ADJUNTO PDF:	SI	X	NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES: Yépez Encalada Solange Verónica	TELÉFONO: Cell: 0981369888		E-MAIL: Email: syepeze@ulvr.edu.ec	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decano: Ph.D Adriam Camacho Domínguez Teléfono: 2596500 Ext.: 240 E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec Mgr. Julissa Villanueva Barahona teléfono: (04) 2596500 Ext. 226 E-mail: jvillanuevab@ulvr.edu.ec			

CERTIFICADO DE SIMILITUD

TESIS YEPEZ ENCALADA

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

cpisp.org.br

Fuente de Internet

3%

2

1library.co

Fuente de Internet

3%

3

guayas.gob.ec

Fuente de Internet

2%

4

view.genially.com

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 1%

Excluir bibliografía

Activo

Firma:

Tutor:

C.I.:

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada **Yépez Encalada Solange Verónica**, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “**Diagnóstico Socioeconómico de los Pequeños Negocios Gastronómicos en el Cantón Bucay, Provincia del Guayas**”, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo/emos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora

Firma:



Autora: Yépez Encalada Solange Verónica

C.I.: 0940383078

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “**Diagnóstico Socioeconómico de los Pequeños Negocios Gastronómicos en el Cantón Bucay, Provincia del Guayas**”, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “**Diagnóstico Socioeconómico de los Pequeños Negocios Gastronómicos en el Cantón Bucay, Provincia del Guayas**”, presentado por la estudiante **Yépez Encalada Solange Verónica** como requisito previo, para optar al Título de **Economista**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Tutor: Mgtr. Holger Álava Martínez.

C.I.: 0912075272

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, y concederme el milagro de la vida, fue un gran aprendizaje todo este proceso universitario.

Gracias a mis amados padres Klever y Verónica, por haberme apoyado en todo este camino y con su esfuerzo haber logrado esto que a su vez es más de ellos que mío, por siempre estar presentes y no haber dudado de mí.

Agradecida con cada persona que estuvo en todo este camino y de alguna u otra manera me brindo su apoyo, a mis queridos docentes de la ULVR por haberme aportado una gran enseñanza, y a mi estimado tutor que me ha brindado su ayuda en el desarrollo de este trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este gran triunfo y trabajo con todo el cariño a mis padres, porque me siento muy orgullosa de ser su hija y son mi pilar fundamental en todo este camino de aprendizaje, gracias por todo el apoyo y ayudarme a cumplir una meta más en mi vida.

A mis hermanos, María Valentina la que sin duda quisiera que sea mejor de lo que yo puedo lograr a serlo y mi hermano Ibrahim que sin duda con su vida me regala mucha felicidad y siempre quiero lo mejor para él.

A mi compañera fiel, la que ha estado conmigo siendo un apoyo constante en toda mi vida, mi querida Franny la que sin duda siempre vivirá en mí, y no me ha hecho sentir sola.

A mis queridas amigas, que han compartido conmigo tantos gratos momentos, con mucho amor para ustedes.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la gran problemática socioeconómica en los pequeños restaurantes gastronómicos del cantón General Antonio Elizalde, provincia del Guayas para poder entender mejor su situación. Para ello, se desarrollaron los fundamentos teóricos sobre las características para el estudio socioeconómico; La metodología empleada es de enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo), el alcance de esta investigación es de tipo descriptivo haciendo uso de varios instrumentos, así como, observaciones, entrevistas y encuestas. En la aplicación de instrumentos fue dirigida hacia los propietarios de los restaurantes gastronómicos con el fin de evaluar su nivel de conocimiento con respecto a la herencia cultural, técnicas culinarias y cultura alimenticia; La encuesta fue dirigida a 30 propietarios de los establecimientos gastronómicos donde se concluyó que la situación económica en un gran porcentaje los propietarios dependen de la afluencia de las personas.

Palabras claves: socioeconómico, herencia cultural, técnicas culinarias, cultura alimenticia

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze the great socioeconomic problems in the small gastronomic restaurants of the General Antonio Elizalde canton, province of Guayas in order to better understand their situation. For this, the theoretical foundations on the characteristics for the socioeconomic study were developed; The methodology used is a mixed approach (quantitative-qualitative), the scope of this research is descriptive, using several instruments, as well as observations, interviews and surveys. The application of instruments was directed towards the owners of gastronomic restaurants in order to evaluate their level of knowledge regarding cultural heritage, culinary techniques and food culture; The survey was directed at 30 owners of gastronomic establishments where it was concluded that the economic situation in a large percentage of the owners depends on the influx of people.

Keywords: socioeconomic, cultural heritage, culinary techniques, food culture

ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA.....	ii
CERTIFICADO DE SIMILITUD.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
ENFOQUE DE LA PROPUESTA	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema.....	6
1.4 Objetivo General	6

1.5	Objetivo Específicos.....	6
1.6	Idea a Defender.....	7
1.7	Línea de investigación Institucional / Facultad	7
CAPÍTULO II.....		8
MARCO REFERENCIAL		8
1.8	Antecedentes de la Investigación.....	8
1.9	Fundamentación Teórica.....	16
1.9.1	Geografía	16
1.9.2	Historia	16
1.9.3	Fiestas.....	16
1.9.4	Turismo	17
1.9.5	Turismo Gastronómico	17
1.9.6	Establecimientos gastronómicos	18
1.9.7	Experiencia	19
1.9.8	Servicio	19
1.9.9	Prestadores de servicio.....	20
1.9.10	Promoción	20
1.9.11	Gastronomía	20
1.9.12	Atención al cliente	21
1.9.13	Satisfacción.....	21
1.9.14	Recomendación	22
1.9.15	Inocuidad.....	22
1.9.16	Calidad.....	22
1.10	Marco Legal.....	23

1.10.1	Constitución de la Republica del Ecuador 2008	23
1.10.2	Reglamento Turístico de alimentos y Bebidas	24
1.10.3	Ley del Ambiente	35
CAPÍTULO III.....		37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		37
1.11	Enfoque de la Investigación	37
1.12	Alcance de la investigación	38
1.12.1	Descriptiva	38
1.13	Técnicas e instrumentos para obtener los datos	39
1.14	Población y muestra.....	39
CAPÍTULO IV		41
PROPUESTA O INFORME		41
1.15	Presentación y análisis de resultados	41
	Pregunta 1. ¿Considera usted que su negocio cumple las características para un restaurante gastronómico?	41
	Pregunta 2. ¿Hace que tiempo usted comenzó con su actividad comercial?	42
	Pregunta 3.- ¿Qué tan importante considera usted conocer el origen de los platos típicos del cantón Bucay?.....	43
	Pregunta 4. ¿Cuánto usted conoce sobre el marketing digital?.....	44
	Pregunta 5. ¿Qué tan importante considera usted conocer las formas de transformación de alimentos y bebidas que se usan en el cantón Bucay?	45
	Pregunta 6. ¿De qué manera obtiene sus productos para la elaboración de sus alimentos en el restaurante gastronómico?	46
	Pregunta 7. ¿Qué tan importante considera usted a la gastronomía como factor clave para el desarrollo turístico del cantón Bucay?	47

Pregunta 8. ¿Qué tan importante considera usted generar recomendaciones de la prestación de servicios gastronómicos del cantón Bucay?	48
Pregunta 9. ¿Qué tan importante considera usted la inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas?	49
Pregunta 10. ¿El local donde opera su restaurante gastronómico es de su propiedad o esta rentado?	50
Pregunta 11. ¿El ingreso generado por su restaurante gastronómico constituye el único ingreso para su familia?	51
Pregunta 12. ¿Ha presenciado algún tipo de extorsión o amenaza en su negocio?	52
Pregunta 13. ¿Qué tan importante considera usted la calidad de productos que se ofrece en restaurantes gastronómicos?	53
Pregunta 14. ¿Usted participa activamente en actividades comunitarias o locales para mejorar el entorno social en el cantón?	54
Pregunta 15. Desde su punto de vista ¿Cuáles son los factores más importantes para generar satisfacción en el cliente en su restaurante gastronómico?	55
1.16 Resultados de la entrevista	56
Pregunta 1.- ¿Cuál es su percepción de la situación económica sobre su restaurante gastronómico en el cantón Bucay?	56
Pregunta 2.- ¿Cuánto tiempo tiene operando su restaurante "La estación" en el cantón Bucay?	56
Pregunta 3.- ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta como propietario en un restaurante gastronómico en el cantón Bucay?	56
Pregunta 4.- ¿Considera usted que los factores socioeconómicos han afectado su restaurante gastronómico?.....	57
Pregunta 5.- ¿Ha implementado medidas tecnológicas para adaptarse a las nuevas tendencias?	57

1.16.1 Valoración general de las encuestas	57
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cumplimiento con características	41
Tabla 2 Tiempo de actividad comercial	42
Tabla 3 Importancia	43
Tabla 4 Conocimiento.....	44
Tabla 5 Importancia	45
Tabla 6 Elaboración de alimentos	46
Tabla 7 Factor Clave	47
Tabla 8 Recomendaciones	48
Tabla 9 Inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas	49
Tabla 10 Propio o Rentado.....	50
Tabla 11 Ingresos.....	51
Tabla 12 Extorsión.....	52
Tabla 13 Calidad de prestación	53
Tabla 14 Participación Activa	54
Tabla 15 Factores más importantes	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cumplimiento con características.....	41
Figura 2 Tiempo de actividad comercial	42
Figura 3 Importancia.....	43
Figura 4 Conocimiento.....	44
Figura 5 Importancia.....	45
Figura 6 Elaboración de alimentos	46
Figura 7 Factor Clave	47
Figura 8 Recomendaciones.....	48
Figura 9 Inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas.....	49
Figura 10 Propio o Rentado.....	50
Figura 11 Ingresos.....	51
Figura 12 Extorsión.....	52
Figura 13 Calidad de prestación.....	53
Figura 14 Participación Activa	54
Figura 15 Factores más importantes	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de la Encuesta	68
Anexo 2. Formato de la Entrevista	72
Anexo 3. Evidencia de entrevista	73
Anexo 4. Evidencia de la Encuesta	74

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación busca analizar y comprender la situación actual de los pequeños negocios dedicados a la gastronomía en esta región ecuatoriana, Bucay, conocido oficialmente como cantón General Antonio Elizalde, se destaca por su rica tradición culinaria y su ubicación estratégica que conecta la sierra con la costa, convirtiéndolo en un punto de interés tanto para el comercio como para el turismo. Sin embargo, a pesar de su potencial, los pequeños negocios gastronómicos enfrentan numerosos desafíos que limitan su contribución al desarrollo económico y social del cantón. La falta de datos precisos sobre la estructura y dinámica de estos negocios dificulta la formulación de políticas efectivas que promuevan su crecimiento y sostenibilidad.

El objetivo principal de esta investigación es realizar un diagnóstico exhaustivo que identifique las necesidades, desafíos y oportunidades de los pequeños negocios gastronómicos en Bucay. Se busca entender cómo estos negocios impactan la economía local, su papel en la identidad cultural del cantón y las barreras que enfrentan para su desarrollo. A través de un enfoque multidimensional, que incluye análisis económicos, sociales y culturales, este estudio pretende proporcionar una base sólida para la toma de decisiones tanto en el ámbito público como privado.

Este proyecto se sustenta en la relevancia de la gastronomía como motor de desarrollo turístico y cultural, reconociendo que la promoción de productos locales y la preservación de tradiciones culinarias pueden convertirse en factores clave para atraer visitantes y fomentar el crecimiento económico. Además, se considerarán aspectos normativos y regulatorios que afectan a estos negocios, incluyendo las leyes de turismo y ambiente, asegurando que las propuestas resultantes no solo sean económicamente viables sino también sostenibles y respetuosas con el entorno.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema

Diagnóstico socioeconómico de los pequeños negocios gastronómicos en el cantón Bucay, provincia del Guayas.

1.2 Planteamiento del problema

El cantón Bucay se encuentra situado en la provincia del Guayas en Ecuador, el mismo alberga una gran variedad de pequeños negocios enfocados a la gastronomía que desempeñan un papel fundamental para la economía local y su identidad cultural, sin embargo, la falta de realizar un análisis de la situación socioeconómica impide la comprensión completa de su contribución y desafíos que estos presentan. La carencia de datos precisos como la ubicación, su dimensión o tamaño, estructura organizada y el grado de actividad económica en cuanto a estos negocios, ocasiona problemas en cuanto a la formulación de políticas efectivas de apoyo y desarrollo.

El cantón General Antonio Elizalde, conocido también como Bucay está ubicado en el punto que conecta a la sierra con la costa, en los últimos años se ha ido fortaleciendo en el ámbito turístico, especialmente en la prestación de servicios de recreación y alimentación, por lo que, el objetivo de esta investigación es realizar un Diagnóstico socioeconómico de los pequeños negocios gastronómicos en el cantón Bucay, provincia del Guayas.

A nivel internacional, el artículo científico “Cuando la alimentación se hace patrimonio Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local (México)” menciona que el caso del patrimonio alimentario, y más precisamente el de las “rutas gastronómicas” en México, pone al día los aspectos relevantes que forman el patrimonio de la zona, así como las narrativas en las cuales se apoya (Suremain, 2017). De esta manera, se nos

hace entender que la sociedad representa el pasado, presente y futuro mediante las producciones alimentarias que a su vez cuenta la historia de un lugar en particular.

El cantón General Antonio Elizalde tiene una extensa variedad de platillos y preparaciones, gracias a la fusión de técnicas culinarias, procesos, productos y cultura alimentaria de las regiones sierra y costa, sin embargo, la problemática se sitúa en la desvalorización a los pequeños negocios gastronómicos.

El diagnóstico gastronómico es un elemento importante dentro del desarrollo de una localidad, con las técnicas y herramientas adecuadas puede convertirse también en un factor para potencializar el turismo gastronómico dentro del cantón General Antonio Elizalde, siendo un apoyo para la oferta turística y por consiguiente conseguir posicionarse en el interés de visita de turistas nacionales y extranjeros.

Menciona la falta de interés que ha presentado la población local al conocer los platillos simbólicos del cantón, las personas no muestran interés en saber más acerca de la historia, el origen y las características diferenciadoras de los productos y las técnicas con que las generaciones pasadas preparaban sus platos, los habitantes, en especial, las personas encargadas de promocionar y vender la gastronomía local, no toman en consideración que cada aspecto relacionado con el patrimonio alimentario puede ser un plus a la hora de ofertar sus servicios, llamando la atención del consumidor meta.

Como ayuda, la siguiente investigación se propuso generar el valor e interés, por lo que aquí están los procesos e instrumentos del diagnóstico socioeconómico para el análisis de pequeño negocio gastronómico del cantón General Antonio Elizalde. Por consiguiente, se pudo usar la gastronomía local para contribuir a los habitantes del cantón y, por ende, al turismo gastronómico positivo.

Con lo mencionado, también se ha tomado en cuenta a la localización del presente proyecto, teniendo como referencia la investigación de nombre “Estudio y propuesta de

difusión de la gastronomía del cantón General Antonio Elizalde Bucay”, misma que el autor (Idrovo 2016) argumenta que, hoy en día el potencial gastronómico de la localidad no está explotado de manera apropiada, puesto que actualmente el cantón es conocido por su potencial agrícola, cañicultura, avícola y ganadero.

La falta de información detallada acerca de la situación financiera que presentan estos establecimientos tales como ingresos, costos operativos, accesos a fuentes financieras internas y externas, las rentas, limitan la capacidad de sus actores locales que abordan sus servicios financieros promoviendo su crecimiento sostenible en el cantón Bucay.

Un gran problema es la escasez para la examinación de los impactos socioeconómicos de acorde a los pequeños negocios gastronómicos de la localidad, como los términos de empleo, turismo, ingresos y la promoción en cuanto a productos locales, dificultando la comprensión completa de su grado de satisfacción, importancia y potencial para que esté genere un desarrollo económico, ambiental y social en el cantón Bucay.

Es evidente que la comunidad de Bucay requiere un diagnóstico socioeconómico de los pequeños negocios gastronómicos con el fin de identificar las necesidades, dificultades y oportunidades para desarrollar estrategias efectivas que fomenten el crecimiento de la región y mantenga la sostenibilidad.

En el cantón Bucay, los negocios de comida enfrentan varios desafíos y obstáculos, incluyendo restricciones en cuanto a la obtención de préstamos y financiamiento, así como la gestión de la competencia, como las demandas turísticas. Además, los negocios de comida deben cumplir con ciertos requisitos, como la regulación local, que a menudo no están adaptados a sus participaciones o necesidades.

También la falta de un diagnóstico preciso claro y actualizado sobre cómo se presenta la situación socioeconómica de Bucay en los negocios que se limita la

capacidad de locales incluidos los propios empresarios, organismos del gobierno y las entidades que son financieras para un diseño y elaboración de estrategias que promuevan su sostenibilidad y crecimiento, no obstante también cuenta con una gran problemática la cual es la competencia intensa, debido a que el área gastronómico suele caracterizarse con una competitividad alta, tanto de negocios grandes como similares que operen en un lugar cercano, ejerciendo presión sobre las ganancias e ingresos obligando a los otros negocios a apartarse o que busquen inversiones adicionales.

Acordé a cumplir con los requisitos debido a que las regulaciones y burocracia son un gran problema porque llegan a ser complejas y cambiantes, lo que genera aún más inconvenientes para las personas que buscan emprender o pequeños empresarios que no cuentan con los recursos necesarios para un asesoramiento legal y de conteo continuo. Además, su elevado costo en cuanto a los cumplimientos de las normas sanitarias, licencia en cuanto a su funcionamiento y

El acceso de los productos frescos a la zona es un grave problema por lo que en varios años han presentado desafíos en cuanto al transporte, la viabilidad y la calidad de estos, encontrándose con limitadas infraestructuras de viajes para traer productos en regiones menos urbanizadas y para la resolución de dichos problemas se requiere enfocarse en obtener el apoyo gubernamental como la obtención de iniciativas locales para que así se fortalezcan sus capacidades de emprender fomentando la innovación del sector y mejorar sus financiamientos.

A lo largo de los años, se ha percibido que existe un vínculo equitativo entre el turismo y el desarrollo socioeconómico de un determinado lugar; dado que el turismo es un motor de crecimiento económico y el desarrollo socioeconómico está vinculado al bienestar de las personas logrando incrementar sus ingresos.

El Cantón Bucay se ha visto afectado en el aspecto socioeconómico, siendo una zona que mantiene viva un alto atractivo natural y tradicional por mucho tiempo se ha observado un crecimiento en el sector terciario que generalmente se encontraba en

niveles de baja expansión, en zonas de baja economía; y en el aspecto cultural debido a la poca oferta turística que ofrece, al no tener un contacto directo con los habitantes de diversos países, se pierde un conocimiento vivo de culturas distintas impidiendo el desarrollo de una mejor comprensión, todo esto implica un problema que imposibilita el desarrollo a nivel de la región y el país.

El Cantón Bucay ofrece una amplia gama de establecimientos gastronómicos que ofrecen una variedad de platos tradicionales ecuatorianos. El plato más popular y reconocido es la fritada debido a su preparación y costumbre. El restaurante más famoso del Cantón es "La Estación", que se encuentra a orillas del ferrocarril y en todo el centro del Cantón. Es muy turístico porque es visitado por turistas que visitan el Cantón para disfrutar de su gastronomía.

Con muchos restaurantes locales, la falta de organización ha llevado a una falta de reconocimiento de la gastronomía del cantón. Sin embargo, el gran problema socioeconómico del cantón ha ido avanzando, que su gastronomía ha quedado por debajo de la oferta turística.

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la situación socioeconómica en cuanto a los pequeños negocios de gastronomía en el cantón Bucay, provincia del Guayas?

1.4 Objetivo General

Analizar la situación socioeconómica de los pequeños negocios gastronómicos en el cantón Bucay, provincia del Guayas.

1.5 Objetivo Específicos

- Desarrollar las bases teóricas que sirven de fundamento en la investigación

- Diagnosticar la situación económica y social de los pequeños negocios gastronómicos en la zona de estudio
- Definir estrategias para el crecimiento económico en cuanto a la gastronomía que se labora dentro del cantón

1.6 Idea a Defender

El diagnóstico socioeconómico de los pequeños negocios gastronómicos en el cantón Bucay, provincia del Guayas permitirá identificar de forma efectiva y segura las falencias que tienen estas microempresas para tomar decisiones desde lo público y privado en función del desarrollo de estos pequeños negocios que se orientan dentro del turismo.

1.7 Línea de investigación Institucional / Facultad

Línea institucional

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación

Línea de la facultad

Sostenibilidad económico-productiva y desarrollo de economías locales

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

Se presentan las teorías económicas las cuales sirven como objeto de estudio para analizar y comprender variables económicas en el sector gastronómico, así también, destacar cómo estas teorías influyen en el comportamiento socioeconómico en una sociedad. A continuación, se señalan algunas de estas teorías:

1.8 Antecedentes de la Investigación

El cantón Bucay o también conocido como general Antonio Elizalde está ubicado en la provincia del guayas en Ecuador, con el paso del tiempo la región se convirtió en un punto estratégico para el comercio y la agricultura debido a su ubicación cerca del río chimbo, la economía ha estado ligada también a la ganadería destacándose por la producción de productos agrícolas como el cacao, café, plátano y maíz, además, es un punto turístico importante por sus montañas, ríos, paisajes y cascadas cuenta con una riqueza en música y folklore pero se está perdiendo su gastronomía e identidad por mala administración del comercio.

El diagnóstico socioeconómico de los pequeños negocios gastronómicos en el cantón Bucay, provincia del Guayas, es un tema crucial para comprender las dinámicas comerciales de esta región. Estos negocios, que representan una parte significativa de la economía local, enfrentan diversos desafíos que afectan su sostenibilidad y crecimiento. La gastronomía, como expresión cultural y fuente de empleo, se convierte en un pilar fundamental para el desarrollo económico de la comunidad. Realizar un análisis exhaustivo permite identificar las fortalezas y debilidades de estos emprendimientos, así como las oportunidades y amenazas que se presentan en el entorno.

Con su rica herencia cultural y su ubicación estratégica, Bucay ha sido un punto de encuentro para el comercio y la agricultura en la provincia del Guayas. Sin embargo, a pesar de su potencial, los pequeños negocios gastronómicos enfrentan retos significativos que amenazan su viabilidad. La gastronomía local no solo es un reflejo de la identidad cultural, sino que también representa una oportunidad para el desarrollo económico. Es fundamental entender cómo estos negocios se entrelazan con la historia y la tradición del cantón, ya que su éxito puede contribuir a la revitalización de prácticas culinarias que están en peligro de extinción.

La importancia de un diagnóstico socioeconómico se hace evidente al considerar el papel que desempeñan estos negocios en la cohesión social y el bienestar comunitario. Al fomentar la participación de los emprendedores en el ámbito gastronómico, se fortalece el tejido social y se promueve un sentido de pertenencia. Sin embargo, es crucial abordar las barreras que enfrentan, como la falta de recursos y la capacitación adecuada. A través de investigaciones que analicen estos aspectos, se podrá ofrecer un enfoque integral que no solo impulse la economía local, sino que también preserve la identidad cultural de Bucay, asegurando que su legado gastronómico perdure en el tiempo.

Además, es importante considerar el impacto que tienen estos pequeños negocios en la vida social y económica del cantón. La interacción entre los emprendedores y la comunidad local fomenta un sentido de pertenencia y cohesión social. Sin embargo, también es necesario abordar las dificultades que enfrentan, como el acceso a financiamiento, la competencia y la falta de capacitación. A través de investigaciones relacionadas, se podrá profundizar en estos aspectos y ofrecer recomendaciones que contribuyan al fortalecimiento de los pequeños negocios gastronómicos, promoviendo así un desarrollo sostenible en Bucay.

Diagnóstico socioeconómico de los propietarios de microemprendimientos ubicados en la ciudadela Panorama, cantón Duran, provincia del Guayas – 2021

Objetivo: Analizar la situación social y económica de los propietarios de los microemprendimientos ubicados en la Ciudadela Panorama del Cantón Durán.

Autor: Carlos Eduardo Hidalgo Rodríguez

Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Por otro lado, Hidalgo Rodríguez (2021), argumenta que: La metodología usada fue de enfoque mixto con un tipo de investigación descriptiva y de campo donde se pudo detallar las características sociales y económicas que prevalecen en los microempresarios de la ciudadela Panorama.

El resultado de la investigación ayuda al emprendedor a decidir la idea de negocio a desarrollar, ver que esta sea la mejor opción para poder crecer económicamente a través del tiempo y así obtener una mejor calidad de vida, es decir, desarrollar y obtener una cultura encaminada a vencer los obstáculos que se presente en el camino. Añadiendo que la encuesta realizada demostró que el perfil de los microempresarios oscila entre 15 y 55 años donde la mayoría no tiene educación superior ni un trabajo estable que les permita solventar sus gastos.

Como conclusión general de la investigación, se señaló que, gracias a la recolección de fundamentos teóricos aportados para el desarrollo del tema, se evidenciaron las condiciones de vida y los ingresos, los cuales son suficientes para cubrir las necesidades básicas en algunos meses, pero no en otros, debido a la competencia existente en el sector. Por otro lado, la mayoría de las personas no cuenta con apoyo financiero de bancos o cooperativas, debido a las altas tasas de interés y al temor de enfrentar quiebras por endeudamiento. (Hidalgo Rodríguez, 2021)

Diagnóstico socioeconómico de los propietarios de los micro emprendimientos de comida preparada ubicados en sauces III a consecuencia del COVID-19

Objetivo: Analizar la situación socioeconómica de los propietarios de los microemprendimientos de comidas preparadas ubicados en Sauces III a consecuencia del COVID-19.

Autor: Silvia Elena Alcívar Salazar

Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Teniendo en cuenta que, Alcívar Salazar (2022), nos indica que utilizó la metodología de tipo descriptiva y de campo con enfoque mixto; la técnica utilizada fue la encuesta aplicada a los emprendedores.

Entre los resultados esenciales se evidenció que esta ciudadela se ha convertido en una zona comercial con 64 microemprendimientos de este tipo mayormente creados en los últimos dos años. Los emprendedores consideraron haber alcanzado un nivel suficiente de ingresos con apreciaciones de medianamente rentable y perspectivas de mantener y ampliar su negocio. También se presentan los resultados de la matriz FODA correspondiente.

Esta investigación se basa en la teoría objetiva del valor de Richard Cantillon, que resalta la realidad y los riesgos del emprendedor. Se establecieron bases legales alineadas con la Constitución de Ecuador, enriqueciendo el estudio. El análisis en Sauces III reveló que muchos negocios surgieron por necesidades económicas durante la pandemia, con un ingreso promedio mensual de 600 dólares. La matriz FODA identificó fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en los emprendimientos de comidas preparadas, confirmando que la crisis del COVID-19 influyó en la creación de nuevos microemprendimientos en el sector. (Alcívar Salazar, 2022)

Análisis Socioeconómico De Los Propietarios De Los Restaurantes Del Sector Playero De La Comuna De San Pablo

Objetivo: Analizar el estado de situación socioeconómica de los propietarios de los restaurantes ubicados en el sector playero de la Comuna de San Pablo.

Autor: Catherine Margoth Venegas Benitez

Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Para Venegas Benítez (2024), nos indica que la investigación tiene un alcance descriptivo debido a su capacidad para proporcionar una visión detallada y comprensiva de la situación de los propietarios de restaurantes en la comuna, de la misma forma esta metodología busca describir las características, propiedades y demás comportamientos que para el presente es el desarrollo socioeconómico.

Se llevaron a cabo encuestas en una muestra compuesta por 70 propietarios, lo cual posibilitó la exposición de que los factores que inciden en la estabilidad económica abarcan la situación económica nacional, la publicidad en medios masivos, la calidad de los productos y los gastos de producción. A pesar de enfrentar competencia cercana, los ingresos generados no han resultado adecuados, dado que el 65.7% manifiesta insatisfacción debido a la carencia de mayores ingresos a lo largo del tiempo.

En conclusión, la Comuna de San Pablo, en el Cantón de Santa Elena, enfrenta un panorama complejo en el ámbito turístico, donde los servicios de comida son su principal oferta. A pesar de generar ventas significativas de USD \$10 millones hasta 2022, muchos propietarios de restaurantes se sienten insatisfechos debido a ingresos limitados y la competencia cercana. La variabilidad estacional de la demanda turística y la falta de articulación con entidades gubernamentales obstaculizan el desarrollo sostenible del sector. A pesar de contar con experiencia, los desafíos económicos y sociales persisten, lo que exige un enfoque integral que promueva la colaboración y la inversión, asegurando un futuro más prometedor para la gastronomía local. (Venegas Benítez, 2024)

Estudio Socio-Económico De Los Pequeños Emprendedores Del Sector Del Cisne 2 En La Ciudad De Guayaquil

Objetivo: Analizar la situación socio-económica de los pequeños emprendedores del sector del Cisne 2 en la ciudad de Guayaquil.

Autor: Kerly María Moreno Dicao

Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Para Moreno Dicao (2020), nos indica que la metodología que se empleara en el estudio propuesto, es por medio de los tipos de investigación donde el aprendizaje y la capacitación se desarrollan por medio de actividades donde la teoría y la práctica van de la mano.

Se llevaron a cabo encuestas en una muestra compuesta por 70 propietarios, lo cual posibilitó la exposición de que los factores que inciden en la estabilidad económica abarcan la situación económica nacional, la publicidad en medios masivos, la calidad de los productos y los gastos de producción. A pesar de enfrentar competencia cercana, los ingresos generados no han resultado adecuados, dado que el 65.7% manifiesta insatisfacción debido a la carencia de mayores ingresos a lo largo del tiempo.

En conclusión, la Comuna de San Pablo, en el Cantón de Santa Elena, enfrenta un panorama complejo en el ámbito turístico, donde los servicios de comida son su principal oferta. A pesar de generar ventas significativas de USD \$10 millones hasta 2022, muchos propietarios de restaurantes se sienten insatisfechos debido a ingresos limitados y la competencia cercana. La variabilidad estacional de la demanda turística y la falta de articulación con entidades gubernamentales obstaculizan el desarrollo sostenible del sector. A pesar de contar con experiencia, los desafíos económicos y sociales persisten, lo que exige un enfoque integral que promueva la colaboración y la inversión, asegurando un futuro más prometedor para la gastronomía local. (Moreno Dicao, 2020)

Análisis Socioeconómico De Los Propietarios De Microemprendimientos De La Calle Isidro Acurio Y Avenida Jaime Roldós Del Cantón Milagro, Provincia Del Guayas

Objetivo: Analizar la situación socioeconómicos de los propietarios de los Microemprendimientos de la Calle Isidro Acurio y Av. Jaime Roldós del Cantón Milagro.

Autor: Miranda Pastuzo Marco Eliseo

Narvaez Santos Johnny Andres

Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Para Miranda Pastuzo & Narvaez Santos (2023), El presente trabajo se desarrolla mediante un enfoque mixto; debido a que desde el punto de vista cuantitativo permite recopilar, y analizar datos de los propietarios de microemprendimientos y establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población determinada.

En la investigación se realizó un censo durante 10 días (Del 14 al 24 de mayo) en la zona de estudio lográndose identificar un total de 54 microemprendimientos por tanto se decidió trabajar con este número como tamaño de muestra. El cuestionario de la encuesta está dirigido a los propietarios de los microemprendimientos que laboran entre las calles Isidro Acurio y Avenida Jaime Roldós del cantón milagro cuyo objetivo es conocer cuál es su situación socioeconómica.

En conclusión, el estudio del diagnóstico socioeconómico de los microemprendimientos en Bucay revela la necesidad de implementar teorías de innovación y desarrollo para mejorar la situación económica de sus propietarios. A pesar de que muchos consideran sus negocios rentables, las limitaciones en conocimiento y habilidades impiden un verdadero desarrollo. Las encuestas y entrevistas realizadas evidencian la falta de comprensión sobre los préstamos bancarios, lo que limita el acceso a financiamiento y perpetúa la precariedad económica.

Por lo tanto, se hace imperativo establecer estrategias como charlas formativas y la creación de asociaciones entre los propietarios, que no solo fomenten el correcto manejo de recursos, sino que también fortalezcan la cohesión y el apoyo mutuo. Estas acciones son fundamentales para elevar su nivel socioeconómico y asegurar la sostenibilidad de sus microemprendimientos en el futuro. (Miranda Pastuzo & Narvaez Santos, 2023)

Gracias a que estos estudios reconocidos permiten avanzar en la investigación en curso, ya que proporcionan información pertinente y sirven como referencia para nuestro proyecto de titulación.

El pasado es algo que no podemos ignorar y que involucra una variedad de factores que influyen en la evaluación de procesos determinantes, ya sean económicos, políticos, sociales o culturales. Por lo tanto, es importante ser justos con nuestro pasado, con nuestro legado, con aquellos hombres y mujeres que moldearon con su tenacidad el perfil de un Bucay que en la actualidad se erige altivo y orgulloso.

Los pueblos que no olvida su Historia y por el contrario la revalorizan, son aquellos pueblos que más desarrollo han logrado, por ello es importante fortalecer las tradiciones y costumbres propias de la región, pues estas constituyen la base de una identidad cultural, cuyo legado debe permanecer vigente en la mente y en los corazones de la gente, con la finalidad de erigir los rascacielos del progreso en la seguridad de unas bases sólidas. Bucay ha demostrado con el devenir del tiempo ser un pueblo noble y trabajador, con luchas desplegadas por sus habitantes, su desarrollo y progreso obedecen a la visión y decisión de sus autoridades, consolidando así una posición relevante, basada en la historia de su viejo ferrocarril. (GAD Bucay, 2017).

1.9 Fundamentación Teórica

1.9.1 Geografía

El cantón se encuentra en la parte este de la provincia de Guayas. Bucay es otro nombre para su cabecera cantonal. Está ubicado a una distancia de 96 kilómetros de la ciudad capital de la provincia del Guayas. La región limita con la provincia de Bolívar al norte, la provincia de Chimborazo al sur y al este, y los cantones Naranjito y Marcelino Maridueña al oeste. Su área cubre aproximadamente 154 km² y hay alrededor de 10.000 personas que viven allí.

Bucay es considerado un gran Paraíso de enormes recursos naturales. Está situada en un ramal de la Cordillera Occidental al pie del Río Chimbo a 320 m.s.n.m. y es el punto de encuentro de la Provincias del Guayas, Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar. Su nombre Oficial es General Antonio Elizalde, más conocido como Bucay (nombre original) tiene una extensión de 154 kilómetro cuadrados. Su temperatura promedio es de 24°C Bucay es el gran escenario perfecto de ríos, laderas, montañas, naturaleza de viva expresión, aves tropicales, colibríes, cascadas, rica gastronomía, haciendas ganaderas y cacaoteras, ecoturismo e inolvidables aventuras.

1.9.2 Historia

Tras pertenecer a Milagro por decreto del presidente Eloy Alfaro Delgado, en 1991 un comité inició los trámites para cantonizar la parroquia. Finalmente, para el 9 de noviembre de 1994, se aprobó su cantonización siendo publicado en el Registro Oficial No. 618 del 24 de enero de 1995.

1.9.3 Fiestas

La fe por la virgen del Carmen se evidencia con la imponente imagen de casi siete metros de altura, construida en 2012, que está en el mirador del barrio Bellavista. Julio

es el mes en que los bucayenses celebran a su santa patrona, con pregones, misas, procesiones, ferias, espectáculos taurinos y shows artísticos. Por la celebración de la cantonización el 9 de noviembre se realizan una serie de eventos como la Feria de la Lolita en donde se rescatan la cultura montubia. En julio en honor a Nuestra Señora del Carmen se realiza una cabalgada que atrae a los hacendados de la zona.

1.9.4 Turismo

Sobresale el bosque húmedo nublado del Recinto La Esperanza Alta, donde sus más de 40 cascadas son concurridas por turistas nacionales y extranjeros. Además, está el tren de Bucay o “Tren de la dulzura” que cubre un tramo que va desde Durán hasta Bucay, cruzando poblados como Milagro y Yaguachi, en un recorrido que muestra paisajes típicos del Litoral, plantaciones de caña de azúcar y plátano.

1.9.5 Turismo Gastronómico

La OMT define al turismo gastronómico como la manera peculiar para movilizarse y hacer actividades turísticas relacionadas directamente con los alimentos de un sitio en especial, es decir, el visitante se caracteriza por la búsqueda de vivir una experiencia que esté conectada con la comida o productos similares de una cultura en específico. Además de la intervención de tradiciones o costumbres gastronómicas también interviene en esta tipología de viaje, las actividades vinculadas con la producción local, además de eventos como ferias, exposiciones, concursos y clases o talleres de cocina (UNWTO, 2019).

Utreras (2015), dice que, el turismo gastronómico se basa en la tipología de viaje que tiene por objetivo el visitar lugares determinados como restaurantes o ferias para conocer y degustar un platillo o producto en particular.

Con lo mencionado, se entiende que el turismo gastronómico involucra el valor cultural e identidad de un país, región o ciudad mediante la presentación de alimentos que transmiten tradiciones y costumbres.

García (2019), menciona que, la identidad culinaria es el principal factor para desarrollar las iniciativas gastronómicas de ciudades, pueblos y comunidades para dar a conocer la producción y elaboración de alimentos autóctonos. De igual manera, Moreno (2020), concuerda con que, el turismo gastronómico es considerado una actividad que mediante la degustación de alimentos genera una experiencia cultural, además tiene como objetivo fomentar la revalorización y protección del patrimonio alimentario como son los saberes ancestrales y prácticas culturales que intervienen en la preparación de alimentos.

1.9.6 Establecimientos gastronómicos

Álvarez (2018), define a los “establecimientos gastronómicos como lugares destinados a la preparación, servicio y expendio de alimentos”, por lo mismo, (Mogollón et al 2015) añade que, estos establecimientos son importantes pues destacan la transformación de los productos locales en platillos que sirven para la degustación de turistas y locales, siendo el sector de alimentos y bebidas un gran apoyo al desarrollo económico y turístico de un grupo social.

Dentro de la actividad turística, los establecimientos gastronómicos juegan un papel fundamental pues el sector de alimentos y bebidas es un actor relevante dentro de la estructura turística, los establecimientos gastronómicos son lugares que presentan un menú de productos típicos en pequeñas, medianas y grandes porciones para degustar, se los considera también como un espacio de intercambio cultural (Urrea & Quevedo, 2020).

1.9.7 Experiencia

Valenzuela et al., (2020), mencionan que, la experiencia es el recuerdo que permanece en la mente del cliente luego de relacionarse con un producto o servicio, hace referencia a los sentimientos que genera antes y después del contacto entre el consumidor y el producto, en muchas ocasiones esta relación es controlada por las empresas, por lo que el impacto que se genera está muy bien gestionado. Por otra parte, Mora (2011), alude a la “experiencia como la evaluación directa del servicio o producto que hace el consumidor, teniendo como prioridad al impacto de la prestación del servicio, pues el cliente crea una imagen propia del producto o servicio consumido”.

1.9.8 Servicio

Los servicios gastronómicos están definidos por las expectativas y percepciones que los clientes o consumidores perciben pues es vital para cualquier empresa u organización especialmente para el sector de alimentos & bebidas identificar las necesidades de los clientes y las oportunidades dentro del mercado laboral (De La Torre et al., 2014). Así mismo, Millán & Agudo (2010), concuerdan con lo anterior definiendo a los servicios gastronómicos como la satisfacción de los clientes mediante el conjunto de acciones de preparar y servir alimentos con respecto a las necesidades y deseos identificados.

Así mismo, Morales (2017), coincide diciendo que, los servicios gastronómicos son un factor relevante en la industria, pues no solo se dedican a la oferta de alimentos y bebidas, sino también a las maneras correctas de atención y servicio al cliente, es decir, a los procesos que van desde la preparación de materia hasta la obtención del producto final.

1.9.9 Prestadores de servicio

Se entiende al prestador de servicio como la persona que ofrece o presta un servicio a cambio de una remuneración económica, además cuenta con la facilidad de desarrollar diferentes tipos de actividades o ejercer cargos que cumplan con el objetivo del lugar donde labora, es importante mencionar también que el prestador de servicio está en la obligación de cumplir con las características y plazo de entrega del servicio que ofrece.

El prestador de servicios cuenta con la libertad para el completar las actividades designadas durante su turno de trabajo, siempre manteniendo en primer lugar a las necesidades del cliente, pues la forma y el tiempo que emplea en cumplir con entregas de productos o servicios cuenta para obtener una correcta remuneración.

1.9.10 Promoción

Córdova & Callao (2019), mencionan que, el posicionamiento de empresas y negocios hoy en día se define por la preferencia del consumidor, entonces, la promoción juega un papel de mucha importancia, pues cumple con el objetivo de informar y persuadir al cliente para consumir un producto en particular, por lo que, la promoción sirve como una técnica para dar a conocer un servicio o producto.

1.9.11 Gastronomía

Armenta (2018), define a la gastronomía como la acción de transformar alimentos, al hacer uso de ingredientes y técnicas culinarias que están definidas en recetas tradicionales y actuales, además, los platos que se elaboran para el consumo tienen diferentes historias pues cuentan con conocimientos que involucran la identidad y manifestaciones culturales de pueblos y comunidades.

La gastronomía es una fuente significativa de la identidad de una sociedad, lo que la convierte en un punto fundamental para generar una gran experiencia turística. Esta misma se ha evolucionado en estilos y gustos, partiendo de su raíz cultural y social (Curiel, 2021).

1.9.12 Atención al cliente

Da Silva (2020), menciona que la atención al cliente es una herramienta que aporta canales para establecer buenas relaciones con el cliente, mediante la generación de satisfacción con respecto a las necesidades que se presenten, además, el objetivo primordial es brindar asesoría, apoyo y orientación.

La atención al cliente también toma en cuenta diferentes riesgos o peligros que pueden generar efectos negativos, como el rechazo, burla o desinterés por la oferta de productos o servicios, es así como, la confianza y la seguridad son puntos clave al momento de relacionarse con los clientes, de esta manera se crea un vínculo que da paso a satisfacer adecuadamente las necesidades de las personas (Garzón, 2016).

1.9.13 Satisfacción

Los autores Cano et al., (2018), mencionan que la satisfacción en el cliente se refiere a los estados de ánimo que puede presentar una persona como resultado de comparar la percepción con la experiencia al obtener un producto o servicio, es decir, la satisfacción tiene la finalidad de cumplir con las expectativas que el consumidor se planteó antes de evaluar, probar, sentir o adquirir un producto o servicio.

De igual manera Flores (2019), define a la “satisfacción como un estado mental en el cual influyen emociones, objetos, respuestas, soluciones que den fin los deseos o necesidades del cliente o consumidor”.

1.9.14 Recomendación

Guadarrama & Rosales (2015), dicen que las recomendaciones mediante las opiniones de clientes están sustentadas en la atención y servicio al cliente que experimentan en un lugar en particular, además, las recomendaciones empiezan cuando el cliente está satisfecho y feliz con el producto o servicio que ha adquirido, también generan lealtad al negocio o empresa lo cual es una ventaja muy rentable en el mercado, pues no es necesario buscar nuevos cliente para los productos disponibles.

1.9.15 Inocuidad

La inocuidad se entiende como los procesos que preparan y aseguran a los alimentos para que no ocasionen daños en la salud, sin embargo, hay excepciones en algunos procesos que manejan procesos que evalúan niveles de riesgo aceptables; los alimentos inocuos toman en cuenta todos los peligros desde patógenos a contaminantes químicos o físicos, por lo que la función de la inocuidad es garantizar el consumo adecuado de alimentos. Mercado (2007), menciona que la producción y consumo de alimentos está bajo nuevas ideas y características, pues existe una gran responsabilidad al momento de manipular materia prima para la generación de alimentos, la inocuidad influye de manera directa o indirecta en la mayoría de los procesos, incluyendo la forma en cómo se sirven alimentos los clientes.

1.9.16 Calidad

La calidad está en la esencia del ser humano, pues constantemente busca mejorar cada uno de los aspectos de la vida, es así como hacer las cosas bien se convierte en una ventaja enorme al momento de ofertar un servicio o profundo, los clientes van a preferir lugares donde se realicen actividades de la mejor manera (Rodríguez & Rodríguez, 2009).

Machado (2016), define a la calidad como las técnicas y procesos para cumplir con peticiones, además son las actividades que conllevan a satisfacer las necesidades de las personas, utilizando herramientas, métodos y actividades creativas que personalicen el servicio o producto ofertado.

1.10 Marco Legal

1.10.1 Constitución de la República del Ecuador 2008

La Constitución de la República del Ecuador de 2008 proporciona un sólido marco legal que respalda el desarrollo de los pequeños negocios gastronómicos en Bucay, Provincia del Guayas. El Artículo 12, al declarar el derecho humano al agua como fundamental e irrenunciable, asegura que los establecimientos gastronómicos tengan acceso a agua potable, esencial para la preparación de alimentos seguros y de calidad. El Artículo 13 refuerza este marco al garantizar el derecho de las personas a acceder a alimentos sanos, suficientes y nutritivos, preferentemente producidos localmente, promoviendo así la soberanía alimentaria y estimulando el uso de productos locales en la gastronomía.

Esto no solo fortalece la economía local, sino que también preserva las tradiciones culinarias de la región, enriqueciendo la oferta turística y cultural. En el ámbito laboral, el Artículo 33 reconoce el trabajo como un derecho y deber social, garantizando condiciones dignas, remuneraciones justas y un ambiente laboral saludable para los trabajadores del sector gastronómico, lo que es crucial para atraer y retener talento. El Artículo 34 asegura el derecho irrenunciable a la seguridad social, incluyendo a aquellos en actividades de auto sustento y autónomas, como muchos pequeños empresarios gastronómicos, proporcionando una red de seguridad que fomenta un entorno más estable y seguro para los emprendedores. Además, el Artículo 52 garantiza el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y recibir información precisa, lo cual es vital para que los pequeños negocios mantengan altos estándares de calidad y transparencia, ganando y manteniendo la confianza de los consumidores.

En conjunto, estos artículos no solo promueven el crecimiento económico y la sostenibilidad de los pequeños negocios gastronómicos, sino que también aseguran la protección de los derechos de los trabajadores y consumidores, creando un entorno propicio para el desarrollo socioeconómico integral del cantón Bucay. Este marco legal permite una mejor planificación y ejecución de estrategias que potencian el turismo gastronómico y, por ende, el desarrollo económico y social de la región.

1.10.2 Reglamento Turístico de alimentos y Bebidas

El marco jurídico ecuatoriano proporciona un soporte robusto y multidimensional para el desarrollo y regulación de los pequeños negocios gastronómicos en el cantón Bucay, como se detalla en los distintos artículos de la Constitución de la República del Ecuador y en las leyes específicas del sector turístico y ambiental. El artículo 13 de la Constitución garantiza el derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, lo que obliga a los establecimientos gastronómicos a mantener altos estándares de higiene y seguridad alimentaria, asegurando así la salud de los consumidores. Este mandato constitucional es reforzado por el artículo 52, que asegura el derecho de las personas a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a recibir información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. Estos principios fundamentales subyacen a la regulación específica del sector, garantizando que los consumidores puedan confiar en la calidad y seguridad de los alimentos ofrecidos por los negocios locales.

El artículo 82 de la Constitución refuerza la seguridad jurídica, estableciendo que los requerimientos de las autoridades deben ser claros, públicos y consistentes, independientemente de cambios en la administración o inspectores. Esto es crucial para los pequeños negocios gastronómicos, ya que proporciona un entorno regulatorio estable y predecible, permitiendo a los propietarios planificar y operar con confianza.

En el ámbito de la soberanía alimentaria, el artículo 281 establece esta como un objetivo estratégico del Estado, asegurando que las personas, comunidades y

nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados. El numeral 13 del mismo artículo destaca la responsabilidad del Estado en prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud. Estos principios son esenciales para el desarrollo de una gastronomía local sostenible y segura, que promueva la identidad cultural y la autosuficiencia alimentaria en Bucay.

El "Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas" complementa este marco constitucional, reconociendo en su artículo 5 a los servicios de alimentos y bebidas como actividades turísticas. El artículo 15 de la Ley de Turismo designa al Ministerio de Turismo como el organismo rector del sector, con la responsabilidad de preparar normas técnicas y de calidad aplicables a todo el territorio nacional. Esta regulación asegura que los negocios gastronómicos cumplan con estándares uniformes y elevados, lo que es fundamental para atraer turistas y garantizar una experiencia gastronómica de calidad.

El artículo 16 de la Ley de Turismo asigna al Ministerio de Turismo la competencia exclusiva de regular, planificar, promover, y controlar las actividades turísticas a nivel nacional, en coordinación con los organismos seccionales. Esta centralización de competencias asegura que las políticas y normativas sean coherentes y efectivas en todo el país, evitando la fragmentación y garantizando un enfoque estratégico en el desarrollo del turismo gastronómico.

Asimismo, el artículo 19 de la Ley de Turismo otorga al Ministerio de Turismo la potestad exclusiva de establecer categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo, garantizando que los estándares sean consistentes con las normas internacionales. Esto es crucial para asegurar que los negocios gastronómicos puedan competir en igualdad de condiciones en el mercado global, promoviendo la excelencia y la competitividad.

El artículo 43 del Reglamento General a la Ley de Turismo define los servicios de alimentos y bebidas, incluyendo actividades complementarias como diversión y

entretenimiento, ampliando así el alcance de los negocios gastronómicos y permitiendo una oferta más diversificada y atractiva para los turistas. El artículo 44 reafirma la competencia exclusiva del Ministerio de Turismo para expedir normas técnicas y reglamentarias, asegurando que las definiciones y clasificaciones de las actividades turísticas sean claras y uniformes en todo el país.

La Disposición Transitoria Primera del Reglamento General a la Ley de Turismo establece que todas las normas técnicas y reglamentos especiales serán formulados y expedidos por el Ministerio de Turismo mediante acuerdo ministerial, garantizando así un proceso consultivo y participativo que involucre a todas las partes interesadas.

Finalmente, la "Ley de Ambiente" y el "Reglamento General a la Ley de Turismo" aseguran la sostenibilidad ambiental de las actividades gastronómicas, promoviendo prácticas responsables y la gestión adecuada de residuos. Este marco legal integral no solo protege la salud pública y el medio ambiente, sino que también promueve un desarrollo económico sostenible y responsable, fundamental para el éxito a largo plazo de los pequeños negocios gastronómicos en Bucay. En conjunto, estos artículos y leyes proporcionan un soporte legal robusto que fomenta el crecimiento sostenible y la competitividad del sector gastronómico, contribuyendo al bienestar económico y social de la comunidad y al atractivo turístico del cantón Bucay.

CAPITULO I

DEL OBJETO Y ÁMBITO

Art. 1.- Objeto. - El objeto del presente reglamento es regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.

Art. 2.- Ámbito de Aplicación. - Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria para quienes se dediquen al ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional excepción de la provincia de las

Galápagos. Igualmente están sometidos a las disposiciones de este reglamento las entidades públicas nacionales o locales, sus autoridades o funcionarios de turismo, instituciones de seguridad. Gobiernos Autónomos Descentralizados y todos a quienes compete el control del ejercicio de esta actividad.

Art. 3.- Exclusión. - Quedan excluidos del ámbito de aplicación del presente reglamento, por no tener la consideración de servicio turístico de alimentos y bebidas los siguientes.

1. Aquellos, cualquiera que sea su titularidad, que consistan en el suministro de comida o bebida con carácter gratuito o asistencial.

2. Los que consistan en servir comidas o bebidas a colectivos particulares excluyendo al público en general, tales como comedores universitarios, escolares o de empresa, que no se encuentren bajo la figura de concesión, arriendo o tercerizada.

3. Los prestadores de servicios a través de máquinas expendedoras, ventas ambulantes, delicatessen, cines, panaderías, kioscos y covachas.

Art. 4.- Definiciones. - Para la aplicación del presente reglamento se deberán observar las siguientes definiciones:

- Alimento preparado: Producto elaborado, semi elaborado o crudo, destinado al consumo humano que requiera o no mantenerse caliente, refrigerado o congelado, y se expende de forma directa al público para su consumo inmediato.

- Ambulante: Persona Física o natural, emprendedor, quien para sí mismo o con dependencia o asociación con un tercero, prepara y expende alimentos frescos, procesados o semi procesados en la vía pública o en cualquier lugar que no sea fijo o permanente.

- Barra: Área dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas en las que se expenden y sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y se puede consumir alimentos.

- Botiquín de primeros auxilios: Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos los siguientes elementos no caducados: algodón hidrófilo, tira adhesiva sanitaria (curitas), tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, gasas para quemaduras, suero fisiológico/ vendas elásticas, mascarillas, manual de primeros auxilios.

- Categoría única: Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el sistema de puntuación. Esta categoría se utilizará para establecimientos móviles, plazas de comida.

- Comida rápida: Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el consumidor se realicen en el mostrador.

- Contaminación: Introducción o presencia de cualquier peligro biológico, químico o físico, en el alimento, o en el medio alimentario.

- Contaminación cruzada: Es la introducción involuntaria de un agente físico, biológico, químico por: corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos contaminados, circulación de personal, contacto directo o indirecto con alimentos crudos, entre otros aspectos; que puedan comprometer la higiene o inocuidad del alimento.

- Consumidor: Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello.

- Desinfección: Es el tratamiento físico o químico aplicado a instrumentos y superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de reducir los microorganismos indeseables a niveles aceptables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente a la calidad e inocuidad del alimento.

- Establecimiento turístico de alimentos y bebidas: Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo y que cumplan con los parámetros determinados en el presente reglamento y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo.

- Enganchador, Jaladores o Flayeros: Persona (s) que se dedica a comercializar y promocionar de forma invasiva y abusiva los servicios de un establecimiento de alimentos y bebidas en espacios públicos.
- Manipulación de alimentos: Todas las operaciones realizadas por el manipulador de alimentos como recepción de ingredientes, selección, elaboración, preparación, cocción, presentación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, servicio, comercialización y consumo de alimentos y bebidas.
- Principio PEPS (Primero en entrar - Primero en salir): Consiste en un método de evaluación de inventarios, que se refiere a la rotación de productos almacenados cuyas siglas significan "primero en entrar, primero en salir", Este principio se aplica con el fin de evitar que los productos o artículos permanezcan en almacenamiento por periodos largos, sin ser utilizados o consumidos.
- Principio PCPS (Primero en caducar - Primero en salir): Consiste en un método de evaluación de inventarios, que se refiere a la rotación de productos almacenados cuyas siglas significan "próximo en caducar, primero en salir". Este principio se aplica con el fin de consumir o distribuir los productos, seleccionando primero los que se encuentran cercanos a caducarse.
- Menú: Instrumento de comunicación y venta de alimentos y bebidas, listado de los platos que constituyen la oferta gastronómica de un establecimiento al consumidor.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES

Art. 5.- Derechos del usuario o consumidor. - Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán los siguientes derechos:

- Recibir los servicios acordes en naturaleza y calidad a la clasificación y categoría otorgada.

- Ser informados de forma clara y precisa sobre la oferta de alimentos y bebidas y los precios de acuerdo a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;

- Recibir el servicio conforme lo ofertado por el establecimiento;
- Recibir la factura correspondiente por el servicio de alimentos y bebidas;
- Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, con una correcta higiene, sin signos de deterioro, accesibles para todas las personas y en correcto funcionamiento; y,

- Comunicar las quejas al establecimiento de alimentos y bebidas, a través del libro de reclamos.

Art. 6.- Obligaciones del usuario o consumidor. - Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán las siguientes obligaciones:

- Cancelar el valor del servicio recibido;
- Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados; municipales o metropolitanos las irregularidades identificadas en los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas; y,
- Cumplir con las normas y políticas del establecimiento;
- Respetar, cuidar y dar buen uso a las instalaciones del establecimiento.

Art. 7.- Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas. - Los prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- Percibir el pago por los servicios ofertados;
- Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- Determinar y comunicar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios;

- Contar con el Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento;

- Contar con el libro de reclamos conforme a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;
- Exhibir en un lugar visible el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento;
- Exhibir la placa de identificación del establecimiento turístico otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo donde constará la tipología y clasificación del establecimiento, la cual va expuesta en un lugar visible al público en general;
- Respetar y cumplir los lineamientos establecidos para alimentación y otras normas, determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional o quien ejerza sus funciones;
- Contar con por lo menos el 50% del personal que acredite su capacitación, Formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas;
- Mostrar el listado de precios en un lugar visible para el usuario;
- Determinar el precio final de los alimentos o bebidas dentro del menú pudiendo estar o no desglosado en el precio final;
- Mantener la vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina en estados óptimos de limpieza y desinfección, sin roturas o rayaduras;
- Cumplir con lo establecido en el presente reglamento y demás normativa aplicable al sector;
- Denunciar ante la autoridad competente, mediante los canales establecidos para el efecto, a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que no cuenten con los permisos pertinentes;
- Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en condiciones de limpieza y funcionamiento;
- Utilizar mecanismos de desinfección para las instalaciones e implementos de cocina;
- Diferenciar al personal que se encuentra en entrenamiento;
- Garantizar la no acumulación de olores dentro del establecimiento;
- Cumplir con los servicios ofrecidos al consumidor;
- Otorgar información veraz del establecimiento al consumidor;

- Podrán solicitar la salida del cliente cuando contravenga las normas básicas de convivencia y la normativa correspondiente; sin perjuicio que el cliente mantenga la obligación de pago por su consumo;
- Cumplir con los tributos o impuestos según lo dispuesto en la normativa pertinente; y,
- Comunicará la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados, la transferencia de dominio y/o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los treinta días de producida.

TITULO II

DEL REGISTRO Y LICENCIA UNICA DE FUNCIONAMIENTO

CAPITULO I DEL REGISTRO

Art. 8.- Requisitos para obtención de registro. - Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos;

- Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil;
- Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; o, el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar;
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda;
- Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas;
- Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,

- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea o interoperados a través de la plataforma digital que establezca para el efecto la Autoridad Nacional de Turismo.

Art. 9.- Del procedimiento de registro e inspección de un establecimiento turístico de alimentos y bebidas. - El procedimiento para el registro e inspección de los establecimientos turísticos de servicios de alimentos y bebidas deberá ser el siguiente:

- La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio en la que se receptorán y gestionarán las solicitudes para obtención de registro, reclasificación, recategorización, reingreso o inhabilitación de establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, enlistará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización;

- La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones a los establecimientos para validar el cumplimiento de los requisitos establecidos en el marco legal vigente a partir de la solicitud realizada por el usuario. Al finalizar la inspección, se suscribirán 2 ejemplares del acta respectiva entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y un representante del establecimiento, la cual servirá como constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada al establecimiento; y,

- En caso de que los resultados de la inspección, determinen que el establecimiento cumple con el marco legal vigente se notificará al usuario el procedimiento para receptor el pago de la contribución 1x1000 y posterior, y una vez cancelado se emitirá el registro de turismo. Sí el establecimiento no consignó información veraz al registrarse, la Autoridad Nacional de Turismo, seguirá los procesos administrativos establecidos en la normativa vigente.

Art. 10.- Re categorización o reclasificación. - En caso de reclasificación y/o re categorización del establecimiento, este proceso deberá realizarlo en el sistema digital establecido por la Autoridad Nacional de Turismo.

Art. 11.- Plazos. - En caso de que los resultados de la inspección determinen que el establecimiento no cumple el porcentaje establecido para esa clasificación y categoría, se otorgará un plazo de hasta 30 días a partir del siguiente día de la inspección realizada para temas de servicio y por temas de infraestructura hasta 60 días a partir del siguiente día de la inspección.

CAPITULO II

LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 12.- Procedimiento de obtención. - El procedimiento de obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, será realizado de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, distintos al del Registro de Turismo serán los siguientes:

- Registro de Turismo otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo;
- Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo; y,
- Los requisitos que cada Gobierno Autónomo Descentralizado, considere para la emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que deberá ser realizado mediante ordenanza.

Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el establecimiento deberá exhibirla.

CAPITULO III

DE LAS INSPECCIONES

Art. 13.- De las inspecciones y control. - La Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados en cualquier momento podrán realizar

inspecciones para verificar y/o controlar el cumplimiento de los requisitos de este reglamento a los establecimientos turísticos de alimentos bebidas.

1.10.3 Ley del Ambiente

TITULO I

AMBITO Y PRINCIPIOS DE LA GESTION AMBIENTAL

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 3.- El proceso de Gestión Ambiental, se orientará según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Art. 4.- Los reglamentos, instructivos, regulaciones y ordenanzas que, dentro del ámbito de su competencia, expidan las instituciones del Estado en materia ambiental, deberán observar las siguientes etapas, según corresponda: desarrollo de estudios técnicos sectoriales, económicos, de relaciones comunitarias, de capacidad institucional y consultas a organismos competentes e información a los sectores ciudadanos.

Art. 5.- Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transectorial, interacción y cooperación entre los distintos

ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales. En el sistema participará la sociedad civil de conformidad con esta Ley.

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.

TITULO II
DEL RÉGIMEN INSTITUCIONAL DE LA GESTIÓN AMBIENTAL CAPITULO I
DEL DESARROLLO SUSTENTABLE

Art. 7.- La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el presidente de la República al aprobar el Plan Ambiental Ecuatoriano. Las políticas y el Plan mencionados formarán parte de los objetivos nacionales permanentes y las metas de desarrollo. El Plan Ambiental Ecuatoriano contendrá las estrategias, planes, programas y proyectos para la gestión ambiental nacional y será preparado por el Ministerio del ramo. Para la preparación de las políticas y el plan a los que se refiere el inciso anterior, el presidente de la República contará, como órgano asesor, con un Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable, que se constituirá conforme las normas del Reglamento de esta Ley y en el que deberán participar, obligatoriamente, representantes de la sociedad civil y de los sectores productivos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.11 Enfoque de la Investigación

El enfoque de esta investigación es mixto, donde nos permitirá integrar de una mejor manera los enfoques cualitativos y cuantitativos. Además de los métodos cuantitativos existen también los métodos cualitativos, dependiendo el objeto de investigación que se realizará o cual conviene realizar esta respectiva investigación o una combinación de ambos métodos.

En la realización de esta investigación cuantitativa se recopila los datos objetivos, además esta recopilación de valor numérico permite medir la frecuencia del fenómeno y observar en si las condiciones reales. Este método logra entrevistar un gran número de personas y una gran cantidad de datos. Dada esta investigación cuantitativa los investigadores adquieren conocimientos o hechos empíricos en el que se puede derivar relaciones entre las causas y problemas dados.

El enfoque cuantitativo está basado por las obras de Auguste Comte y Émile Durkheim. La investigación cuantitativa se considera por el conocimiento que debe ser objetivo en el cual se generará un proceso deductivo donde la medición numérica y el análisis estadístico inferencial se aprueban las hipótesis previamente formuladas, dado que este enfoque se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo en donde sus investigaciones se basan en casos con la intención de obtener los resultados que permitan realizar generalizaciones. (Universidad de Colima, 2023)

El enfoque cualitativo de investigación se enmarca en el paradigma científico naturalista, el cual, como señala Barrantes (2014), también es denominado naturalista-humanista o interpretativo, y cuyo interés “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social”.

1.12 Alcance de la investigación

1.12.1 Descriptiva

Según a este enfoque orientado a realizar este alcance descriptivo en donde se busca analizar cada una de las variables a través del instrumento de investigación en donde se conocerá las respectivas características del fenómeno que se busca exponer en su presencia a un determinado grupo humano. Donde su proceso cuantitativo se aplican análisis de datos de tendencia central y dispersión.

Además, se describe los aspectos socioeconómicos de los pequeños negocios gastronómicos, donde se fundamenta la baja visitas de turistas dentro del cantón para poder visitar los restaurantes locales, y todo esto ha ocasionado una gran pérdida económica.

En estos estudios respectivos tienen como principal función especificar las propiedades, características, perfiles de grupos, comunidades, objeto o cualquier fenómeno. Se recolectan datos de la variable de estudio y se miden. “En este tipo de estudio se observa, describe y fundamentan varios aspectos del fenómeno, no existe la manipulación de las variables, tampoco la búsqueda de causa efecto”, donde permiten la posibilidad de predecir un evento de forma rudimentaria en el que se debe tener en cuenta la base teórica correcta, además sus antecedentes deben mostrar un panorama claro en el cual su metodología de investigación se pueda plantear hipótesis. (Arias Gonzáles & Cominos Gallardo, 2021)

1.13 Técnicas e instrumentos para obtener los datos

Las técnicas utilizadas para obtener una respuesta eficiente y eficaz serán:

Encuesta. - El sondeo o encuesta es un método científico de recolección de datos de carácter cuantitativo que permite recopilar información sobre opiniones, creencias y/o actitudes de los sujetos estudiados e indagar acerca de temas múltiples, tales como pautas de conducta o consumo, prejuicios sociales, trayectorias académicas, laborales, sociales etc. (Blanco, 2011, p. 72)

Se diseñó una encuesta para ser realizada a los propietarios de los restaurantes gastronómicos del cantón Bucay. Provincia del Guayas, cuyo formato de cuestionario se muestra en el Anexo 1.

Entrevista. - La entrevista permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad. Se considera una técnica muy completa. Mientras el investigador formula preguntas y recoge respuestas objetivas, es capaz de captar sus opiniones, sentimientos y estados de ánimo, lo que enriquece la información y facilita la consecución de las metas trazadas. (García Hernández *et al*, s.f. p.3)

Observación. – La observación es un elemento fundamental en todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. (Díaz Sanjuán, 2010, p.5)

1.14 Población y muestra

El término población estadísticamente es el conjunto de personas o animales que se encuentran en un mismo lugar. Cabe señalar que se puede hablar de grupos de población, lugares o cualquier demarcación geográfica de países que tengan autonomía política. (Westreicher, 2020)

Una muestra estadística es una parte o subconjunto de un conjunto de unidades representativas, llamado población o universo, que se selecciona al azar y se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso. (López Róldan & Fachelli, 2017, p.6)

La determinación del tamaño de muestra en una encuesta no probabilística, en este tipo de muestreo denominado también modelo de muestreo representativo, donde existe distribución de variables en la población, como en este caso de propietarios de restaurantes gastronómicos en el cantón Bucay, se basa en consideraciones prácticas y viabilidad, ya que no sigue un proceso aleatorio de selección.

Aquí hay algunas razones que podrían fundamentar la elección de un tamaño de muestra de 30 personas: Limitaciones de recursos (tiempo, costo), los propietarios de restaurantes gastronómicos en el cantón Bucay son considerados bastantes solidarios para brindar la información necesaria a las preguntas de las encuestas, donde se nos permitió la realización de las encuestas con una gran facilidad para la elaboración del trabajo.

CAPÍTULO IV PROPUESTA O INFORME

1.15 Presentación y análisis de resultados

En base a todos los datos obtenidos y la información recolectada por la aplicación de encuestas en el cantón General Antonio Elizalde, a continuación, se presentará los análisis e interpretaciones de resultados.

Pregunta 1. ¿Considera usted que su negocio cumple las características para un restaurante gastronómico?

Tabla 1
Cumplimiento con características

Característica de restaurante gastronómico	Cantidad	Porcentaje %
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 1
Cumplimiento con características



Elaborado por: Yépez, (2024)

De acuerdo con los resultados obtenidos en la primera pregunta, se puede demostrar que el 100% de propietarios cumplen las características de ser un restaurante gastronómico.

Pregunta 2. ¿Hace que tiempo usted comenzó con su actividad comercial?

Tabla 2

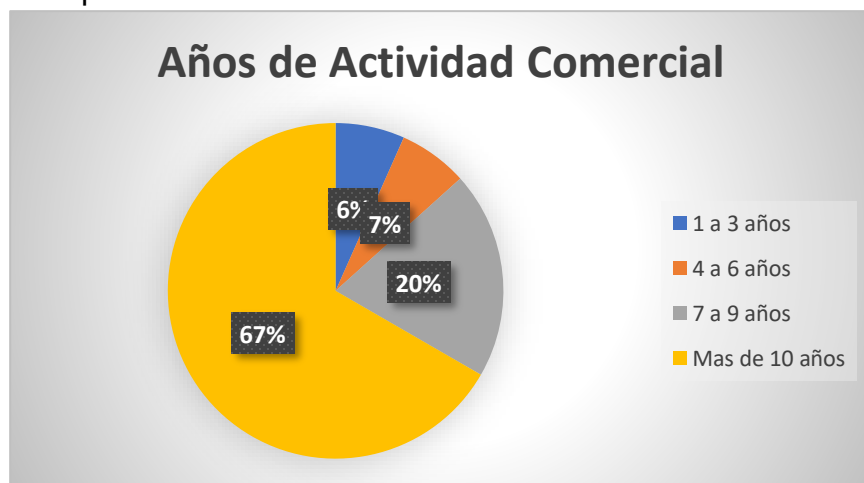
Tiempo de actividad comercial

Años de actividad comercial	Cantidad	Porcentaje%
1 a 3 años	2	6%
4 a 6 años	2	7%
7 a 9 años	6	20%
Mas de 10 años	20	67%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 2

Tiempo de actividad comercial



Elaborado por: Yépez, (2024)

De acuerdo con los resultados obtenidos de la segunda pregunta, podemos observar el año y porcentaje que empezó cada restaurante gastronómico, donde se analiza que hace más de 10 años existe la mayor cantidad de actividad comercial.

Pregunta 3.- ¿Qué tan importante considera usted conocer el origen de los platos típicos del cantón Bucay?

Tabla 3

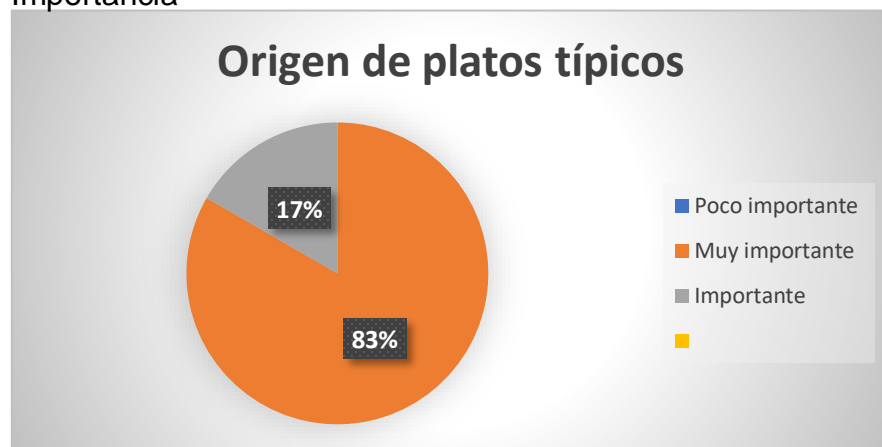
Importancia

Origen de platos típicos	Cantidad	Porcentaje%
Poco importante	0	0%
Muy importante	25	83%
Importante	5	17%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 3

Importancia



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados obtenidos donde es muy importante conocer el origen de sus platos típicos dentro del cantón Bucay, y los propietarios con 83% indican que es muy importante, y con un 17% es importante para ellos.

Pregunta 4. ¿Cuánto usted conoce sobre el marketing digital?

Tabla 4

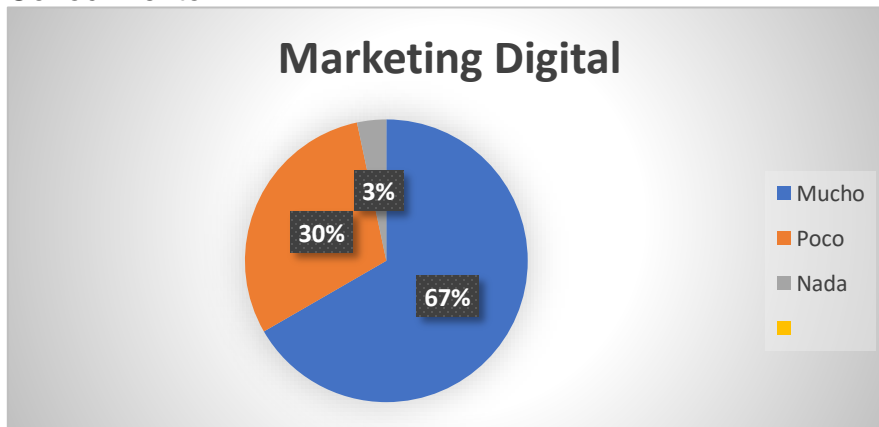
Conocimiento

Marketing digital	Cantidad	Porcentaje
Mucho	20	67%
Poco	9	30%
Nada	1	3%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 4

Conocimiento



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, donde la mayoría de propietarios tiene conocimiento sobre el marketing digital, y el otro porcentaje de población no conoce, lo cual esto limita mucho el desarrollo local.

Pregunta 5. ¿Qué tan importante considera usted conocer las formas de transformación de alimentos y bebidas que se usan en el cantón Bucay?

Tabla 5

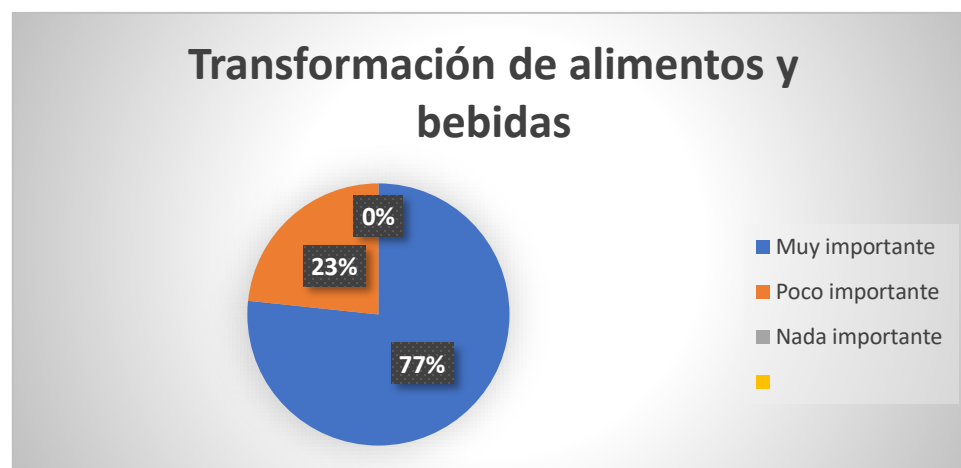
Importancia

Transformación de alimentos y bebidas	Cantidad	Porcentaje%
Muy importante	23	77%
Poco importante	7	23%
Nada importante	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 5

Importancia



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, donde se observa que es muy importante conocer todo sobre la transformación de alimentos y bebidas dentro del cantón Bucay, donde con un 77% es muy importante y con un 23% es poco importante.

Pregunta 6. ¿De qué manera obtiene sus productos para la elaboración de sus alimentos en el restaurante gastronómico?

Tabla 6

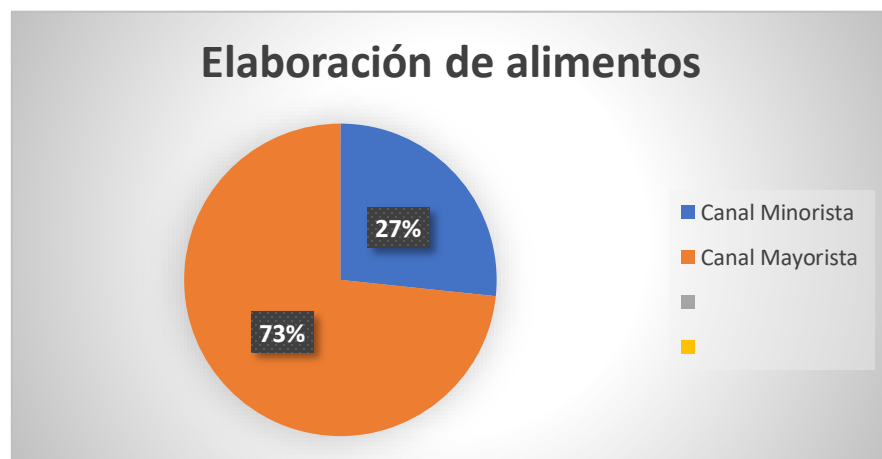
Elaboración de alimentos

Elaboración de alimentos	Cantidad	Porcentaje%
Canal Minorista	8	27%
Canal Mayorista	22	73%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 6

Elaboración de alimentos



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, de la encuesta aplicada, donde los propietarios de los restaurantes gastronómicos la mayoría nos muestra con un gran porcentaje que se abastecen del canal mayorista y cierto porcentaje restante del canal minorista.

Pregunta 7. ¿Qué tan importante considera usted a la gastronomía como factor clave para el desarrollo turístico del cantón Bucay?

Tabla 7

Factor Clave

Factor clave para el desarrollo turístico	Cantidad	Porcentaje%
Muy importante	17	57%
Poco importante	10	33%
Nada importante	3	10%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 7

Factor Clave



Elaborado por: Yépez, (2024)

Los resultados obtenidos en la encuesta, nos indica que es muy importante considerar a la gastronomía como factor clave para el desarrollo turístico, donde los propietarios de los restaurantes gastronómicos corroboraron en las encuestas.

Pregunta 8. ¿Qué tan importante considera usted generar recomendaciones de la prestación de servicios gastronómicos del cantón Bucay?

Tabla 8

Recomendaciones

Generar recomendaciones	Cantidad	Porcentaje%
Muy importante	30	100%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 8

Recomendaciones



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, donde todos los propietarios de los restaurantes gastronómicos indican en la encuesta que es de suma importancia lo de generar recomendaciones para la prestación de servicios gastronómicos en el cantón Bucay. Con un total de 100% es muy importante para todos los propietarios.

Pregunta 9. ¿Qué tan importante considera usted la inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas?

Tabla 9

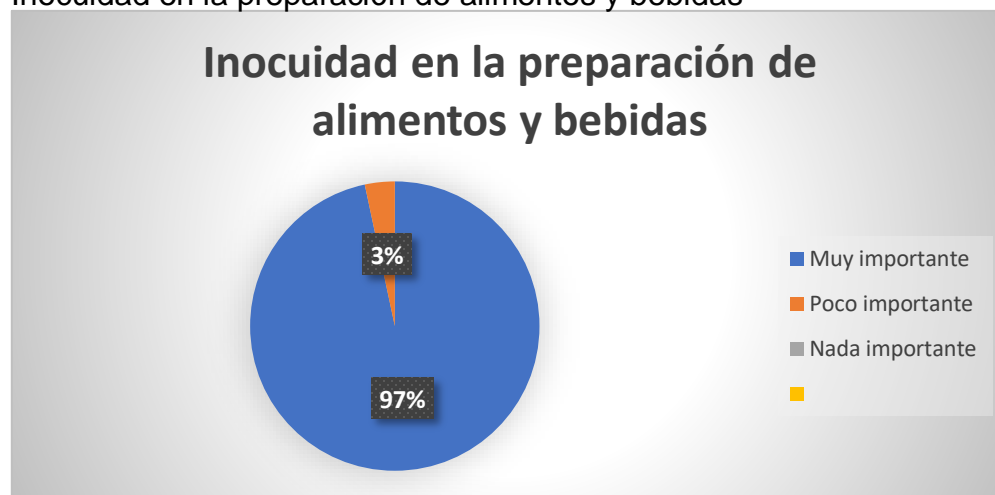
Inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas

Inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas	Cantidad	Porcentaje%
Muy importante	29	97%
Poco importante	1	3%
Nada importante	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 9

Inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados obtenidos con la realización de encuestas, donde nos muestra que es muy importante la inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas, donde la mayoría de propietarios están totalmente de acuerdo.

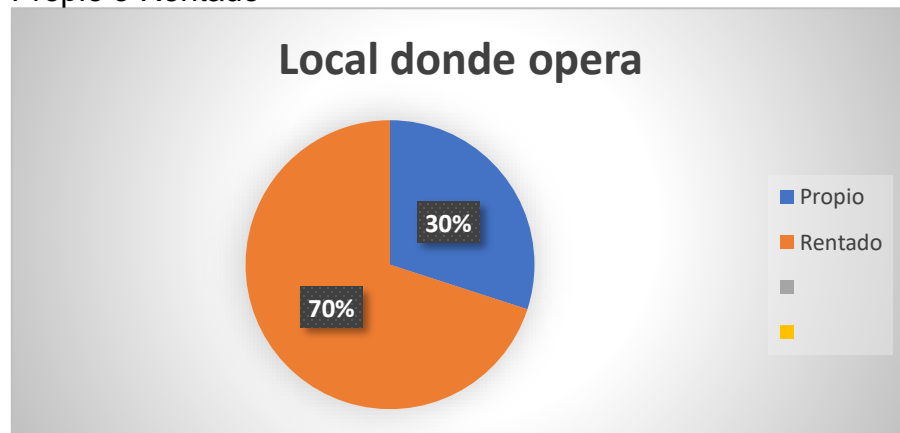
Pregunta 10. ¿El local donde opera su restaurante gastronómico es de su propiedad o esta rentado?

Tabla 10
Propio o Rentado

Local donde opera	Cantidad	Porcentaje%
Propio	9	30%
Rentado	21	70%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 10
Propio o Rentado



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, donde se puede evidenciar que el 70% de los propietarios de los restaurantes gastronómicos tiene su local rentado, mientras que el 30% es propio. Donde se corrobora su solides económica que tienen que pagar su arriendo.

Pregunta 11. ¿El ingreso generado por su restaurante gastronómico constituye el único ingreso para su familia?

Tabla 11

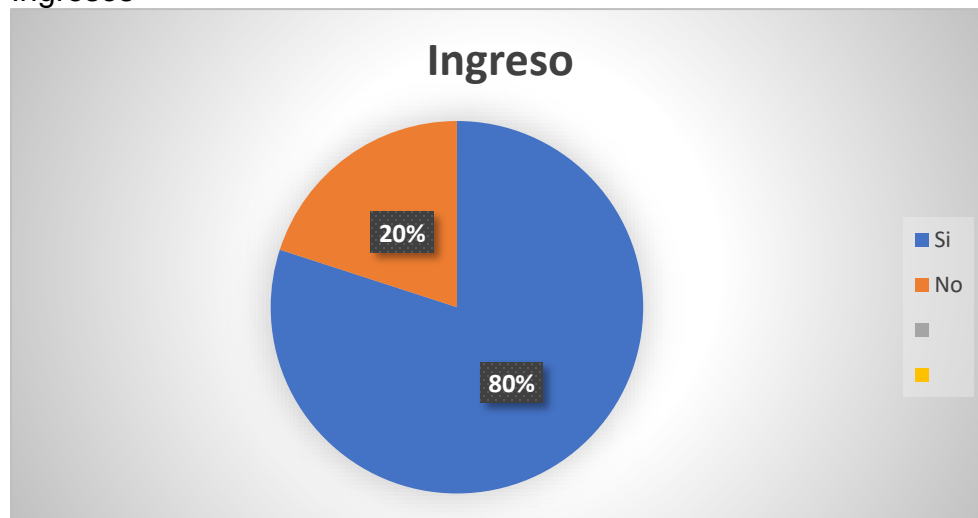
Ingresos

Ingreso	Cantidad	Porcentaje%
Si	24	80%
No	6	20%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 11

Ingresos



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados obtenidos en los restaurantes gastronómicos del cantón Bucay, donde nos indican que la mayoría con un 80% cuentan como único ingreso para su familia, y el 20% dispone de otros ingresos para su familia.

Pregunta 12. ¿Ha presenciado algún tipo de extorsión o amenaza en su negocio?

Tabla 12

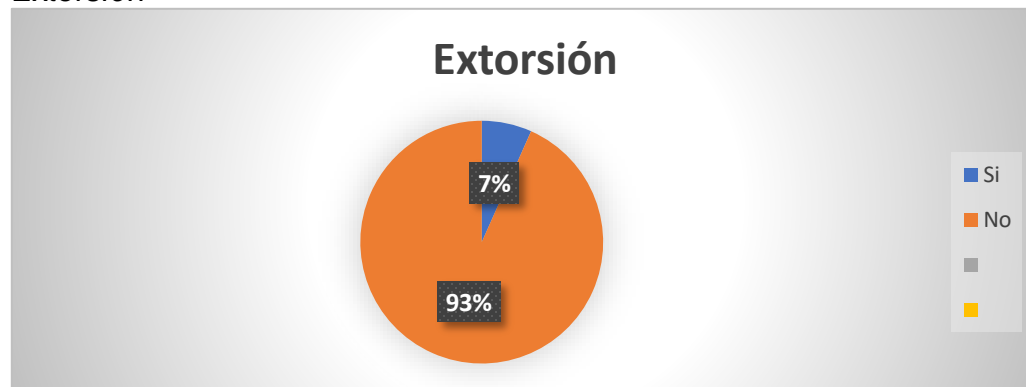
Extorsión

Extorsión	Cantidad	Porcentaje%
Si	2	7%
No	28	93%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 12

Extorsión



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de los restaurantes gastronómicos del cantón Bucay, donde el resultado de la encuesta indica que el 93% de propietarios no han percibido ni experimentado ningún tipo de extorsión o amenazas, mientras que el 2% de los propietarios si han percibido extorsiones y amenazas.

Pregunta 13. ¿Qué tan importante considera usted la calidad de productos que se ofrece en restaurantes gastronómicos?

Tabla 13
Calidad de prestación

Calidad de prestación de servicios	Cantidad	Porcentaje%
Muy importante	30	100%
Poco importante	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 13
Calidad de prestación



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, donde para los propietarios de los restaurantes gastronómicos en el cantón Bucay, es de suma importancia la calidad de productos que se ofrecen en los restaurantes gastronómicos, donde todos los propietarios estuvieron de acuerdo con un 100% en la realización de encuestas.

Pregunta 14. ¿Usted participa activamente en actividades comunitarias o locales para mejorar el entorno social en el cantón?

Tabla 14
Participación Activa

Actividades comunitarias	Cantidad	Porcentaje%
Si	7	23%
A veces	13	44%
No	10	33%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 14
Participación Activa



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados, de los propietarios de los restaurantes gastronómicos del cantón Bucay, donde se puede observar la realización de las encuestas con los resultados obtenidos, que con un 23% Si participan los propietarios en actividades comunitarias o locales, con un 44% A veces participan los propietarios de restaurantes y con un 33% No participan los propietarios de restaurantes gastronómicos del cantón Bucay.

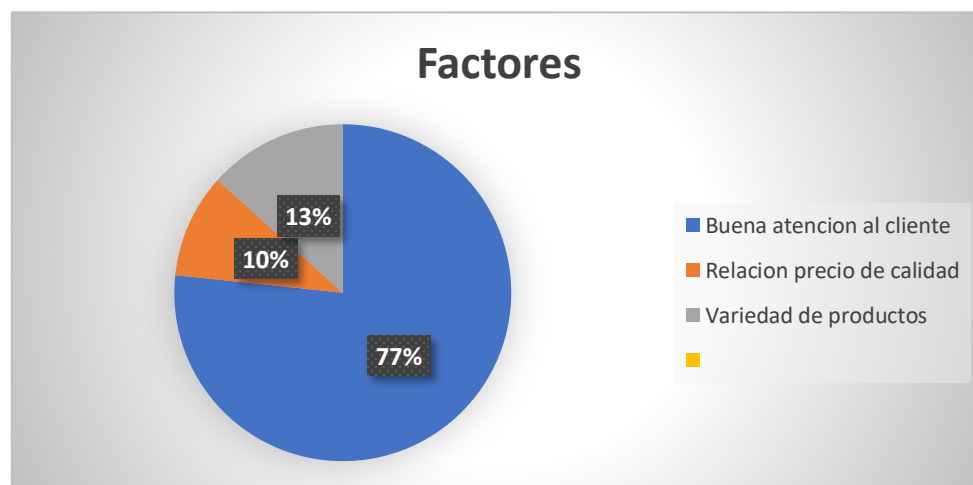
Pregunta 15. Desde su punto de vista ¿Cuáles son los factores más importantes para generar satisfacción en el cliente en su restaurante gastronómico?

Tabla 15
Factores más importantes

Factores	Cantidad	Porcentaje%
Buena atención al cliente	23	77%
Relación precio calidad	3	10%
Variedad de productos	4	13%
Total	30	100%

Elaborado por: Yépez, (2024)

Figura 15
Factores más importantes



Elaborado por: Yépez, (2024)

Se muestran los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los propietarios de los restaurantes gastronómicos en el cantón Bucay, obteniendo como resultado el 77% de buena atención al cliente, indicando que es un factor importante, con un 13% la variedad de productos y 10% la relación de precios de calidad.

1.16 Resultados de la entrevista

A continuación, se presenta los resultados obtenidos en la entrevista realizada a propietario de restaurante La Estación en el cantón Bucay provincia del Guayas.

Entrevista a propietario del restaurante

Dirigida a: Gerente y propietaria Eva Mazón

Ubicación: Cantón Bucay, provincia del Guayas.

Fecha: 01/07/2024

Nombre de quien aplica: Solange Yépez

Preguntas:

Pregunta 1.- ¿Cuál es su percepción de la situación económica sobre su restaurante gastronómico en el cantón Bucay?

Actualmente la situación económica, ha estado baja por la alta competencia de restaurantes y por la alta inseguridad que existe en el país, por tal motivo los turistas disminuyen la visita al cantón.

Pregunta 2.- ¿Cuánto tiempo tiene operando su restaurante "La estación" en el cantón Bucay?

Mi restaurante gastronómico lleva ya operando en el cantón Bucay más de 10 años

Pregunta 3.- ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta como propietario en un restaurante gastronómico en el cantón Bucay?

- Incremento de la visita de turistas al cantón Bucay
- Administración de costos de ingresos

Pregunta 4.- ¿Considera usted que los factores socioeconómicos han afectado su restaurante gastronómico?

Si

Pregunta 5.- ¿Ha implementado medidas tecnológicas para adaptarse a las nuevas tendencias?

Si, con el pasar de los años hemos implementado medidas tecnológicas, adaptándonos a todo tipo de redes sociales y eso nos ha ayudado a tener más vistas con personas fuera del cantón y país.

1.16.1 Valoración general de las encuestas

Una vez analizados e interpretados los resultados de las encuestas aplicadas a los propietarios de restaurantes gastronómicos del cantón Bucay, se realiza el siguiente análisis general.

De los resultados obtenidos se pudo corroborar que los propietarios de los restaurantes gastronómicos del cantón Bucay, provincia del Guayas, han logrado mantener su actividad comercial de manera apropiada, dentro de un periodo de tiempo conservador. Asimismo, uno de los mayores problemas de los propietarios se centra en la competencia, los cambios en el comportamiento de los clientes al comprar los productos necesarios, así como la variación de los productos comercializados.

En términos generales los propietarios de los restaurantes gastronómicos en el cantón mencionado consideran que su negocio es rentable, por lo que hacen todo lo posible para mantenerlo a flote aun con sus limitaciones de conocimientos en cuanto al marketing digital, la mayor cantidad de los negocios son rentados de sus encargados y por ende el negocio les brinda solides económica para pagar arrendamiento.

Como resultado de la investigación se proponen las siguientes acciones de mejora:

- Implementar un sistema de gestión de inventario que permita controlar de manera eficiente los productos de alimento y bebidas disponibles y prever cuando se necesite reabastecerlos.
- Invertir en la formación de su equipo para mejorar sus habilidades de atención al cliente y técnicas de venta.
- Aprovechar las redes sociales y otras plataformas en línea gratuitas o de bajo costo para promocionar tu negocio.
- Garantizar que los locales estén limpios, organizados y bien iluminados para que sean más atractivos para los clientes.
- Considerar la posibilidad de ampliar la oferta de productos para incluir opciones más ecológicas y sostenibles.
- Establecer relaciones sólidas con proveedores locales y pequeños productores.
- Implementar un programa de fidelización de clientes para recompensar la lealtad y alentar a los clientes a regresar a su restaurante.

CONCLUSIONES

- Basado en información recopilada de libros y las distintas investigaciones efectuadas, diferentes autores sostienen que el desarrollo socioeconómico está influenciado por diversas fuerzas económicas, que se dividen en su naturaleza entre los factores de producción, el avance de la tecnología y la innovación, y la falta de aspectos socioculturales. En general, los aspectos que engloba un estudio socioeconómico fueron fundamentados en el marco teórico y conceptual, dándose a conocer información sobresaliente de investigaciones previas, definiciones de cada dimensión con el fin de ampliar los conocimientos que faciliten la comprensión de la investigación.

- Como parte de los resultados obtenidos sobre indagar la situación económica y social de los propietarios de restaurantes gastronómicos, se pudo visualizar que dependen mucho de la afluencia de personas en sus establecimientos; así mismo, los ingresos también son un factor importante, ya que la mayoría de los propietarios dependen únicamente de su emprendimiento para solventar sus necesidades familiares.

- Diseñar acciones de mejora en respuesta a los resultados de la encuesta es clave para promover el desarrollo sostenible de propietarios de restaurantes gastronómicos, como el desarrollo de capacidades y el acceso a nuevas tecnologías. Las actividades planificadas se basan en los resultados del estudio y su objetivo es abordar los problemas identificados y aprovechar las oportunidades identificadas.

RECOMENDACIONES

- Para asegurar un crecimiento sostenible y de calidad en el sector gastronómico de Bucay, es esencial que el gobierno local implemente un programa integral de capacitación y certificación dirigido a propietarios y empleados de restaurantes. Este programa debe cubrir aspectos clave como higiene y seguridad alimentaria, atención al cliente y gestión empresarial, y debe ser continuo y flexible para adaptarse a las necesidades cambiantes del sector. La capacitación debe ser accesible y de alta calidad, con certificaciones que validen el cumplimiento de los estándares más elevados. Los propietarios de restaurantes deben participar activamente en estos programas, asegurando que su personal esté bien capacitado y motivado para ofrecer un servicio excepcional. La obtención de certificaciones no solo incrementará la confianza de los clientes, sino que también destacará el compromiso del restaurante con la excelencia y la seguridad.

- El gobierno local debe planificar e invertir en la mejora de la infraestructura esencial, como la red de agua potable, sistemas de saneamiento y vías de acceso, asegurando que todos los establecimientos tengan los recursos necesarios para operar de manera óptima. Además, es crucial crear incentivos fiscales y financieros para los restaurantes que realicen mejoras en sus instalaciones. Por su parte, los propietarios de restaurantes deben aprovechar estos incentivos y recursos proporcionados por el gobierno para mejorar sus instalaciones, asegurando un entorno seguro y atractivo para los clientes. Mantener una infraestructura adecuada es esencial no solo para cumplir con las normativas vigentes, sino también para mejorar la experiencia del cliente y garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

- El gobierno local debe establecer una plataforma digital que conecte a los restaurantes locales con productores agrícolas, proveedores y turistas. Esta plataforma debe incluir herramientas para la promoción de productos locales, reservas en línea y retroalimentación de los clientes. Además, el gobierno debe lanzar campañas de marketing que destaquen la rica oferta gastronómica de Bucay a nivel nacional e

internacional, promoviendo la región como un destino gastronómico de primera. Los propietarios de restaurantes deben colaborar con esta plataforma digital para promover sus negocios, actualizar constantemente la información sobre sus menús y servicios, y utilizar las herramientas de retroalimentación para mejorar continuamente la calidad de su oferta. Esta sinergia entre el gobierno y los empresarios locales no solo aumentará la visibilidad y atractivo de la gastronomía de Bucay, sino que también impulsará el desarrollo económico y turístico de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera Bornand, I. M. (2019). Patrimonialización de la alimentación, producción de un pueblo: La antigüedad como patrimonio mapuche. *Sophia Austral*, 23, 107-128. <https://doi.org/10.4067/S0719-56052019000100107>
- Aimacaña, T. (2018). *ANÁLISIS DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO COMO UNA PERSPECTIVA DEL TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA PICHINCHA*.
- Alabuela, G. D. (2018). *Investigación del patrimonio cultural-gastronómico de la comunidad Zápara en la parroquia de Llanchama-Cocha* [BachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8842>
- Alcívar Salazar, S. (2022). Diagnóstico socioeconómico de los propietarios de los micro emprendimientos de comida preparada ubicados en Sauces III a consecuencia del Covid-19. Tesis. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil [ULVR], Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5446>
- Álvarez, M. C. C. (2018). Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico.
- Armenta, Y. (2018). GASTRONOMÍA, NUTRICIÓN E HISTORIA.
- Avilés, C., Inga, F., & Garrido, A. (2021). *Saberes ancestrales alimentarios y desarrollo del turismo gastronómico en el Cantón Cañar*.
- Bessièrè, J., & Bernat, E. E. (2015). Patrimonio alimentario y turismo. Maneras de comer durante las vacaciones y diversidad de estrategias de valorización territoriales: Unecomparacion entre Francia y Espana. *IV Congreso Internacional des Observatorio de la Alimentacion y la Fundacion Alicia «Otras maneras de comer: elecciones, convicciones y restricciones»*.
- Borda, V. U., & Garzón, N. A. Q. (2020). *Creación plan de negocios en la industria gastronómica*. 132.
- Canchiña, Á. A. (2016). *Difusión del patrimonio alimentario de la nacionalidad Tsa Chila* [BachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2016]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/5478>

- Cano, L. Z., Morejón, V. M. M., & Sandoval, E. C. (2018). *La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: Un estudio empírico de la industria restaurantera*. 7.
- Chafra, J. A. C. (2021). "PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO" AUTORA.
- Conteras, S. (2021). *Herencia cultural: Definición, clasificación, características, ejemplos*
- Lifeder. <https://www.lifeder.com/herencia-cultural/>
- Córdova, C. O., & Callao, M. (2019). Promoción del marketing y el posicionamiento. *UCVHacer*, 8(4), 11-20. <https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v8n4a1>
- Crespo, E., & Gonzales, N. (2016). *Técnicas culinarias 2.ª edición*. Editorial Paraninfo.
- Cuenca, M. (2021). *Costumbres y tradiciones del pueblo Otavalo e Identidad Cultural*. Curiel, M. E. S. (2021). *Turismo Gastronómico de los Pueblos Mágicos de Jalisco*.
- Da Silva, D. (2020). *¿Qué es atención al cliente? Conoce su importancia y elementos*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/De-La-Torre>
- Torre, G. M. V., Fernández, E. M., & Naranjo, L. M. P. (2014). Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: Situación actual. *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*.
- De Moraes, M. C. (2018). *Patrimonios alimentarios, turismos y sostenibilidades*. <https://calenda.org/464488>
- Espeitx, E. (2004a). Patrimonio alimentario y turismo: Una relación singular. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213.
- Espeitx, E. (2004b). Patrimonio alimentario y turismo: Una relación singular. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 2(2), 193-213. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>
- EUFIC. (2023). *Procesado de alimentos*. <https://www.eufic.org/es/produccion-de-alimentos/categoria/procesado-de-alimentos>
- Fiallos, S. A. (2018). *Levantamiento del patrimonio alimentario y culinario de la preparación del hornado de Sangolquí* [Bachelor Thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9151>

- Flores, L. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad*.
- García, A. A. (2019). *Marketing y el turismo gastronómico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo* [BachelorThesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2019]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5626>
- Garzón, T. (2016). *ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES “SAN FRANCISCO” EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING*.
- González Alonso, J., & Santacruz Pazmiño, M. (2015). *Calculo e interpretación del Alfa de Cronbach. . . ISSN, 17*.
- Guadarrama, E., & Rosales, E. M. (2015). *Marketing relacional: Valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. Ciencia y Sociedad, 40(2), 307-340*. <https://doi.org/10.22206/cys.2015.v40i2.pp307-340>
- Guerrero, K. P. (2015). *Mercados emblemáticos del D. M. de Quito y su patrimonio alimentario: El caso del mercado Santa Clara e itinerario turístico cultural de la comuna Santa Clara de San Millán*. [BachelorThesis, Quito: UCE]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6124>
- Hidalgo Rodríguez, C. E. (2021). *Diagnóstico socioeconómico de los propietarios de microemprendimientos ubicados en la Ciudadela Panorama, Cantón Duran, Provincia del Guayas. Tesis. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil [ULVR], Guayaquil*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4513>
- Idrovo, S. I. (2016). *Estudio y propuesta de difusión de la gastronomía del cantón General Antonio Elizalde de Bucay* [BachelorThesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química].
- Idrovo, S. I. (2016). *Estudio y propuesta de difusión de la gastronomía del cantón General Antonio Elizalde de Bucay* [BachelorThesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/20540>
- López, A. (2019). *Técnicas de cocina. Tipos de técnicas culinarias*. Recetas de rechupete. <https://www.recetasderechupete.com/tecnicas-de-cocina-tipos-de-tecnicas-culinarias/26537/>
- Machado, A. M. (2016). *4. El concepto de calidad*.

- Madrazo, M. M. (2005). *Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición*.
- Matta, R. (2011). Conocimiento y poder: Prácticas alimentarias y patrimonialización cultural.
- Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. 90.
- Mendoza, M, López. A. (04 de 03 de 2024). Alcances e importancia de la cadena de valor como herramienta de diagnóstico y análisis para micro y pequeños negocios gastronómicos. Google Académico:
<https://regionysociedad.colson.edu.mx:8086/index.php/rys/article/view/1845>
- Mercado, C. E. (2007). Los ámbitos normativos, la gestión de la calidad y la inocuidad alimentaria: Una visión integral. *Agroalimentaria*, 12(24), 119-131.
- Miranda Pastuzo, M. E., & Narvaez Santos, J. A. (2023). Análisis Socioeconómico De Los Propietarios De Microemprendimientos De La Calle Isidro Acurio Y Avenida Jaime Roldós Del Cantón Milagro, Provincia Del Guayas. Tesis. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil [ULVR], Guayaquil.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/6662/1/T-ULVR-5295.pdf>
- Millán, M. G., & Agudo, E. M. (2010). *El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso*.
- Mogollón, J. H., Di-Clemente, E., & Guzmán, T. L. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación de geógrafos españoles*.
- Mora, C. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162.
<https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>
- Morales, D. (2017). *MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA Y SERVICIOS GASTRONÓMICOS PARA LOS BARES DE LA ZONA ROSA DE SANTO DOMINGO*.
- Moreira, R. (2006). Memoria y patrimonio alimentario: La importancia de los saberes empíricos. Actas do III Congreso Internacional de la Red SIAL: Alimentación y Territorios [CD].
- Moreno Dicao, K. M. (2020). Estudio Socio-Económico De Los Pequeños Emprendedores Del Sector Del Cisne 2 En La Ciudad De Guayaquil. Tesis.

- Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil [ULVR], Guayaquil.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3932>
- Moreno, P. (2020). "Patrimonio cultural inmaterial y turismo gastronómico de la parroquia Yaruquíes del cantón Riobamba".
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6636>
- Oliva, E. J. D. (2005). Del servicio y sus modelos de medición. 18.
- Palacios, A. B. (2012). Representaciones sociales de grupos culturales diversos: Una estrategia metodológica para su análisis. *Ciências Sociais Unisinos*, 48(3), 181-191. <https://doi.org/10.4013/csu.2012.48.3.01>
- Pincay, M. M., & Montalvo, A. B. (2022). *Propuesta de difusión y comercialización del patrimonio gastronómico del cantón Sucre de la provincia de Manabí*.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/19364>
- Rodríguez, M. C. C., & Rodríguez, D. R. (2009). *El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad*.
- Sáenz de Viteri, L. (2018). Diagnóstico socio-económico de los habitantes de la comuna Salango ubicada en el cantón Puerto López, provincia de Manabí. Google Académico: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2217>
- Suremain, C.-E. (2017). Cuando la alimentación se hace patrimonio. Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local (Mexico). *Revista Trace*, 72, 165. <https://doi.org/10.22134/trace.72.2017.114>
- Triviño, K., Arandia, J. C., Robles, G., & Rivera, G. (2019). FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL-GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 7(1), 45-57.
- UNESCO. (2021). *Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial*. <https://ich.unesco.org/es/tradiciones-y-expresiones-orales-00053>
- Unigarro, C. (2015). Sistemas alimentarios y patrimonio alimentario. Transculturaciones en el caso ecuatoriano. *Antropología Cuadernos de investigación*, 15, 21-34.
- UNWTO. (2019). *Turismo Gastronómico*. <https://www.unwto.org/es/gastronomia>
- Urrea, V., & Quevedo, N. (2020). *Creación plan de negocios en la industria gastronómica*.

- Utreras, D. A. (2015). *Aplicación de estrategias de diseño para la propuesta de un kit informativo turístico de los lugares más representativos de Pichincha dentro de la campaña «Viaja Primero Ecuador» (caso de estudio: Turismo gastronómico del Distrito Metropolitano de Quito)* [BachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2015]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/4573>
- Valenzuela, B., Campos, J., & Schmitt, V. (2020). *Experiencia del Cliente y Emociones: Conociendo su aplicación en soluciones digitales de taxis.*
- Venegas Benítez, C. (2024). *Análisis Socioeconómico De Los Propietarios De Los Restaurantes Del Sector Playero De La Comuna De San Pablo. Tesis.* Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil [ULVR], Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/7053>
- Villalva, M., & Inga, C. (2021). *Saberes Ancestrales Gastronómicos Y Turismo Cultural De La Ciudad De Riobamba, Provincia De Chimborazo. Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades, 13, 129-142.*

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la Encuesta



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
CARRERA DE ECONOMÍA
ENCUESTA

Dirigido: A los propietarios de los pequeños negocios gastronómicos del cantón Bucay.

Objetivo: Analizar la situación socioeconómica de los propietarios de negocios gastronómicos del cantón Bucay, provincia del Guayas.

Información que será relevante para desarrollar el proyecto de titulación: Diagnostico socioeconómico de los pequeños negocios gastronómicos del cantón Bucay, provincia del Guayas.

Información preliminar

Género

Femenino	
Masculino	

En que rango de edad se encuentra usted

- a) 18 a 25 años _____
- b) 26 a 35 años _____
- c) 36 a 45 años _____
- d) 46 a 55 años _____
- e) De 56 en adelante _____

¿Considera usted que su negocio cumple las características para un restaurante gastronómico?

a) Si: _____

b) No: _____

¿Hace que tiempo comenzó usted su actividad comercial?

a) 1 a 3 años: _____

b) 4 a 6 años: _____

c) 7 a 9 años: _____

d) Más de 10 años: _____

¿Qué tan importante considera usted conocer el origen de los platos típicos en el cantón Bucay?

a) Poco Importante: _____

b) Muy importante: _____

c) Importante: _____

¿Cuánto usted conocer sobre el marketing digital?

a) Mucho: _____

b) Poco: _____

c) Nada: _____

¿Qué tan importante considera usted conocer la forma de transformación de alimentos y bebidas que se utilizan en el cantón Bucay?

a) Muy importante: _____

b) Poco importante: _____

c) Nada importante: _____

¿De que manera obtiene sus productos para la elaboración de sus alimentos en el restaurante gastronómico?

a) Canal Minorista: _____

b) Canal Mayorista: _____

¿Qué tan importante considera usted a la gastronomía como factor clave para el desarrollo turístico del cantón Bucay?

a) Muy importante: _____

b) Poco importante: _____

c) Nada importante: _____

¿Qué tan importante considera usted generar recomendaciones de la prestación

de servicios gastronómicos del cantón Bucay?

- a) Muy importante: _____
- b) Poco importante: _____
- c) Nada importante: _____

¿Qué tan importante considera usted la inocuidad en la preparación de alimentos y bebidas?

- a) Muy importante: _____
- b) Poco importante: _____
- c) Nada importante: _____

¿El local donde opera su restaurante gastronómico es de su propiedad o esta rentado?

- a) Propio: _____
- b) Rentado: _____

¿El ingreso generado por su restaurante gastronómico constituye el único ingreso para su familia?

- a) Si: _____
- b) No: _____

¿Ha presenciado algún tipo de extorsión o amenaza en su negocio?

- a) Si: _____
- b) No: _____

¿Qué tan importante considera usted la calidad de productos en restaurantes gastronómicos?

- a) Muy importante: _____
- b) Poco importante: _____
- c) Nada importante: _____

¿Usted participa activamente en actividades comunitarias o locales para mejorar el entorno social en el cantón?

- a) Si: _____
- b) A veces: _____
- c) No: _____

Desde su punto de vista ¿Cuáles son los factores más importantes para generar satisfacción en el cliente en su restaurante gastronómico?

- a) Buena atención al cliente: _____
- b) Relación precio calidad: _____
- c) Variedad de productos: _____

Anexo 2. Formato de la Entrevista



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL CARRERA DE ECONOMÍA ENTREVISTA

Entrevista a propietario del restaurante

Dirigida a: Gerente y propietaria Eva Mazón

Ubicación: Cantón Bucay, provincia del Guayas.

Fecha: 01/07/2024

Nombre de quien aplica: Solange Yopez

Preguntas:

- ¿Cuál es su percepción de la situación económica sobre su restaurante gastronómico en el cantón Bucay?
- ¿Cuánto tiempo tiene operando su restaurante "La estación" en el cantón Bucay?
- ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta como propietario en un restaurante gastronómico en el cantón Bucay?
- ¿Considera usted que los factores socioeconómicos han afectado su restaurante gastronómico?
- ¿Ha implementado medidas tecnológicas para adaptarse a las nuevas tendencias?

Anexo 3. Evidencia de entrevista



Anexo 4. Evidencia de la Encuesta

