



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL CANTÓN BABAHOYO
PARA EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE**

AUTOR:

CARLOS GUSTAVO VERGARA OLVERA

TUTORA:

ECON. NATALIA ANDRADE MOREIRA, MSc.

GRAMATOLOGA:

LCDA. MONICA PEREZ.

GUAYAQUIL – ECUADOR
2017

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL CANTÓN BABAHYOY PARA EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE

AUTOR: CARLOS VERGARA OLVERA

Revisora:

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD:
COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA: TURISMO Y HOTELERÍA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGES: 119

ÁREAS TEMÁTICAS: Servicios personales: Hotelería, restaurantes y servicios de alimentos y bebidas.

PALABRAS CLAVE: Oferta y demanda

RESUMEN: Los estudios de mercado son la fuente que asegura la inversión de todo emprendimiento, en este caso se estudia la oferta y la demanda para el diseño de un restaurante en la ciudad de Babahoyo, sin despreocuparse del turismo y el ornato de la ciudad. La población considerada en la presente investigación es la población total de la ciudad de Babahoyo, la misma que de acuerdo al último censo nacional del 2010, se proyecta a 153.800 habitantes y de acuerdo a los resultados de la fórmula aplicada a la población se tiene una muestra de 382 involucrados.

Como resultado se obtuvo que un alto porcentaje de los que visitan la ciudad necesitan los servicios de alimentación de manera variada y con alternativas que satisfagan todas sus expectativas, por lo cual se necesita un incremento en cuanto al número de establecimientos y de los servicios que ellos ofertan así como, de trabajar en armonía con el entorno para hacer de los lugares turísticos más atractivos.

N. DE REGISTRO

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI: (X)

NO: ()

CONTACTO CON AUTOR:

Teléfono:
0980046681

E-mail:
carlosvergara309@gmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Lic. Rodrigo Ruiz

Teléfono:
0991899664

E-mail:



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

Guayaquil, 21 de marzo del 2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad de Guayaquil, certifico:

Que el Sr. **Carlos Gustavo Vergara Olvera**, ha realizado la tesis de grado titulada: **ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL CANTÓN BABAHOYO PARA EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE**, la cual he analizado aplicando las disposiciones institucionales por lo que autorizo al egresado, **Carlos Gustavo Vergara Olvera**, reproduzca el documento definitivo y lo presente a las autoridades de la Universidad, y posteriormente proceda a la exposición de su contenido.

Considerándolo aprobado en su totalidad.

ECON. NATALIA ANDRADE MOREIRA, MSc.
TUTORA

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Certifico; que he revisado la redacción y ortografía del contenido del proyecto de trabajo “ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL CANTÓN BABAHOYO PARA EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE, elaborado por el Sr., **Carlos Gustavo Vergara Olvera**, con cédula de ciudadanía N°. 120543462-2, previo la obtención del Título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA Y TURISMO**.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evitan los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la actualización de las letras.
- La aplicación de la anonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como PROFESIONAL, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRAFICA de su Proyecto Turístico previo a la obtención del Título de LICENCIADO EN HOTELERÍA Y TURISMO.

Atentamente,



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

ACTA DE RESPONSABILIDAD

CERTIFICA

El presente trabajo investigativo con el tema “ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL CANTÓN BABAHOYO PARA EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE”, realizado por **Carlos Gustavo Vergara Olvera**, egresado de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, se ajusta a los requerimientos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Guayaquil, motivo por el cual se autoriza su presentación.

Econ. Natalia Andrade Moreira, MSc.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

CERTIFICADO DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **Carlos Gustavo Vergara Olvera**, declaro ante el Consejo Directivo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Carlos Gustavo Vergara Olvera

C.I.- 120543462-2

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Dr. Galo Salcedo Rosales, PhD.
Rector de la Universidad de Guayaquil.
Presente.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema “ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL CANTÓN BABAHOYO PARA EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE”, mediante la presente y que corresponde a la Unidad Académica de la Facultad de Comunicación Social.

Carlos Gustavo Vergara Olvera
C.I.- 120543462-2



CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciado en Hotelería y Turismo, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

SECRETARIO

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios por bendecirme, para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño tan anhelado.

A la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi Directora de tesis, Econ. Natalia Andrade Moreira por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores, durante todos mis años de estudios porque cada uno de ellos ha aportado con un granito de arena a mi formación.

Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clases durante todos los niveles de Universidad, ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado grandemente a mis ganas de seguir adelante en mi carrera.

Para ellos: muchas gracias y que Dios los bendiga.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre por ser uno de los pilares más importantes y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi Padre, a pesar de no tener su presencia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi esposa y compañera de vida Martha a quien amo mucho, con quien comparto momentos significativos y quien está siempre dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis hijas Paulette y Carlita quien está por nacer muy pronto, las amo con mi vida e infinitamente ya que son mi motor para seguir adelante y triunfar siempre. A mis compañeros de aula porque sin la dedicación y apoyo entre todos, no hubiéramos lograda esta meta.

Carlos Vergara Olvera

RESUMEN

Los estudios de mercado son la fuente que asegura la inversión de todo emprendimiento, en este caso se estudia la oferta y la demanda para el diseño de un restaurante en la ciudad de Babahoyo, sin despreocuparse del turismo y el ornato de la ciudad. Utilizando algunos métodos como observación, documental, entrevistas, encuestas, al revisar la trayectoria de los hechos o sucesos que involucran la creación de restaurantes en la ciudad de Babahoyo, de igual forma se ocupó de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los restaurantes, se pretendió llegar a la verdad de las cosas, así mismo se guarda relación con el estudio de factibilidad para el diseño de un restaurante en la ciudad de Babahoyo además utilizara la parte documental de la recopilación de la información científica proveniente de libros, revistas y artículos científicos, con el de campo se recopiló la información en el lugar donde se realiza la investigación. La población considerada en la presente investigación es el total de la ciudad de Babahoyo, la misma que de acuerdo al último censo nacional del 2010, se proyecta a 153.800 habitantes y de acuerdo a los resultados de la fórmula aplicada a la población se tiene una muestra de 382 involucrados desde los 20 a 65 años de edad. Como resultado de las encuestas se obtuvo que un alto porcentaje de los que visitan la ciudad necesitan los servicios de alimentación de manera variada y con alternativas que satisfagan todas sus expectativas, por lo cual se necesita un incremento en cuanto al número de establecimientos y de los servicios que ellos ofertan así como, de trabajar en armonía con el entorno para hacer de los lugares turísticos más atractivos.

ABSTRACT

Market studies are the source that ensures the investment of all entrepreneurship; in this case the supply and demand for the design of a restaurant in the city of Babahoyo is studied, without forgetting the tourism and the city's decoration. Using some methods like observation, documentary, interviews, surveys, when reviewing the trajectory of the facts or events that involve the creation of restaurants in the city of Babahoyo, in the same way he was in charge of investigating the general laws of the operation and development of restaurants , It was tried to arrive at the truth of the things, likewise is related to the feasibility study for the design of a restaurant in the city of Babahoyo also use the documentary part of the compilation of the scientific information coming from books, magazines and Scientific articles, with the field was collected information at the place where the research is done. The population considered in the present investigation is the total of the city of Babahoyo, the same one that according to the last national census of 2010, is projected to 153,800 inhabitants and according to the results of the formula applied to the population one has a sample Of 382 involved from the age of 20 to 65 years. As a result of the surveys it was obtained that a high percentage of those who visit the city need the food services in a varied way and with alternatives that satisfy all their expectations, reason why an increase in the number of establishments and the Services that they offer as well as to work in harmony with the environment to make tourist places more attractive.

ÍNDICE GENERAL

Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología	ii
Aprobación del tutor	iii
Certificado de revisión de la redacción y ortografía.....	iv
Acta de responsabilidad	v
Certificado de Autoría de la investigación.....	vi
Cesión de Derechos de autoría	vii
Certificación de la defensa	viii
Agradecimiento.....	ix
Dedicatoria	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Índice de tablas.....	xvii
Índice de figuras	xix
CAPÍTULO I.....	1
El Problema	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Delimitación del problema.....	1
1.3. Situación en conflicto.....	2
1.4. Relevancia social.....	3

1.5. Evaluación del problema.....	3
1.6. Alcance.....	4
1.7. Formulación del problema.....	4
1.8. Objeto y campo.....	4
1.9. Objetivo general.....	4
1.10. Objetivos específicos.....	4
1.11. Justificación.....	5
1.12. Idea a defender.....	6
1.13. Interrogantes de la investigación.....	6
CAPÍTULO II.....	7
Marco teórico.....	7
2.1 Fundamentación histórica.....	7
1.1.1. Turismo actual.....	7
1.1.2. Desarrollo turístico en el Ecuador.....	8
2.2. Fundamentación teórica.....	9
2.2.1. Oferta.....	9
2.2.2. Demanda.....	11
2.2.2 Categorización de los restaurantes.....	13
2.2.3 .Estructura básica de un restaurante.....	19
1.2. Fundamentación legal.....	27
1.2.1. Ley de Turismo (2008).....	27

1.2.2. Normas de Sanidad (2005).....	29
1.2.3. Ley Orgánica de Salud (2006).....	54
1.2.4. Ley de Gestión Ambiental (2004).....	54
2.3. Definición de términos.....	55
CAPÍTULO III.....	56
Metodología.....	56
3.1. Diseño de la investigación.....	56
3.2. Tipo de investigación.....	57
3.3. Métodos teóricos.....	58
3.4. Métodos empíricos.....	59
3.5. Técnicas.....	59
3.8. Población y muestra.....	60
CAPÍTULO IV	62
Análisis de resultados.....	62
4.1. Análisis de observación.....	63
4.1.1. Comunidad de Babahoyo.....	63
4.2. Análisis de las encuestas.....	64
4.3. Análisis de la entrevista.....	72
4.4. Triangulación de resultados.....	73
CAPÍTULO V	74
Diseño	¡Error! Marcador no definido.

5.1. Objetivos.....	76
5.1.1. Objetivo general.....	76
5.1.2. Objetivos específicos	76
Inversión inicial	80
Balance inicial.....	82
CAPÍTULO VI	
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Bibliografía.....	90
Anexos.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categoría de los restaurantes	144
Tabla 2: Tipos de restaurantes dentro de cada categoría.....	14
Tabla 3: Categorización de los restaurantes	16
Tabla 4 Tipos de Restaurantes	17
Tabla 5: Clasificación de los restaurantes según su fórmula de restauración.....	18
Tabla 6: Tipos de restaurantes	19
Tabla 7 Organización e instalación de un restaurante:	20
Tabla 8: Organización e instalación de un restaurante	21
Tabla 9. Cantidad de restaurantes en la ciudad.....	64
Tabla 10. Diversidad de tipos de comidas.....	65
Tabla 11 Tipos de atención brindada en los restaurantes	66
Tabla 12. Influencias de los restaurantes en los espacios públicos.....	67
Tabla 13. Acceso a los alimentos por los precios.	68
Tabla 14. Satisfacción en la atención	69
Tabla 15. Inconvenientes en los usuarios por la atención.....	70
Tabla 16. Cambios sugeridos	71
Tabla 17. Triangulación de resultados.....	73
Tabla 18. Inversión Inicial	80
Tabla 19. Balance Inicial	82

Tabla 20. Presupuesto de Gastos Generales	836
--	------------

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Departamentos del restaurante. Fuente: Tomada de Fernández (2016).....	22
Figura 2. Cantidad de restaurantes en la ciudad	64
Figura 3 Diversidad de tipos de comidas	65
Figura 4 Tipos de atención brindada en los restaurantes	66
Figura 5. Influencias de los restaurantes en los espacios públicos	67
Figura 6. Acceso a los alimentos por los precios.....	68
Figura 7. Satisfacción en la atención.....	69
Figura 8. Inconvenientes en los usuarios por la atención	70
Figura 9. Cambios sugeridos.....	71
Figura 10. Organigrama estructural y funcional del restaurante.....	76

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En los últimos años el turismo se destacó como una de las actividades socioeconómicas más significativas del Ecuador, sobre todo por involucrar diferentes sectores económicos en su desarrollo. La actividad turística, a pesar de estar relacionada especialmente con los grandes capitales, posee ciertas particularidades que la diferencian de otras: activa el desarrollo local a través del comercio, los bares, los restaurantes, el hospedaje, las agencias de turismo, las artesanías.

En este ámbito es menester evidenciar la importancia de contar con todos los actores antes mencionados, considerando en el presente trabajo investigativo, los restaurantes, el estado, la cantidad y los servicios que los restaurantes de comida tradicional y de otras categorías existen en la ciudad de Babahoyo, a pesar de ser en número limitado, también en el servicio que se brinda, en lo cual deja mucho que desear, evidenciando una limitada oferta gastronómica.

1.2. Delimitación del Problema

1.2.1. Delimitación espacial

La investigación se realizó en la ciudad de Babahoyo.

1.2.2. Delimitación temporal

La investigación se la realizó en el primer semestre del año 2016.

1.2.3. Unidades de información

La información se la obtuvo de propietarios de restaurantes y turistas y pobladores de la ciudad de Babahoyo.

1.3. Situación en Conflicto

La ciudad de Babahoyo presenta un conjunto de contradicciones ligadas a las dimensiones local - global y desarrollo - deterioro de las tradiciones en el ámbito de los servicios que se brindan a la población y a las personas que hacen turismo, que puede ser entendido si se considera el permanente conflicto que existe entre lo nuevo y lo viejo. Sobre todo en las limitaciones que presentan en cuanto a las alternativas para los gustos más exigentes, la atención y la limitada oferta con relación al desarrollo local.

El cantón cuenta con:

- 38 restaurantes: 7 de segunda categoría, 23 de tercera categoría, 8 de cuarta categoría
- 1 cafeterías de cuarta categoría.
- 11 fuentes de soda: 3 de segunda categoría y 8 de tercera categoría.
- 6 bares: 4 de segunda categoría, y 2 de tercera categoría.

Las pequeñas y medianas empresas que brindan los servicios de alimentación son escasas, las que existen están más direccionadas a brindar un servicio popular tanto en las alternativas como en los precios y las comodidades, presentando imágenes deterioradas que repercuten en el ornato de la ciudad y cumpliendo con

pocos estándares de calidad que se exigen para su atención, son pocos los restaurantes que brindan servicios cumpliendo dichas exigencias que demandan los organismos de control para un servicio de calidad, con espacios cómodos y múltiples alternativas que satisfagan los gustos más exigentes.

1.4. Relevancia Social

La presente investigación tiene una relevancia social en el hecho en el que se pretende evidenciar las limitaciones que presenta la ciudad de Babahoyo en cuanto a los servicios de restaurantes para residentes, nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, lo que limita las posibilidades de atención a la demanda de turistas que visitan la ciudad, negando su paso al desarrollo tanto económico como turístico y social.

1.5. Evaluación del Problema

Factible: el presente proyecto de investigación es factible toda vez que se articule con la realidad del entorno y esté dirigido a solucionar los problemas que en el ámbito de brindar servicios a la comunidad se direcciona.

Útil: la utilidad del presente trabajo investigativo se ve reflejada al momento de brindar solución práctica al desarrollo local y contribuir al sector socioeconómico.

Importante: es importante para el desarrollo local por que contribuye al fortalecimiento del turismo y genera alternativas de desarrollo al sector socioeconómico.

Relevante: es de relevancia por cuanto considera para su aplicación la interrelación con otros sectores y otros factores que favorecen directamente al desarrollo local.

1.6. Alcance

La presente investigación tiene tanto un alcance económico, como social, desde el punto de vista económico está direccionado a fortalecer el aparato productivo y turístico a la ciudad de Babahoyo y en el ámbito social se considera que fortalece la cultura, la idiosincrasia y la identidad cultural de sus habitantes, por medio de la diversidad de oferta gastronómica brindada a turistas nacionales y extranjeros.

1.7. Formulación del Problema

¿De qué manera el análisis de la oferta y demanda en el diseño de un restaurante contribuye al progreso turístico y comercial del cantón Babahoyo?

1.8. Objeto y Campo

Objeto: Oferta y demanda

Campo: Empresas de alimentos y bebidas

1.9. Objetivo General

Analizar la oferta y demanda gastronómica del cantón Babahoyo para el diseño de un restaurante.

1.10. Objetivos Específicos

Sistematizar los sustentos teóricos que orientan el diseño de un restaurante.

Identificar la situación actual del cantón Babahoyo en relación al turismo, la oferta y demanda de restaurantes.

Determinar las preferencias del consumidor y su influencia en la implementación de un restaurante en la ciudad de Babahoyo.

Demostrar la factibilidad técnica y financiera de la implementación de un restaurante en la ciudad de Babahoyo.

1.11. Justificación

Después de la promulgación de la Constitución de 1988, se descentralizó a nivel nacional el poder y se transfirieron diversas responsabilidades a los estados y municipios impulsando la acción del poder local en el desarrollo. Así, los municipios asumen el rol de generadores de estrategias para el desarrollo de las ciudades.

Estos lineamientos buscan que las empresas locales se transformen en unidades de desarrollo, mejorando la calidad de vida local. Al mismo tiempo, deben ser capaces de formular estrategias de cooperación empresarial al agruparse en un mismo segmento productivo, concentradas espacialmente en la misma área geográfica como opción para mantenerse competitivas y lograr equilibrio frente a las presiones económicas y de mercado, manteniendo las características culturales, históricas, de consumo y de comportamiento de cada región.

La investigación desarrollada radica su importancia en generar alternativas que promuevan a brindar servicios de calidad en cuanto alimentación tanto a los residentes como a los turistas que visitan la ciudad, siendo los beneficiarios directos la ciudadanía y los turistas y los beneficiarios indirectos las autoridades y la sociedad en general.

1.12. Idea a defender

Si se realiza un análisis adecuado de la oferta y la demanda de alimentos y bebidas en el cantón Babahoyo se fortalecerá y se determinará la factibilidad del diseño del restaurante.

1.13. Interrogantes de la Investigación

¿Los restaurantes existentes cubren las necesidades de la población?

¿Los restaurantes existentes brindan alternativas variadas para todos los gustos?

¿Con que frecuencia visitan los Turistas el Cantón Babahoyo?

¿Qué tipo de servicio gastronómico se ofrece al turista que visitan el Cantón Babahoyo?

¿Se establece como norma que los restaurantes contribuyan con el ornato de la ciudad?

¿Existe control de los precios de los alimentos de acuerdo a la economía de la población?

¿Existen estrategias para recibir sugerencias de los usuarios por la atención?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Histórica

2.1.1. Turismo Actual.

El turismo, en la actualidad es una de los mercados más crecientes a nivel mundial. Según la OMT (2015) un número creciente de destinos de todo el mundo han visto esta oportunidad de progreso y se han abierto al turismo, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras. Durante las últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, transformándose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento constante en el mundo. Dentro de la diversidad A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han ido sumando muchos otros. A pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 104.000 millones en 1995 y 1.425.000 millones en 2014.

Como consecuencia del sorprendente avance de la tecnología, especialmente de países del primer mundo, podemos encontrar más personas con mayor tiempo libre y dinero, convirtiéndose en los principales emisores de la demanda turística, y los países en vías de desarrollo son los que deben aprovechar este mercado emergente y especializarse para recibir y manejar a una corriente turística con culturas y hábitos diferentes y conseguir así brindar la oferta requerida.

Dentro de esta nueva competencia todos los países luchan por captar la mayor parte de esta demanda puesto que muchas de sus economías comienzan a tener el rubro del turismo como un componente importante dentro del ingreso de divisas, pero también cabe indicar que esta actividad ha dejado de ser elitista y ha pasado a ser una necesidad humana. Es decir existe la necesidad de invertir el tiempo libre en una actividad que produzca satisfacción y recompensa, por lo tanto el turismo interno paso a tomar mayor importancia en todos los estados.

2.1.2. Desarrollo Turístico en el Ecuador.

Según el Ministerio de Turismo (2014) en el Ecuador, la actividad turística está representando el 4.2% del Producto Interno Bruto (PIB), que equivalente a 680 millones de dólares, cantidad importante tomando en cuenta que cerca del 80% del presupuesto general de estado está financiado por los ingresos generados por el petróleo y sus derivados y en la actualidad el mercado de estos está en eminente caída. La situación del turismo en Ecuador es altamente conflictiva, la superestructura nacional incluye el compromiso articulado por parte de los Ministerios de Turismo y Ambiente, sin embargo, estos manejan limitaciones en su presupuesto, en la colaboración Interinstitucional, la planificación, las regulaciones y la capacidad de ejercer la ley. Existe un modelo para descentralizar los servicios gubernamentales y a

pesar de que aún no ha sido implementado, ha creado confusión sobre las reglas que rigen los negocios de la actividad turística.

De la misma manera la falta de planificación en el uso de la tierra y el mal manejo de recursos ha desencadenado grandes amenazas a los recursos naturales y el turismo orientado a la naturaleza en Ecuador no posee una cadena de valor bien integrada. Los actores tienden a carecer de una perspectiva industrial y se muestran resistentes para cooperar el uno con otro.

Ecuador puede ser el destino gastronómico por excelencia a escala mundial, pues de acuerdo a un análisis de la Asociación Mundial de Turismo Gastronómico, (WFTA, World Food Travel Association), solo el 8% de los viajeros, buscan experiencias culinarias diferentes, es decir que el resto, busca una experiencia original, autóctona para satisfacer el paladar.

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Oferta

La **oferta** se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta". (Fisher & Espejo, 2012)

La **American Marketing Association** (A.M.A.), define la oferta (desde la perspectiva del negocio) como: "El número de unidades de un producto que será puesto en el mercado durante un periodo de tiempo". (Terms, 2006).

El **Diccionario de Marketing**, de Cultural S.A., define la oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta". (DM, 2012).

Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, plantean la siguiente definición de oferta de marketing: "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas. (Philip, Gary, Cámara, & Cruz, 2010) .

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda". (Andrade S. , 2012)

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender". (Mankiw, 2012).

2.2.2. Demanda

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago". (Philip, Gary, Cámara, & Cruz, 2010).

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demandase refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". (Fisher & Espejo, 2012).

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como "el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas". (DM, 2012).

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca". (Andrade S. , 2012).

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la demanda como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar". (Mankiw, 2012).

2.2.2.1. Tipos

2.2.2.1.1. Restaurante

El restaurante es aquel establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo in situ, es decir, las personas que asisten a un restaurante se sientan en las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, lo ordenan a un mozo o camarero, y una vez listos los alimentos y bebidas se los sirve en a la mesa para que consuman el pedido allí mismo.

Un restaurante es un “establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas ahí mismo, en el que se cobra por el servicio prestado”. (Herrera, 2004).

Otra concepción expone que Restaurant es un “Establecimiento público en el que se sirven comidas en menú o a la carta, a precios estipulados y a unas horas indicadas”. (Larousse, 2005)

CLASIFICACIÓN DE LOS RESTAURANTES.

Tipos de restaurantes

Existen principalmente cuatro tipos de restaurantes que se relacionan incondicional por tres factores: costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales y presencia de corriente turística nacional y extranjera. (Herrera, 2004)

Restaurantes gourmet: ofrecer platillos que atraen a personas aficionadas a comer marjales delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes son los más caros. (Herrera, 2004)

Restaurantes de especialidades: ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles. Existe otro tipo de restaurante, que es fácil de confundir con el de especialidades como es el restaurante étnico, mismo que ofrece lo más sobresaliente o representativo de la cultura gastronómica de algún país, es decir, pueden ser mexicanos, chinos, italianos, franceses, etc. (Herrera, 2004)

Restaurante familiar: sirve alimentos sencillos a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo General, estos establecimientos pertenecen a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización. (Herrera, 2004)

Restaurante conveniente: se caracteriza por su servicio rápido; el precio de los alimentos suele ser económico y la limpieza del establecimiento intachable, por lo que goza de confiabilidad y preferencia. (Herrera, 2004)

2.2.2 Categorización de los restaurantes

Melgosa, (2004) indica que las categorías de los restaurantes son: de lujo, de primera, de segunda, de tercera y de cuarta categoría. La cantidad de tenedores que distinguen esta clasificación deben figurar en publicidad e impresos del establecimiento y en las facturas. Indicados en la tabla 1:

Tabla 1:
Categoría de los restaurantes

Restaurantes de lujo	5 tenedores
Restaurantes de primera categoría	4 tenedores
Restaurantes de segunda categoría	3 tenedores
Restaurantes de tercera categoría	2 tenedores
Restaurantes de cuarta categoría	1 tenedor

Fuente: Tomado de Melgosa (2004)

Según Hinojo (2016), dentro de cada categoría se puede encontrar distintos tipos de restaurantes, indicado en la tabla 2:

Tabla 2:
Tipos de restaurantes dentro de cada categoría

Restaurante de 5 tenedores	Restaurante tradicional
Restaurante de 4 tenedores	Restaurante gourmet
Restaurante de 3 tenedores	Restaurante buffet
Restaurante de 2 tenedores	Restaurante temático
Restaurante de 1 tenedor	Restaurante fast food

Fuente: Tomado de Hinojo (2016)

Todos los restaurantes deben cumplir con requisitos generales, el diseño constructivo tiene que corresponder a cada tipo de restaurante, se debe reflejar la imagen corporativa en los exteriores, deben tener infraestructura que permita que los clientes tengan acceso fácilmente con señalizaciones exteriores, deben contar con mobiliario, lencería, utensilios e instrumentos necesario para poder laborar adecuadamente, cada restaurante realizara la distribución de mesas y mobiliario de acuerdo a su funcionamiento, deben tener dos entradas definidas una para los clientes y otra para los empleados y proveedores. (Del Toro, 2011)

Del Toro (2011), en su libro Manual del restaurante, propone categorizar a los restaurantes, según su punto de vista, como estos realmente existen en el mercado actual, esta categorización puede coincidir con la clasificación establecida por otros autores. Esto lo indica en la tabla 3.

Tabla 3: Categorización de los restaurantes

Tres tenedores o restaurantes de lujo

Tienen un Nivel de calidad elevado, excelentes condiciones y confort, atienden a un segmento de mercado específico con técnicas de restauración moderna, instalaciones con diseños exclusivos con equipos y mobiliarios de la mejor calidad, cuentan con estacionamientos con servicios de parqueaderos, portero y guardarropa, teléfono inalámbrico a disposición de los clientes, equipos de climatización, la iluminación es de acorde al diseño, el espacio para cada plaza corresponderá a no menos de dos metros cuadrados, generalmente se utiliza el servicio ruso aunque se puede implementar los demás servicios, la carta debe ser elegante, atractiva, y en varios idiomas, la oferta debe ser amplia, el bar tiene que contar con licores de marcas reconocidas, los baños deben de estar muy bien equipados con diferentes dispensadores y armarios.

Dos tenedores o restaurantes tradicionales

Tienen un nivel alto de calidad con determinadas condiciones de lujo y confort, utiliza técnicas modernas de restauración, diseño constructivo de buena calidad en el salón, cocina, bar, teléfono tradicional, equipo de climatización, iluminación de acorde al diseño, para cada plaza corresponderá a no menos 1.80 metros cuadrados, puede utilizar cualquiera de los tipos de servicios, la carta seria de diseño elegante, la oferta seria amplia, con productos de buena calidad, baños climatizados y equipados.

Un tenedor o restaurante funcional

Ofrecen un nivel de calidad aceptable, determinadas condiciones de confort, diseño constructivo con calidad en las diferentes áreas, equipadas con equipos de buena calidad, no requiere de parqueadero ni de sala de espera, para cada plaza corresponderá a no menos 1.60 metros cuadrados, se utilizare servilletas de papel o tela dependiendo del local, cuentan con baños independientes y acondicionados y puede utilizar cualquiera de los tipos de servicios.

Fuente: Tomado de Del Toro (2011)

2.2.2 Tipos de Restaurantes

Gallego, (2012) considera que la restauración cumple la función básica de ofrecer comidas y bebidas, según los servicios que ofrece se clasifican de acuerdo a la distribución en la Tabla 4:

Tabla 4 Tipos de Restaurantes

Restaurante Familiar Poco personal menú sencillo y tradicional.
Restaurantes de Mercado o Autóctonos Su estrategia se basa en ofertar productos del mercado diario como pescados, aves, carnes, mariscos, así mismo diversidad de platos en los distintos días
Restaurantes de Nueva Cocina o Cocina Libre Producen nuevas creaciones culinarias, fusionan platos autóctonos con novedades modernas.
Restaurante Cafetería Mezcla de bar, café y restaurante familiar.
Restaurante Fast Food El servicio de la comida es rápido y los clientes no tienen que esperar demasiado tiempo.
Restaurantes Temáticos En estos locales el diseño y el marketing juegan un papel fundamental, una forma de introducirse en este tipo de negocio es mediante las franquicias.
Restaurante de Hotel Muchos de ellos además de brindar comida a los clientes del hotel ofrecen sus servicios a clientes externos, también son de demanda para reuniones, matrimonios, banquetes, eventos y demás.
Restaurante de Cocina Extranjera Gracias al turismo se han desarrollado muchos de estos negocios y han encontrado poco a poco su espacio.
Bar Restaurante Musical En estos negocios la comida, bebida, moda y espectáculo son una mezcla primordial para satisfacer a los clientes.

Fuente: Tomado de Gallego (2012)

Para García & Martínez (2012), los tipos de establecimientos de alimentación se podrían clasificar según su fórmula de restauración como se muestra en la tabla 5:

Tabla 5: Clasificación de los restaurantes según su fórmula de restauración

Restaurante tipo Buffet	Se puede escoger entre variedades de platos mediante el sistema de autoservicio.
Restaurantes de comida rápida	En este tipo de restaurantes se consumen platos de alimentos de rápida preparación como hot dogs, hamburguesas, pizzas, entre otros.
Delivery food	Restaurantes de comida a domicilio.
Drive in	Este tipo de restaurantes ofrece el servicio a sus clientes en sus vehículos.
Restaurantes gourmet	Este tipo de restaurantes ofrece servicio de calidad, en cómodas instalaciones, a la carta y la comida es preparada en el momento que la ordenan.
Restaurantes temáticos	Todos los elementos del restaurante giran de acuerdo a un tema específico.
Take away	Estos restaurantes ofrecen comidas solo para llevar.

Fuente: Tomado de García & Martínez (2012)

Cooper, Floody, & McNeill (2002), Clasifican a los restaurantes en cuatro grupos principales indicados en la tabla 6:

Tabla 6: Tipos de restaurantes

Restaurante fino o gourmet	Conocido también como comedor formal, con servicio profesional y el personal capacitado.
Restaurante familiar o informal	La comida en este tipo de restaurantes no es tan exigente como en los gourmet, son muy concurridos por visitantes de la localidad.
Restaurantes de comida rápida	En este tipo de restaurantes los alimentos se pueden preparar y servir rápidamente.
Comedores sociales	Dan servicio de alimentación al personal de escuelas, hospitales, empresas, entre otros.

Fuente: Tomado de Cooper, Floody, & McNeill (2002)

2.2.3 .Estructura básica de un restaurante

La creación de un restaurante y la estructura que se le dé, depende del tipo servicio y modalidad con que se vaya a trabajar. Según Porrata, Horcas, Cutrona, Vázquez, & Pareja (2007), clasifican la organización e instalaciones de un restaurante en la siguiente forma indicada en la tabla 7:

Tabla 7 Organización e instalación de un restaurante:

Ubicación de la cocina Debe ubicarse en un lugar iluminado y con ventilación, pintada con pintura impermeable, paredes revestidas con azulejos, suelos antideslizantes, orificios de desagües, salida de gases clientes.
Iluminación e instalaciones eléctricas El trabajo de la cocina debe desarrollarse con una buena iluminación, las instalaciones eléctricas van de acuerdo a los reglamentos que se exige para cada local
Extracción de olores y ventilación La cocina debe de estar dotada de campanas extractoras, para evitar la filtración de gases, olores, vapores, humos y altas temperaturas que se podrían pasar a las demás habitaciones del restaurante.
Acústica Se debe dotar las instalaciones de materiales absorbentes de impacto, ya que los ruidos que se producen al trabajar pueden ser de molestia de los clientes.
Dotación de agua corriente El trabajo residual del agua debe efectuarse con capacidad y facilidad de abastecimiento en todas las zonas que lo requieran, ya que es de uso constante para las diversas labores del local.
Instalación de gas La red general debe de estar dotada y normalizada con llaves de corte en los diferentes puntos de trabajo.
Divisiones La existencia de distintas zonas en el local como cámaras de fríos, de abarrotes, de congelación, de faena, etc. se da por los múltiples trabajos de la cocina, las características de los alimentos y sus procesos.

Fuente: Tomada de Porrata, Horcas, Cutrona, Vázquez, & Pareja (2007)

La inclusión del estudio de todas las operaciones que se realizan en la restauración, desarrolla el potencial como profesional en el área de Alimentos y Bebidas. (Fischer, 2000)

El autor estructura el restaurante de la siguiente manera, indicada en la tabla 8.

Tabla 8: Organización e instalación de un restaurante

Recepción	Aquí los clientes pueden formar su primera impresión.
Comedor	Es el centro de la actividad del restaurante.
Cocina	Lugar de producción de los alimentos.
Cuarto de lavaplatos	Donde se maneja el lavado de loza, cristalería y cubiertos.
Bar	La rapidez al despachar las bebidas, afecta la impresión del vendedor ante el cliente.
Contabilidad	Lleva los registros financieros y contables.
Bodega	Área que contiene reservas de comida, bebidas y otras provisiones.
Oficina del gerente	Área privada del gerente y su equipo.
Coordinación	Se manejan todas las actividades asociadas al servicio del cliente.

Fuente: Tomada de Fischer (2000)

Los restaurantes cuentan con cuatro departamentos principales cocina, administración, salón o comedor y almacenamiento, cada uno con su jefe de departamento y estos a su vez se pueden dividir en sub departamentos. (Fernández, 2016)

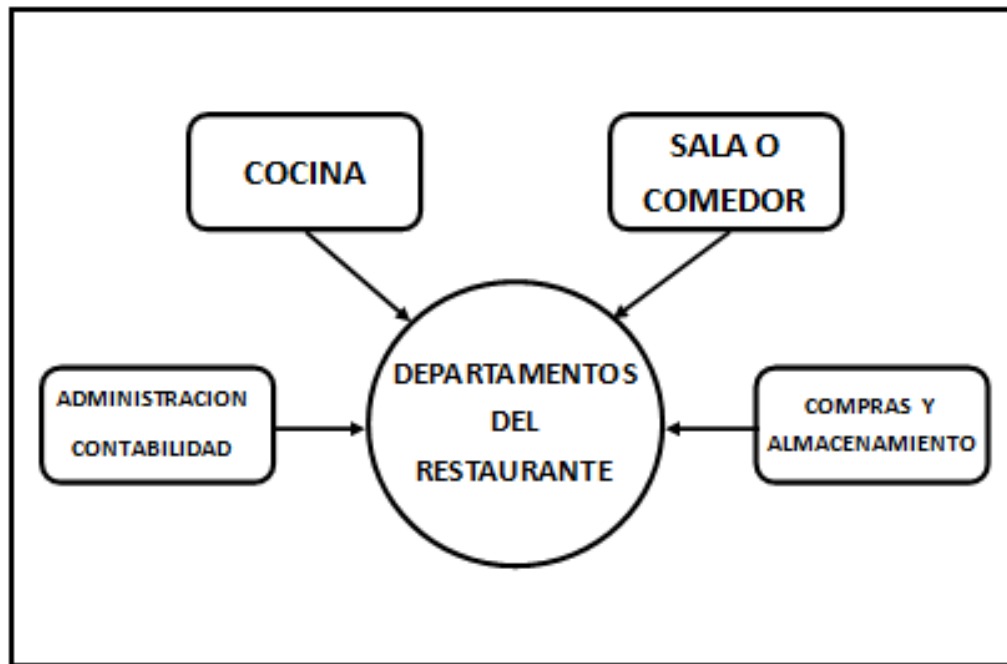


Figura 1 Departamentos del restaurante. Fuente: Tomada de Fernández (2016)

Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas

Clasificación por el tipo de comida:

En esta clasificación encontramos restaurante es:

1. Vegetarianos y macro bióticos.
2. De pescados y mariscos.
3. De carnes rojas.
4. De aves (Larousse, 2005)

Clasificación por la variedad de servicios:

Se clasifican en:

1. Restaurantes de autoservicio: establecimientos que se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., Donde el cliente encuentre una variedad de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina. (Larousse, 2005)

2. Restaurantes de menú y a la carta: Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetitos y presupuesto. (Larousse, 2005)

Los de menú ofrecen determinados platillos a precio moderado.

Ambos pueden dividirse, a su vez, en:

- De lujo: como comida internacional, servicio francés y carta de vinos.
- De primera y tipo medio: ofrecen comida internacional o nacional especializada, sin servicio francés ni carta de vinos, pero con servicio americano.
- De tipo económico: ofrecen comida de preparación sencilla con servicios mínimos, también al estilo americano. (Herrera, 2004)

Clasificación por categorías:

Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas; la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de Lujo, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado. (Herrera, 2004).

Estructura básica de un restaurante

Un restaurante básico se compone de las siguientes divisiones. Por lo general el establecimiento se divide en dos áreas principales conocidas como "Front of the House" (FOH) que compone las áreas de la entrada del restaurante y "Back of the House" (BOH) que compone las áreas de la cocina. (Herrera, 2004).

BOH (Cocina)

La cocina posee 4 áreas principales que también se les conoce como estaciones. Estas son:

Línea Caliente (Hot Food Prep) -donde se preparan todos los alimentos calientes. Se encuentra separada de la estación de los meseros y la cocina por una ventana equipada con lámparas o equipos para mantener los alimentos calientes en lo que son despachados fuera de la cocina. (Herrera, 2004).

Mesa Fría (Cold Food Prep) -donde se preparan las ensaladas, aperitivos y postres. Posee equipos para mantener los alimentos fríos, usualmente un refrigerador bajo el "counter". (Herrera, 2004).

Cuarto de Lavado (Dish Room) -donde se lavan, desinfectan y almacenan los utensilios y equipos de cocina tales como cubiertos, platos y vasos. (Herrera, 2004).

Estación de Meseros (Wait Station) -donde los meseros almacenan equipos y productos que serán utilizados para servir a los clientes tales como utensilios y condimentos. (Herrera, 2004).

FOH (Salón)

El Salón Comedor (Dining Room) -Se divide en 4 áreas principales:

La Entrada -donde el cliente al entrar obtiene su primera impresión de las facilidades. Esta área es importante porque es donde se manejan las reservaciones y se determina la ubicación de los clientes en las mesas. Otras áreas asociadas con la Entrada son el Cuarto de los Abrigos (Coat room, si aplica) y el Escritorio Principal (Front Desk). (Larousse, 2005)

Sala de Estar (Lounge) -donde los clientes se sientan a esperar por su mesa. En algunos restaurantes existe un espacio separado para esta área, usualmente cerca de la barra para generar más ventas. (Larousse, 2005)

La Barra -se utiliza para que los clientes adquieran sus bebidas y en ocasiones para que los empleados totalicen sus cheques, hagan transacciones si la barra posee un punto de ventas y/o un banco. (Larousse, 2005)

Salón Comedor -es el área más grande donde los clientes se sientan para ingerir alimentos y bebidas. El salón también posee una serie de estaciones o "bus stations" que los empleados utilizan para almacenar sus equipos, utensilios y productos. Otras estaciones que se pueden encontrar en el salón lo son la estación del pan, agua y café. (Larousse, 2005)

Turismo

La ciudad de Babahoyo siempre ha sido reconocida por sus numerosos y grandes afluentes, los que desde sus inicios sirvió de vías de acceso y donde llegaban muchas personas de todos los sectores aledaños volviéndose el centro de los comercios y transacciones, los mismos que se mantienen hasta la actualidad con la diferencia en sus forma de desplazarse ya que ahora existen numerosas vías que facilitan su desplazamiento.

Durante todos estos años la alimentación de los turistas y comerciantes ha sido un problema marcado, ya que son pocos los lugares de expendio de alimentos y de forma variada, peor aún de restaurantes que ofrezcan diversidad comodidad y confort.

Bajo esta perspectiva y considerando que la problemática se mantiene a través de los años se pretende crear un restaurante que brinde comodidad y alternativas variadas de alimentación, que mejore el ornato de la ciudad y este en armonía con el ambiente.

En Ecuador el turismo crece año tras año debido a sus extraordinarias bellezas naturales y climáticas que permiten explotar -en particular- el potencial del extenso litoral del país, promueve acciones desde el poder público; y produce ingresos y empleo (Coriolano 2003).

Asimismo, diferentes autores (Holanda & Vieira, 2003; Cordeiro & Irmão, 2006; Gonçalves & Serafim 2006; Barros & Araújo, 2006, Rezende & Rezende, 2006) han cuestionado, a partir del estudio de distintas regiones, el impacto de la actividad turística sobre el desarrollo local sustentado. Estos estudios revelan que en muchos casos la ausencia de una política pública volcada a la sustentabilidad de la actividad turística, unida a los grandes grupos empresariales sin vínculo con lo local, acaba por deteriorar las características culturales del lugar al atraer personas de otras regiones para gestionar esta actividad. Surge la especulación inmobiliaria y aumentan los precios.

Días (2006), señala que entre las actividades económicas que el Poder Municipal debe presentar merecen destacarse las siguientes: 1) considerar la micro, pequeña y medianas empresas como elementos indispensables para la generación de riquezas, o sea, de trabajo e ingreso en el territorio local; y 2) atender las expectativas de los ciudadanos locales, ofreciendo mejores servicios y calidad de vida

2.2. Fundamentación Legal

2.2.1. Ley de Turismo (2008)

CAPÍTULO I

Generalidades

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
y,

CAPÍTULO II

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

2.2.2. Normas de Sanidad (2005)

TÍTULO I

Generalidades

Artículo 1°. - Objetivos de la Norma Sanitaria

a) Asegurar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano en las diferentes etapas de la cadena alimentaria: adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización en los restaurantes y servicios afines.

b) Establecer los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables y los manipuladores de alimentos que laboran en los restaurantes y servicios afines.

c) Establecer las condiciones higiénicas sanitarias y de infraestructura mínimas que deben cumplir los restaurantes y servicios afines.

TÍTULO II

De los restaurantes y servicios afines

CAPÍTULO I

Ubicación e instalaciones

Artículo 4°.- Ubicación Los establecimientos destinados al funcionamiento de restaurantes y servicios afines deben estar ubicados en lugares libres de plagas, humos, polvo, malos olores, inundaciones y de cualquier otra fuente de contaminación. El establecimiento debe estar separado de la vivienda de su propietario o encargado. El ingreso del público al establecimiento debe ser independiente del ingreso para los abastecedores y otros servicios, o en todo caso, se establecerán períodos de tiempo diferentes para evitar la contaminación cruzada.

Artículo 5°.- Estructuras Físicas Las edificaciones del restaurante o servicios afines deben ser de construcción sólida y los materiales que se empleen deben ser resistentes a la corrosión, lisos, fáciles de limpiar y desinfectar. Sólo el área de comedor podrá ser de materiales diferentes, considerando el estilo del establecimiento (rústico, campestre, etc.). Todas las edificaciones se mantendrán en

buen estado de conservación e higiene. Asimismo, se cumplirán las siguientes condiciones:

a) Los pisos se construirán con materiales impermeables, inadsorbente, lavables y antideslizantes, no deben tener grietas y serán fáciles de limpiar y desinfectar. Según sea el caso, se les dará una pendiente suficiente para que los líquidos escurran hacia los sumideros.

b) Las paredes deben ser de materiales impermeables, inadsorbente y lavables y serán de color claro. Deben ser lisas, sin grietas y fáciles de limpiar y desinfectar. Se mantendrán en buen estado de conservación e higiene. Cuando corresponda, los ángulos entre las paredes y los pisos deben ser abovedados para facilitar la limpieza.

c) Los techos deben construirse y acabarse de manera que se impida la acumulación de suciedad y ser fáciles de limpiar.

d) Las ventanas y otras aberturas deben construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad y estarán provistas de protección contra insectos u otros animales. También deben desmontarse fácilmente para su limpieza y buena conservación.

e) Las puertas deben ser de superficie lisa e inadsorbente, además de tener cierre automático en los ambientes donde se preparan alimentos.

f) La existencia de pasadizos exige que éstos tengan una amplitud proporcional al número de personas que transiten por ellos y en ningún caso deben ser utilizados como áreas para el almacenamiento.

CAPÍTULO II

De los servicios

Artículo 8°.- Abastecimiento y Calidad de Agua El establecimiento deberá disponer de agua potable de la red pública, contar con suministro permanente y en cantidad suficiente para atender las actividades del establecimiento. Los establecimientos que tengan su propio sistema de abastecimiento de agua, deben contar con la aprobación y vigilancia por parte del Ministerio de Salud. Artículo

Artículo 9°.- Evacuación de Aguas Residuales El sistema de evacuación de aguas residuales debe mantenerse en buen estado de funcionamiento y estar protegido para evitar el ingreso de roedores e insectos al establecimiento. Los conductos de evacuación de aguas residuales deben estar diseñados para soportar cargas máximas, contar con trampas de grasa y evitar la contaminación del sistema de agua potable. El piso del área de cocina debe contar con un sistema de evacuación para las aguas residuales que facilite las actividades de higiene.

Artículo 10°.- Disposición de Residuos Sólidos Los residuos sólidos deben disponerse en recipientes de plástico, en buen estado de conservación e higiene, con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos y deben tener una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos. Dichos recipientes deben colocarse en cantidad suficiente en la cocina, comedor, baños y cualquier otro lugar donde se generen residuos sólidos y, estar ubicados de manera que no contaminen los alimentos. Para la eliminación de los residuos sólidos se debe contar con colector con tapa de tamaño suficiente, según el volumen producido, colocados en un ambiente destinado exclusivamente para este uso, de acceso fácil al servicio recolector. Este ambiente debe diseñarse de manera que se impida el acceso

de plagas y se evite la contaminación del alimento y del entorno. Se deben lavar y desinfectar a diario los recipientes plásticos y la zona de almacenamiento de residuos.

Artículo 11°.- Vestuarios y Servicios Higiénicos para el Personal Los establecimientos deben facilitar al personal espacios adecuados para el cambio de vestimenta, en el cual la ropa de trabajo no debe entrar en contacto con la ropa de uso personal. Este ambiente debe estar iluminado, ventilado y en buen estado de conservación e higiene. Para uso del personal, el establecimiento debe contar con servicios higiénicos fuera del área de manipulación de los alimentos y sin acceso directo a la cocina o al almacén. Los servicios higiénicos deben tener buena iluminación y ventilación y estar diseñados de manera que se garantice la eliminación higiénica de las aguas residuales. Los servicios higiénicos para hombres deben contar con lo siguiente:

De 1 a 9 personas: 1 inodoro, 2 lavatorios, 1 urinario.

De 10 a 24 personas: 2 inodoros, 4 lavatorios, 1 urinario.

De 25 a 49 personas: 3 inodoros, 5 lavatorios, 2 urinarios.

Más de 50 personas: 1 unidad adicional por cada 30 personas.

Artículo 12°.- Servicios Higiénicos para el Público Los servicios higiénicos para comensales no deben tener acceso directo al comedor, las puertas deben tener ajuste automático y permanecerán cerradas excepto durante las operaciones de limpieza.

Los servicios higiénicos deben mantenerse operativos, en buen estado de conservación e higiene, con buena iluminación y ventilación.

Los establecimientos en este rango de frecuencia de comensales deben adicionar un servicio higiénico para minusválidos. En forma permanente debe dotarse de provisión de papel higiénico y de recipientes de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico, para facilitar la recolección de los residuos. Los lavatorios deben estar provistos de dispensadores con jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos como toallas desechables o secadores automáticos de aire caliente. Si se usaran toallas desechables, habrá cerca del lavatorio un número suficiente de dispositivos de distribución y recipientes para su eliminación. Deben colocarse avisos que promuevan el lavado de manos. El sistema de ventilación de los servicios higiénicos natural o artificial, debe permitir la eliminación de los olores hacia el exterior del establecimiento.

CAPÍTULO III

De los equipos y utensilios

Artículo 13°. - Características Los equipos y utensilios que se empleen en los restaurantes y servicios afines, deben ser de material de fácil limpieza y desinfección, resistente a la corrosión, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos. Deben ser capaces de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección.

Las tablas de picar deben ser de material inabsorbente, de superficie lisa y mantenerse en buen estado de conservación e higiene.

Artículo 14°.- Lavado y Desinfección Para el lavado y desinfección de la vajilla, cubiertos y vasos se debe tomar las siguientes precauciones:

- Retirar primero los residuos de comidas.

- Utilizar agua potable corriente, caliente o fría y detergente.

- Enjuagarlos con agua potable corriente.

- Después del enjuague se procederá a desinfectar con cualquier producto comercial aprobado por el Ministerio de Salud para dicho uso o, con un enjuague final por inmersión en agua a un mínimo de temperatura de 80° C por tres minutos.

- La vajilla debe secarse por escurrimiento al medio ambiente de la cocina, colocándola en canastillas o similares. Si se emplearan toallas, secadores o similares, éstos deben ser de uso exclusivo, mantenerse limpios, en buen estado de conservación y en número suficiente de acuerdo a la demanda del servicio.

- El lavado y desinfección por medio de equipos automáticos debe ajustarse a las instrucciones del fabricante, cuidando de usar agua potable en cantidad necesaria. Los equipos deben lavarse al final de la jornada, desarmando las partes removibles. Todo menaje de cocina, así como las superficies de parrillas, planchas, azafates, bandejas, recipientes de mesas con sistema de agua caliente (baño maría) y otros que hayan estado en contacto con los alimentos, deben limpiarse, lavarse y desinfectarse por lo menos una vez al día.

Artículo 15º.- Almacenamiento Para el almacenamiento y protección de los equipos y utensilios, una vez limpios y desinfectados deben tomarse las siguientes precauciones:

- La vajilla, cubiertos y vasos deben guardarse en un lugar cerrado, protegido del polvo e insectos.

- Guardar los vasos, copas y tazas colocándolos hacia abajo.
- Guardar los equipos y utensilios, limpios y desinfectados en un lugar aseado, seco, a no menos de 0.20 m. del piso.
- Cubrir los equipos que tienen contacto con las comidas cuando no se van a utilizar inmediatamente.
- No colocar los equipos o utensilios cerca de drenajes de aguas residuales o cerca de recipientes de residuos.

Artículo 16°. - Mantelería

- a) Los restaurantes y servicios afines que usen mantelería, la conservarán en perfecto estado de mantenimiento y limpieza; debe guardarse limpia, en un lugar exclusivo y cerrado para este uso, libre de polvo y humedad.
- b) Las servilletas de tela deben reemplazarse en cada uso dado por el comensal.
- c) Los restaurantes que utilicen individuales de plástico deben limpiarlos y desinfectarlos después de cada uso.

CAPÍTULO IV

De la recepción y almacenamiento de los alimentos

Artículo 17°.- Recepción y Control de Alimentos El responsable de la recepción de las materias primas, ingredientes y productos procesados debe tener capacitación en Higiene de los Alimentos y, contar con Manuales de Calidad de los principales

productos alimenticios, a fin de que pueda realizar con facilidad la evaluación sensorial y físico química mediante métodos rápidos, que le permitan decidir la aceptación o rechazo de los alimentos. Los establecimientos deben registrar la información correspondiente a los alimentos que ingresan respecto de su procedencia, descripción, composición, características sensoriales, periodo de almacenamiento y condiciones de manejo y conservación. Dicha información debe encontrarse disponible durante la inspección que realice la Autoridad Sanitaria Municipal competente. También deben llevar un Registro de los Proveedores que los abastecen de alimentos, de tal modo que sea posible efectuar cualquier investigación epidemiológica o de rastreabilidad sobre la procedencia de dichos alimentos. Si la compra es directa, deben seleccionarse los lugares de compra e igualmente proceder al registro respectivo

Artículo 18°.- Del Almacén de Productos Secos Los almacenes deben mantenerse limpios, secos, ventilados y protegidos contra el ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio. Los productos químicos tales como detergentes, desinfectantes, pinturas, rodenticidas, insecticidas, combustible, entre otros, deben guardarse en un ambiente separado, seguro y alejado de los alimentos. El establecimiento no guardará en sus instalaciones materiales y equipos en desuso o inservibles como cartones, cajas, costalillos u otros que puedan contaminar los alimentos y propicien la proliferación de insectos y roedores. En el almacenamiento se tendrá en cuenta la vida útil del producto, se rotularán los empaques con la fecha de ingreso y de salida del producto del almacén con el fin de controlar la aplicación del Principio PEPS (los alimentos que ingresan primero al almacén deben ser también los primeros en salir del almacén). La distribución de los alimentos en el almacén debe observar lo siguiente:

a) Los alimentos no deben estar en contacto con el piso, se colocarán en tarimas, anaqueles o parihuelas mantenidos en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 0,20 m. del piso. Se dejará una distancia de 0,50 m. entre hileras y de 0,50 m. de la pared.

b) Los alimentos contenidos en sacos, bolsas o cajas se apilarán de manera entrecruzada y hasta una distancia de 0,60 m. del techo. Los sacos apilados tendrán una distancia entre sí de 0,15 m. para la circulación del aire. Antes de abrir cualquiera de estos envases debe verificarse que estén externamente limpios.

c) Los alimentos secos se almacenarán en sus envases originales. Los envases originales deben estar íntegros y cerrados. Los productos a granel deben conservarse en envases tapados y rotulados.

Artículo 19°.- Del Almacén de Frío En los equipos de refrigeración, la temperatura debe calcularse según el tamaño y cantidad de alimento almacenado, de tal manera que el alimento tenga una temperatura menor a 5° C al centro de cada pieza. En caso de conservar alimentos congelados, el establecimiento debe contar con equipos de congelación para que los alimentos tengan una temperatura de -18° C al centro de cada pieza. Los alimentos que se receiptan congelados deben almacenarse congelados. Los equipos de frío deben estar dotados de termómetros, colocados en un lugar visible y ser calibrados periódicamente. Las temperaturas de estos equipos deben ser registradas diariamente como parte del control. En el almacenamiento se tendrá en cuenta lo siguiente:

a) Los alimentos de origen animal y vegetal se almacenarán por separado para evitar la contaminación cruzada y la transferencia de olores indeseables. Asimismo,

se separarán los que cuentan con envoltura o cáscara, de aquellos que se encuentran desprotegidos o fraccionados.

b) Las piezas grandes de res en refrigeración no deben exceder de las 72 horas, mientras que otros tipos de carne, aves y menudencias no deben exceder las 48 horas.

c) Los equipos de refrigeración y congelación deben permitir la circulación de aire frío en forma uniforme.

d) Los alimentos se colocarán separados unos de otros y de las paredes, a fin de que el aire frío permita que los alimentos alcancen una temperatura de seguridad en el centro de los mismos.

e) En el caso de las cámaras, los alimentos se colocarán en anaqueles o tarimas de material higienizable y resistente, guardando una distancia mínima de 0,20 m. respecto del piso y 0,15 m. respecto de las paredes y el techo.

f) Las carnes y menudencias congeladas se dispondrán en bandejas o similares de material higienizable y resistente, colocadas en anaqueles o como bloques, siempre protegidas por un plástico transparente (no de color) de primer uso, para evitar la contaminación y deshidratación.

g) Los productos de pastelería y repostería se almacenarán en equipos de refrigeración exclusivos.

h) Los alimentos deben almacenarse en lo posible en sus envases originales, debidamente rotulados para su identificación y manejo del Principio PEPS.

CAPÍTULO V

De la cocina y del comedor

Artículo 21°.- La cocina debe estar ubicada próxima al comedor y debe tener fácil acceso al área de almacenamiento de las materias primas. El área de la cocina debe ser suficiente para el número de raciones de alimentos a preparar según la carga del establecimiento. Las estructuras internas están indicadas en el de la presente Norma Sanitaria. El diseño debe permitir que todas las operaciones se realicen en condiciones higiénicas, sin generar riesgos de contaminación cruzada y con la fluidez necesaria para el proceso de elaboración, desde la preparación previa hasta el servido. Los espacios en la cocina se distribuirán sucesivamente de la siguiente manera:

a) Una zona de preparación previa, próxima al área de almacén de materias primas, donde se limpiarán, pelarán y lavarán las materias primas que requieran estas prácticas.

b) Una zona de preparación intermedia destinada a la preparación preliminar como corte, picado y cocción.

c) Una zona de preparación final donde se concluirá la preparación, servido y armado de los platos o porciones para el consumo en comedor. Si el espacio físico no fuera suficiente para hacer la división mencionada en el párrafo anterior, se identificará al menos las zonas de preparación previa y para las otras zonas se hará una división en el tiempo, considerando las zonas como etapas, las que en ningún caso deben superponerse, sino que seguirán una secuencia consecutiva con el fin de evitar la contaminación cruzada. Después de cada etapa se debe realizar la limpieza

y desinfección del ambiente y superficies que se emplearán en la siguiente etapa. En ningún caso debe cocinarse en un ambiente diferente al destinado como área de cocina, ni expuesto a la contaminación. Todo el mobiliario debe ser de material liso, anticorrosivo, de fácil limpieza y desinfección. Las campanas extractoras con sus respectivos ductos, deben estar ubicadas de manera que permitan una adecuada extracción de humos y olores y cubrir la zona destinada a cocción de la cocina; su limpieza y mantenimiento se hará en forma permanente. Los lavaderos deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso, estar en buen estado de conservación e higiene, con una capacidad acorde con el volumen del servicio. Contarán además con el correspondiente suministro de agua potable circulante y red de desagüe. Los insumos en uso durante la preparación deben disponerse en sus envases originales o en recipientes con tapa de uso exclusivo para alimentos, de fácil higienización, debidamente rotulados o identificados.

Artículo 22°.- Del comedor. El local del comedor estará ubicado próximo a la cocina. La distribución de mesas y mobiliario debe ser funcional, permitiendo la adecuada circulación de las personas. El acceso al comedor debe ser lo suficientemente amplio para garantizar el tránsito de los comensales, evitando aglomeraciones tanto al ingreso como a la salida. Las puertas deben abrir hacia afuera. El mobiliario debe ser de material resistente, de fácil limpieza y mantenerse en buen estado de conservación e higiene.

En el caso de los restaurantes que exhiban alimentos preparados en el comedor, éstos se conservarán en equipos o sistemas que permitan mantenerlos a temperaturas de seguridad y su distribución debe evitar la contaminación cruzada y el

intercambio de olores. Los equipos para exhibición, como vitrinas refrigeradas, ubicados en el comedor, se mantendrán en buen estado de funcionamiento, conservación e higiene y serán de uso exclusivo para alimentos preparados.

TÍTULO III

Procesos operacionales

CAPÍTULO I

Preparación de los alimentos

Artículo 22°. - Preparación Previa: Las carnes, pescados, mariscos y vísceras se lavarán con agua potable corriente antes de someterlas al proceso de cocción, con la finalidad de reducir al máximo la carga microbiana. Las hortalizas, según corresponda, se lavarán hoja por hoja o en manojos bajo el chorro de agua potable, para lograr una acción de arrastre de tierra, huevos de parásitos, insectos y otros contaminantes. El manipulador encargado del deshojado de las hortalizas se lavará y desinfectará las manos antes de esta operación; el deshojado se realizará antes de la desinfección y bajo el chorro de agua potable. La desinfección de hortalizas y frutas posterior al lavado se efectuará con desinfectantes comerciales de uso en alimentos, aprobados por el Ministerio de Salud y, se seguirán las instrucciones del fabricante, luego se enjuagarán con agua potable corriente. Los utensilios como cuchillos y tablas, entre otros, que se utilizan para corte, trozado, fileteado, etc., de alimentos crudos, deben ser exclusivos para tal fin y mantenerse en buen estado de conservación e higiene. Durante la preparación previa de los alimentos, la cantidad de éstos sobre las mesas de trabajo no debe sobrepasar la capacidad de la superficie de dichas mesas, para evitar caídas accidentales de los alimentos al piso. Los alimentos

picados y trozados para la preparación del día que no se utilicen de inmediato, deben conservarse en refrigeración y protegidos hasta su cocción o servido.

Artículo 23°. - Descongelación La descongelación de alimentos puede realizarse en refrigeración, horno microondas o por inmersión (en envase hermético) en agua fría que corra en forma constante. Los alimentos descongelados deben ser transferidos inmediatamente a cocción. La materia prima o el alimento que haya sido descongelado, debe utilizarse inmediatamente y de ninguna manera luego de descongelado se volverá a congelar.

Artículo 24°. - Proceso de cocción Durante el proceso de cocción se verificará y registrará regularmente los tiempos y temperaturas alcanzados por los alimentos, de la forma siguiente:

a) El grado de cocción de grandes trozos y enrollados de carnes y aves debe alcanzar en el centro de la pieza una cocción completa, lo cual se verificará al corte o con un termómetro para alimentos, la temperatura estará por encima de los 80°C.

b) Las grasas y aceites utilizados para freír no deben estar quemados y deben renovarse inmediatamente cuando los cambios de color, olor y/o sabor sean evidentes.

Artículo 25°. - Conservación de Alimentos Preparados

a) Las comidas preparadas parcialmente o precocidas, con el fin de terminarlos en el momento de su pedido, deben conservarse rotuladas en refrigeración y bien tapadas para evitar su contaminación.

b) Las preparaciones a base de ingredientes crudos o cocidos perecibles de consumo directo deben conservarse en refrigeración a una temperatura no mayor de 5°C hasta el momento de su consumo. El tiempo de conservación de estos alimentos no debe permitir la alteración de sus características organolépticas.

c) Para el caso de los alimentos de mayor riesgo como cremas a base de leche y huevos crudos, el periodo de conservación no podrá ser mayor de 24 horas.

d) Los embutidos y similares deben servirse de inmediato o conservarse en refrigeración, protegidos para evitar su resecamiento y contaminación.

Artículo 26°.- Recalentamiento de Comidas El recalentamiento de las porciones que se han mantenido en frío debe hacerse lo más rápido posible y hasta alcanzar una temperatura mínima de 74°C en el centro del alimento por al menos 30 segundos y servirse de inmediato. Los alimentos recalentados que no se consuman se descartarán y no podrán regresar al refrigerador o congelador.

Artículo 27°.- Contaminación Cruzada Para prevenir la contaminación cruzada en la cocina se aplicarán las siguientes medidas:

a) Las materias primas y alimentos crudos que se almacenan en los equipos de frío estarán protegidos y se ubicarán por separado de los alimentos cocinados, pre cocidos y de consumo directo.

b) El personal encargado de la manipulación de las materias primas se lavará y desinfectará las manos antes de entrar en contacto con alimentos preparados o listos para el consumo.

c) Las tablas y utensilios que se empleen para efectuar la manipulación de los alimentos deben ser diferentes para los crudos y para los cocidos.

d) Las mesas de trabajo deben lavarse y desinfectarse después de utilizarse con alimentos crudos.

CAPÍTULO II

Servido de comidas

Artículo 28°.- Servido de comidas. La vajilla, cubiertos y vasos deben estar limpios, desinfectados y en buen estado de conservación e higiene. Se debe poner atención a su manejo de acuerdo a las siguientes indicaciones: los platos se tomarán por debajo o por los bordes, los vasos por las bases, los cubiertos por sus mangos y las tazas por debajo o por las asas, procurando no tocar con los dedos la superficie que entrará en contacto con los alimentos o la boca de los comensales. En ningún caso los platos o fuentes con las preparaciones se colocarán unos sobre otros. El agua y hielo serán potables y deben mantenerse en recipientes cerrados, limpios y desinfectados. El hielo no debe manipularse directamente con las manos, se hará con pinzas, cucharas o similares, evitándose el uso de vasos en esta práctica. El hielo utilizado en el enfriamiento de botellas, copas u otros debe ser de agua potable pero no debe utilizarse para consumo humano.

Al servir los alimentos sin envoltura, no debe utilizarse directamente las manos, sino guantes desechables, pinzas, espátulas u otros utensilios apropiados, según sea el caso. Para el servido del azúcar, café soluble y productos complementarios a la comida, como ají molido, mostaza, mayonesa, salsa de tomate u otros, se evitarán los dispensadores manuales, reemplazándolos por porciones individuales envasadas

comercialmente. En el caso del servido a la mesa de cremas y salsas no envasadas comercialmente, éstas se servirán debidamente refrigeradas en recipientes de uso exclusivo y de material de fácil lavado, que no transmita contaminación, olor o sabor a los alimentos; debiendo estar en buen estado de conservación e higiene y, cuidando de renovar completamente el contenido por cada servido a la mesa, previo lavado.

Artículo 29º.- De las Modalidades de Servicio al Consumidor Cualquiera que sea la modalidad de servicio al consumidor, incluso las que no se indican en este Artículo, se sujetarán estrictamente a los Principios de Higiene, las Buenas Prácticas de Manipulación, las Temperaturas de Seguridad y demás requisitos higiénico sanitarios que se establecen en la presente Norma Sanitaria. En las preparaciones destinadas a la modalidad de “Menú” debe aplicarse el Principio de las Temperaturas de Seguridad y condiciones estrictas de higiene, completándose el servido de raciones en un periodo máximo de 3 horas. En la modalidad de “Autoservicio” debe protegerse los alimentos mediante el uso de medias campanas sobre la mesa de servido, las cuales impiden el acercamiento excesivo del comensal a los alimentos y por lo tanto su posible contaminación con cabellos, saliva, ropa, etc. En la modalidad de “Autoservicio” en la cual las raciones son servidas por un manipulador, la protección de los alimentos debe ser mayor, teniendo en cuenta que no hay contacto con el consumidor. En todos los casos las preparaciones tendrán utensilios exclusivos para su servido que aseguren su manipulación correcta. Durante la exhibición de los alimentos vía autoservicio se aplicará en forma estricta el Principio de las Temperaturas de Seguridad. En la modalidad de “Servicio a Domicilio” deben cumplirse las siguientes condiciones higiénicas del transporte de las comidas:

a) Uso de envases desechables de primer uso que contengan las preparaciones.

b) Las salsas de fabricación industrial deben estar en sus envases originales.

c) Debe aplicarse el Principio de Temperaturas de Seguridad, para lo cual se utilizarán contenedores térmicos para su transporte en el caso de tiempos mayores a 1 hora.

d) Los contenedores deben tener cierre hermético y mantenerse cerrados con un sistema de seguridad que no permita la manipulación a personas no autorizadas.

e) Distribuir los alimentos en el contenedor evitando la contaminación cruzada entre éstos.

Artículo 30º.- Atención al Consumidor El área de atención al consumidor, según las modalidades del servicio, debe tener su mobiliario y mantelería en buen estado de conservación e higiene. Si la modalidad lo requiere, se colocarán recipientes para basura con bolsas plásticas y tapas de vaivén que se mantendrán en buen estado de conservación e higiene, no permitiendo que los residuos rebasen su capacidad. Se promoverá la higiene de manos de los comensales como medida sanitaria, a través de mensajes educativos y de elementos de uso individual como toallitas o gel desinfectante, entre otros.

TÍTULO IV

La salud, higiene y capacitación del personal

Artículo 34°.- Salud del Personal La administración del restaurante o servicios afines es responsable del control médico periódico de los manipuladores de alimentos que trabajan en dichos establecimientos. No debe permitirse que aquellos que padecen enfermedades infectas contagiosas, diarreas, heridas infectadas o abiertas, infecciones cutáneas o llagas, continúen con la manipulación de los alimentos, hasta que se verifique el buen estado de su salud.

Artículo 35°.- Higiene y Hábitos del Personal Los manipuladores de alimentos deben mantener una esmerada higiene personal, especialmente en el lavado de manos, de la siguiente forma:

- a) Antes de iniciar la manipulación de alimentos.
- b) Inmediatamente después de haber usado los servicios higiénicos.
- c) Después de toser o estornudar utilizando las manos o pañuelo.
- d) Después de rascarse la cabeza u otra parte del cuerpo.
- e) Después de manipular cajas, envases, bultos y otros artículos contaminados.
- f) Después de manipular alimentos crudos como carnes, pescados, mariscos, etc.
- g) Después de barrer, trapear pisos, recoger y manipular los recipientes de residuos, limpiar mesas del comedor, tocar dinero y, todas las veces que sea necesario. Los manipuladores de alimentos también deben observar hábitos de higiene estrictos durante la preparación y servicio de los alimentos, tales como, evitar

comer, fumar o escupir. Ellos deben tener las uñas recortadas, limpias y sin esmalte y, sus manos estarán libres de objetos o adornos personales como joyas, relojes u otros.

Artículo 36°.- Vestimenta Los manipuladores de alimentos (del área de cocina) deben usar ropa protectora de color blanco que les cubra el cuerpo, llevar completamente cubierto el cabello y tener calzado apropiado. Toda la vestimenta debe ser lavable, mantenerla limpia y en buen estado de conservación, a menos que sea desechable. El resto del personal debe usar ropa protectora mantenida en buen estado de conservación e higiene. Los operarios de limpieza y desinfección de los establecimientos deben usar delantales y calzados impermeables.

Artículo 37°.- De la Capacitación Sanitaria La capacitación sanitaria de los manipuladores de alimentos es responsabilidad de la administración del establecimiento y tiene carácter obligatorio para el ejercicio de la actividad, pudiendo ser brindada por las Municipalidades, entidades públicas y privadas, o personas naturales especializadas. Dicha capacitación debe efectuarse por lo menos cada seis (06) meses mediante un programa que incluya los Principios Generales de Higiene, las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas, entre otros. La capacitación del Equipo de Autocontrol Sanitario a que se refiere el Artículo 42° de la presente Norma Sanitaria, debe incluir los siguientes temas:

a) Contaminación de Alimentos y Enfermedades de Transmisión Alimentaria relacionadas a alimentos preparados.

b) Principios Generales de Higiene.

c) Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas.

- d) Programas de Higiene y Saneamiento.
- e) Bases del sistema HACCP aplicado a Restaurantes o Servicios Afines.
- f) Aplicación de las Fichas de Evaluación Sanitaria de Restaurantes.
- g) Cumplimiento de la presente Norma Sanitaria.

TÍTULO V

Las medidas de saneamiento

Artículo 38°.- Limpieza y Desinfección del Establecimiento Los establecimientos deben contar con un Programa de Higiene y Saneamiento en el cual se incluyan los procedimientos de limpieza y desinfección para satisfacer las necesidades del tipo de restaurante o servicio de comidas que se ofrece, utilizando productos autorizados por el Ministerio de Salud. Los detergentes que se utilicen deben eliminar la suciedad de las superficies, manteniéndola en suspensión para su fácil eliminación y, tener buenas propiedades de enjuague. Deben ser compatibles con otros productos desinfectantes empleados en el Programa de Higiene y Saneamiento y no ser corrosivos.

Artículo 39°.- Prácticas de Limpieza y Desinfección

a) Las superficies de las áreas de trabajo, los equipos y utensilios, deben limpiarse y desinfectarse a diario, tomando las precauciones adecuadas para que los detergentes y desinfectantes utilizados no contaminen los alimentos.

b) Durante las actividades en la cocina solo se pueden recoger alimentos, líquidos del piso u otros desperdicios accidentales con un trapo húmedo, nunca con escoba, porque se puede levantar contaminación del piso hacia los alimentos.

c) Inmediatamente después de terminar la jornada de trabajo o cuantas veces sea necesario, los pisos deben limpiarse minuciosamente y desinfectarse, incluidos los desagües, las estructuras auxiliares y las paredes de la zona de manipulación de alimentos.

d) Los vestuarios y servicios higiénicos deben mantenerse limpios en todo momento. e) Se deben limpiar y desinfectar las sillas para niños después de cada uso.

f) Debe disponerse de áreas o compartimentos para el almacenamiento de los implementos de aseo y sustancias utilizadas para la limpieza, tales como escobas, escobillas, detergentes, etc., los cuales deben mantenerse y almacenarse de forma que no contaminen los alimentos, los utensilios, el equipo o la ropa.

g) Después de la limpieza, en el procedimiento de secado debe utilizarse materiales absorbentes.

h) Debe verificarse la eficacia de los procedimientos de limpieza y desinfección mediante vigilancia microbiológica de las superficies que entran en contacto con los alimentos, como mínimo 4 veces al año.

Artículo 40°.- De las Plagas y Animales Los establecimientos deben conservarse libres de roedores e insectos. Para impedir su ingreso desde los colectores, en las cajas y buzones de inspección de las redes de desagüe se

colocarán tapas metálicas y trampas en su conexión con la red de desagüe. La aplicación de rodenticidas, insecticidas y desinfectantes debe ser realizada por personal capacitado, usando solamente productos autorizados por el Ministerio de Salud y de uso en salud pública, teniendo cuidado de no contaminar los alimentos o superficies donde se manipulan. Queda expresamente prohibida la presencia de cualquier animal en cualquier área del establecimiento.

Artículo 41°.- Almacenamiento de Plaguicidas y Desinfectantes Los plaguicidas, desinfectantes u otras sustancias tóxicas que puedan representar un riesgo para la salud, deben estar etiquetados adecuadamente con un rótulo en el que se informe su toxicidad, modo de empleo y medidas a seguir en el caso de intoxicaciones. Estos productos deben almacenarse en lugares separados o armarios cerrados con llave, especialmente destinados para este efecto y sólo serán distribuidos y manipulados por el personal capacitado.

TÍTULO VII

Las Infracciones, medidas de seguridad y sanciones

Artículo 45°.- De las Infracciones Constituyen infracciones a la presente Norma Sanitaria, las siguientes:

Respecto a la infraestructura e instalaciones

- a) No contar con la estructura física en buen estado de conservación e higiene en el área de almacenamiento y de preparación de alimentos.
- b) No contar con abastecimiento de agua potable.

- c) No contar con servicios higiénicos limpios y operativos.
- d) Dar otros usos al establecimiento diferentes al autorizado.
- e) Incumplir con las disposiciones relativas al saneamiento del establecimiento.

Respecto a la preparación de alimentos

- a) Preparar alimentos con productos alimenticios falsificados, adulterados, de origen desconocido, deteriorados, contaminados, con envase abollado, sin rótulo y/o con fecha de vencimiento expirada.
- b) No contar con equipos operativos que aseguren la cadena de frío cuando se almacenen y expendan alimentos que requieren refrigeración o congelación.
- c) Exhibir, almacenar y comercializar alimentos junto con productos tóxicos, como detergentes, jabones, desinfectantes y otros de alto riesgo.
- d) Permitir la presencia de animales domésticos en los ambientes del establecimiento.

Respecto a los manipuladores de alimentos

- a) Incumplir con las disposiciones de higiene y hábitos personales.
- b) No asistir o incumplir con las disposiciones relativas a la capacitación obligatoria.
- c) Permitir que los manipuladores de alimentos continúen con sus actividades cuando presenten signos visibles de enfermedad y otros riesgos.

2.2.3. Ley Orgánica de Salud (2006)

CAPÍTULO II

La Alimentación y Nutrición

Art. 16.- El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes. Esta política estará especialmente orientada a prevenir trastornos ocasionados por deficiencias de micro nutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios.

2.2.4. Ley de Gestión Ambiental (2004)

Dispone que el Ministerio del Ambiente, por su parte, deba coordinar con los organismos competentes sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes. Por otro lado, se establece que las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental.

Esta Ley y su Respectivo Reglamento para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, son aplicados en lo que tiene que ver con el recurso aire a través de la Norma de Emisiones al Aire desde fuentes fijas de combustión, previsto en el Libro VI, Anexo 3 del Texto Unificado de Legislación Secundaria Ambiental, en donde se establecen los límites permisibles, disposiciones y prohibiciones para

emisiones de contaminantes del aire hacia la atmósfera desde fuentes fijas de combustión. Otro capítulo importante dentro del Texto Unificado de Legislación Secundaria Ambiental es aquel que se refiere a la Norma de Calidad del Aire Ambiente y que se estipula en el Libro VI, Anexo 4 del mismo en la cual se establecen los límites máximos permisibles de contaminantes en el aire ambiente a nivel del suelo. Esta norma también provee los métodos y procedimientos destinados a la determinación de las concentraciones de contaminantes en el aire ambiente.

2.3. Definición de Términos

Gastronomía: Palabra de origen griego, de “gaster” o “gastros”, que quiere decir vientre o estómago y nemein, que significa gobernar o digerir. Son los conocimientos de todo lo relacionado con la nutrición del hombre, arte de preparar y de comer un buen manjar. (Herrera, 2004)

Gourmet: Persona capaz de juzgar y degustar la suculencia de un plato bebida. (Herrera, 2004)

Gastrónomo: Gourmet capaz de hacer cualquier preparación. (Larousse, 2005)

Las cafeterías: presentan diversas modalidades en su servicio, lo cual las diferencia entre sí, aunque guardan características comunes al ofrecer comida sencilla y rápida, además de bebidas ligeras, generalmente con mantel individual. (Herrera, 2004)

Los drive-in: (anglicismo que significa “servicio en su auto”), proporcionan servicio en el propio vehículo dentro del estacionamiento o pasando por una zona autorizada, para que con el mismo automóvil solicite su servicio por medio de una

bocina / micrófono y sin perder el orden de la fila, efectúe su pago en una ventanilla y recoja su pedido ahí mismo o en una próxima. (Herrera, 2004)

Los restorrrutas: se encuentran estratégicamente en las carreteras y ofrecen servicios adicionales como gasolineras, servicio de alimentos a la mesa o para llevar, y tienda de artículos típicos de la región, así como información turística. (Herrera, 2004)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

Es necesario señalar que el diseño de esta investigación, requirió el de revisar los métodos conocidos, y se concluye que se involucra varios métodos para que los resultados de este proceso den una propuesta de negocios con mayor probabilidades de éxito.

De la combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, surge la investigación mixta, misma que incluye las mismas características de cada uno de ellos, Grinnell (1997), citado por Hernández et al (2003:5) señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones ó ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones ó ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones ó ideas; o incluso para generar otras. (Tlatemoani, 2013).

Este enfoque mixto es utilizado en el presente trabajo investigativo desde su inicio con la percepción del problema, luego en la confirmación, levantamiento de la información, análisis de los resultados la representación, interpretación de los resultados y la generación de propuestas alternativas.

3.2. Tipo de investigación

Descriptiva.- Un estudio descriptivo es aquél en que la información es recolectada sin cambiar el entorno (es decir, no hay manipulación). En ocasiones se conocen como estudios “correlacionales” o “de observación.” La Oficina de Protección de Investigación Humana (OHRP), define un estudio descriptivo como “cualquier estudio que no es verdaderamente experimental.”

En la presente investigación se ofrece información acerca del estado de la población involucrada, las asociaciones con otros fenómenos o problemas y las relaciones entre sucesos que afectan a la población.

3.3. Métodos Teóricos

Histórico-Lógico.- Utilizado al revisar la trayectoria de los hechos o sucesos que involucran la creación de restaurantes en la ciudad de Babahoyo, a través de la historia, el desarrollo de la ciudad de Babahoyo, la afluencia de turistas y la atención que se brinda en cuanto a servicios de alimentos. De igual forma con lo lógico se ocupó de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los restaurantes, para la interpretación de los resultados.

Analítico- Sintético.- Método filosófico dualista por medio del cual se pretendió llegar a la verdad de las cosas, primero analizando los parámetros que involucran la creación de un restaurante, después de reunidos los elementos que tienen relación lógica entre sí, se sintetizó hasta completar y demostrar la posible verdad de lo investigado expresado en las conclusiones.

Inducción– Deducción.- Se debe tener en cuenta que, en cualquier área del conocimiento científico el interés radica en poder plantear hipótesis, leyes y teorías para alcanzar una comprensión más amplia y profunda del origen, desarrollo y transformación de los fenómenos que en este caso guarda relación con el estudio de factibilidad para el diseño de un restaurante en la ciudad de Babahoyo y no quedarse solamente con los hechos empíricos captados a través de la experiencia sensible.

3.4. Métodos Empíricos

Documental.- Es el tipo de investigación utilizada en la recopilación de la información científica proveniente de libros, revistas y artículos científicos, es la que fundamenta la parte del contenido científico y en la cual se afianza el presente trabajo.

De Campo.- Aplicada en la recopilación de la información ya sea en la observación directa, en las encuestas y entrevistas aplicadas en el lugar donde se realiza la investigación.

3.5. Técnicas

Las siguientes son las técnicas que se consideran las más apropiadas para la presente investigación.

Observación.- Tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico. Se utilizó la observación directa durante toda la investigación y principalmente al confirmar el hecho problemático con una ficha o guía de la observación en el lugar de los hechos.

Encuesta.- Técnica utilizada en la recopilación de la información por medio de un cuestionario es de manera informal, en forma masiva a toda la población de turistas y residentes.

Entrevista.-Técnica que se aplica con la ayuda de un cuestionario de preguntas y se lo hace de manera formal a los gerentes de los restaurantes existentes.

3.6. Instrumentos

Los instrumentos utilizados en la presente investigación son los cuestionarios de preguntas abiertas y cerradas, utilizados en la aplicación de encuestas, entrevistas cada una con nueve preguntas y en las fichas de observación con preguntas abiertas en un número de cinco.

3.7. Software que se utilizó

El programa que se utilizó en las diferentes etapas de la investigación es: Microsoft Office Word, Excel, Power Point 2010.

3.8. Población y muestra

3.8.1. Población

La población considerada en la presente investigación es la población total de la ciudad de Babahoyo, la misma que de acuerdo al último censo nacional del 2010, se proyecta a 153.800 habitantes distribuidos en las 8 parroquias 4 urbanas y 4 rurales, se consideró una referencia de 382 habitantes y turistas desde los 20 a 65 años, ya que no existe un registro de visitantes o turistas en el Cantón Babahoyo. La

misma que tiene influencia directa en las actividades que se realizan en la ciudad y en las actividades alimenticias y de turismo.

3.8.2. Muestra

La muestra está determinada por el resultado de la siguiente fórmula, la cual se le aplicara al total de la población.

Simbología

n = Tamaño de la muestra

N = Población total o universo (153800)

Z = Porcentaje de fiabilidad del 95% (1,96)

p = Probabilidad de ocurrencia (0,5)

q = Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

e = Error de muestreo del 5% (0,05)

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * 153800 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (153800 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 153800 * 0,25}{0,0025 * 153800 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{147.709,52}{384,5 + 0,9604}$$

$$n = \frac{147.709,52}{385,4604}$$

$$n = 382,20 \text{ Habitantes}$$

Para la presente investigación y de acuerdo a los resultados de la fórmula aplicada a la población se tiene una muestra de 382 involucrados (Turistas, propietarios de restaurantes, empleados de los restaurantes y habitantes de la ciudad de Babahoyo).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para la ejecución del siguiente proceso de investigación se consideran tres técnicas aplicarse, las mismas que se detallan de manera sistemática, empezando con la observación, cuya técnica fue aplicada para comprobar la problemática y guiar en el establecimiento de los problemas, los objetivos y las hipótesis del trabajo investigativo.

Luego se detalla las encuestas realizadas a la población tanto residentes, trabajadores de restaurantes, como a los turistas que llegan a la ciudad de Babahoyo,

quienes son los que requieren de los servicios de alimentación, para conocer sus inquietudes y necesidades.

Así mismo se realizó entrevistas a los propietarios y administradores de los restaurantes, para conocer sus puntos de vistas acerca del aporte al desarrollo económico, social y cultural de la ciudad que hacen con sus actividades comerciales.

4.1. Análisis de Observación

4.1.1. Comunidad de Babahoyo

Una vez realizada la observación, se pudo evidenciar que en la ciudad de Babahoyo existe una oferta de restaurantes que no satisface la demanda, los que existen son restaurantes populares y unos cuantos con tipos específicos de comida como la vegetariana, marisquería y algunos en el que se brindan comodidades y más alternativas en cuanto a variedad de alimentos.

Al verificar el comportamiento de los turistas, estos asisten más a los restaurantes que están en los mismos hoteles y en algunos casos a las marisquerías o los que ofrecen comida vegetariana, siendo casos excepcionales visitar los comedores populares donde sus precios son muy cómodos o económicos.

Según la información de los dueños de los restaurantes sus anhelos son diseñar restaurantes de acuerdo a la cultura del cantón Babahoyo. En el que sus empleados se sientan orgullosos de trabajar y sus clientes disfruten la experiencia de comer en un lugar y este con la comodidad que merecen.

4.2. Análisis de las encuesta

1).- La cantidad de restaurantes en la ciudad, ¿Cómo es considerada?

Tabla 9. Cantidad de restaurantes en la ciudad

Respuesta	Número	Porcentaje
Excesiva	23	6
Insuficientes	334	87
Escasos	25	7
Total	382	100

Fuente: Elaboración propia

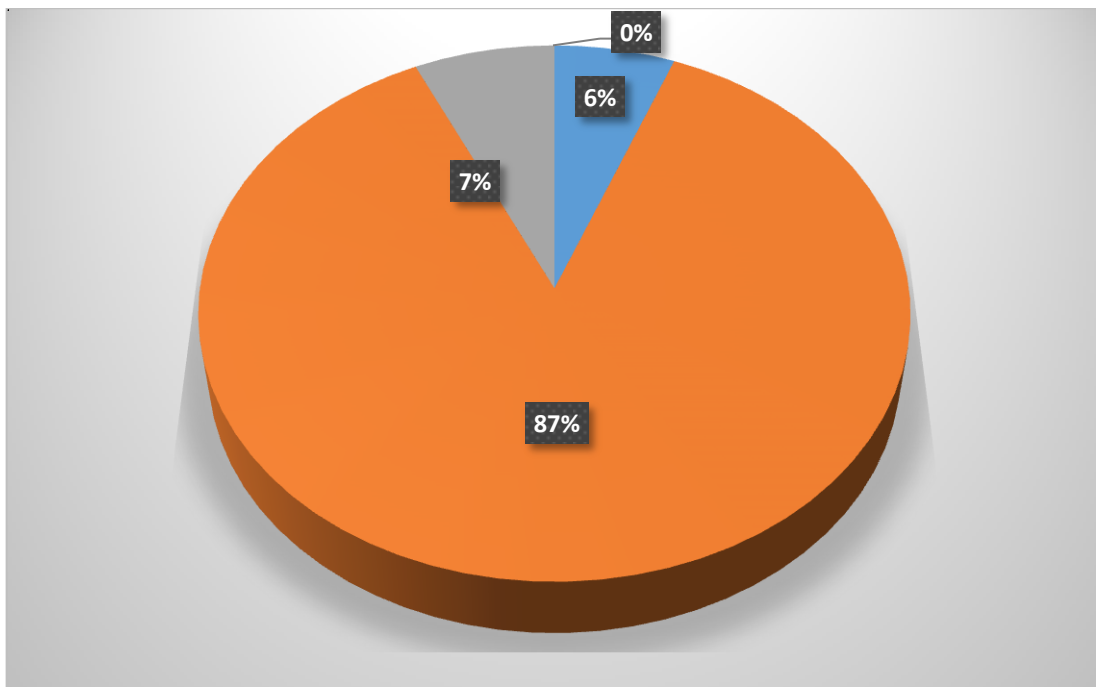


Figura 2. Cantidad de restaurantes en la ciudad

2).- ¿Los restaurantes presentan diversos tipos de comidas?

Tabla 10. Diversidad de tipos de comidas

Respuesta	Número	Porcentaje
Si	23	6
No	334	87
A veces	25	7
Total	382	100

Fuente: Elaboración propia

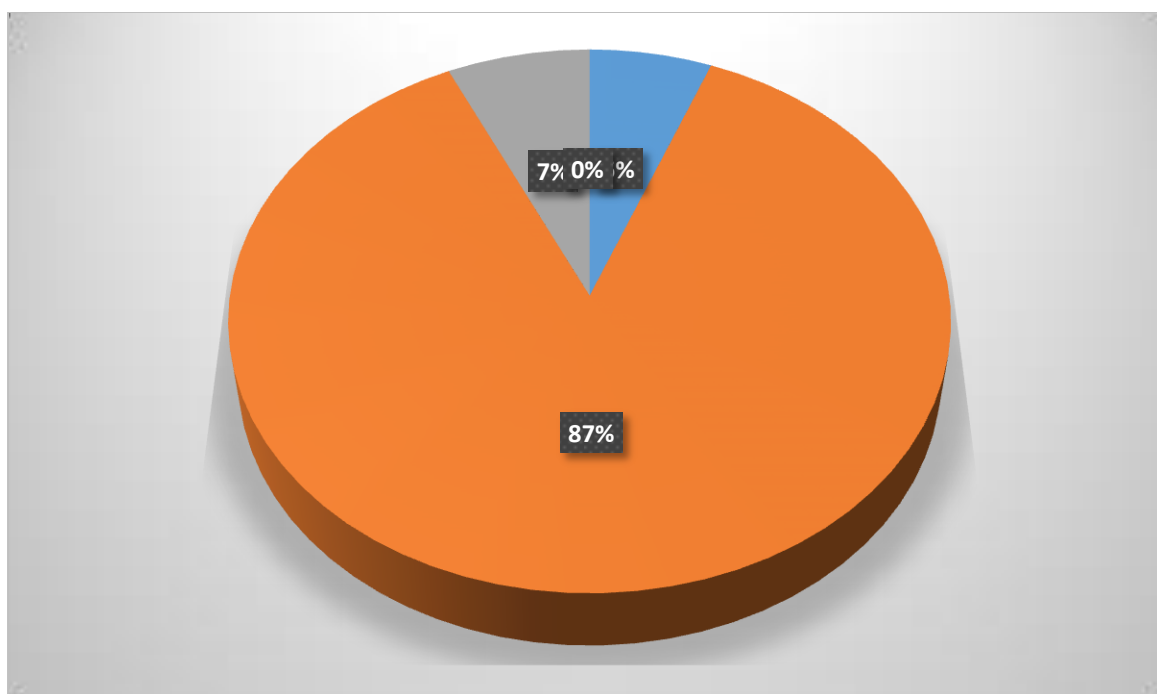


Figura 3 Diversidad de tipos de comidas

3).- ¿Cómo es la atención que brindan en los restaurantes?

Tabla 11 Tipos de atención brindada en los restaurantes

Respuesta	Número	Porcentaje
Excelente	23	6
Buena	334	87
Regular	25	7
Total	382	100

Fuente: Elaboración propia

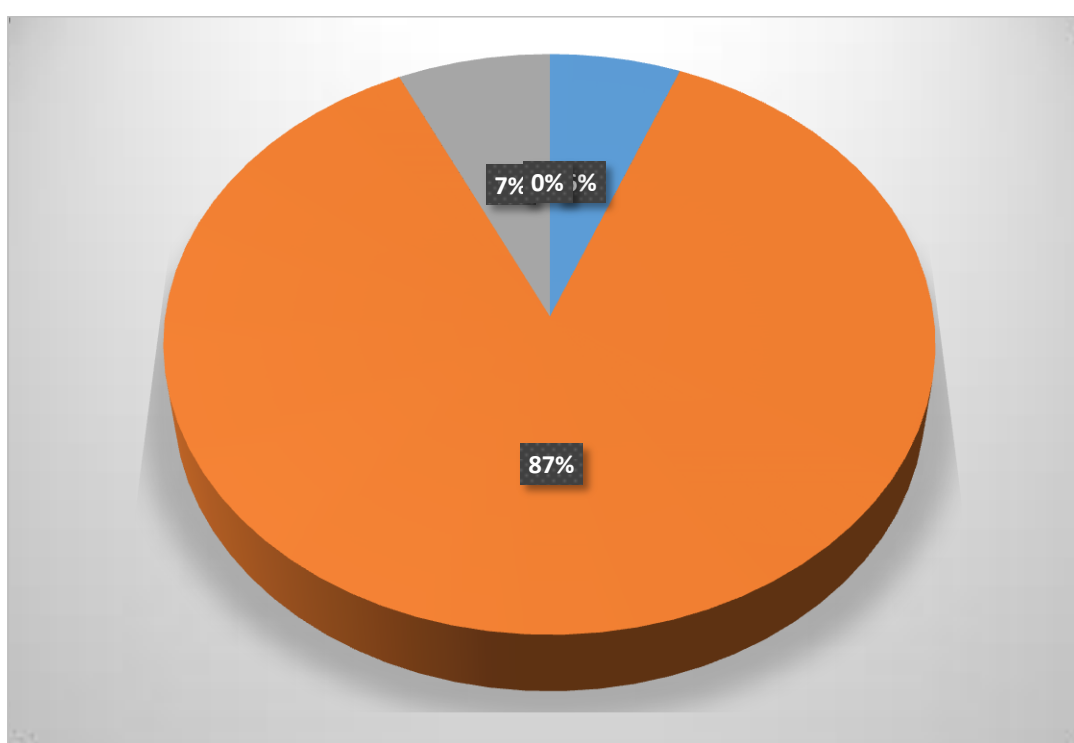


Figura 4 Tipos de atención brindada en los restaurantes

4).- ¿Los restaurantes mejoran los espacios públicos de la ciudad?

Tabla 12. Influencias de los restaurantes en los espacios públicos

Respuesta	Número	Porcentaje
Si	32	8
No	324	85
A veces	26	7
Total	382	100

Fuente: Ciudadanía del cantón Babahoyo
Elaborado por: Carlos Vergara

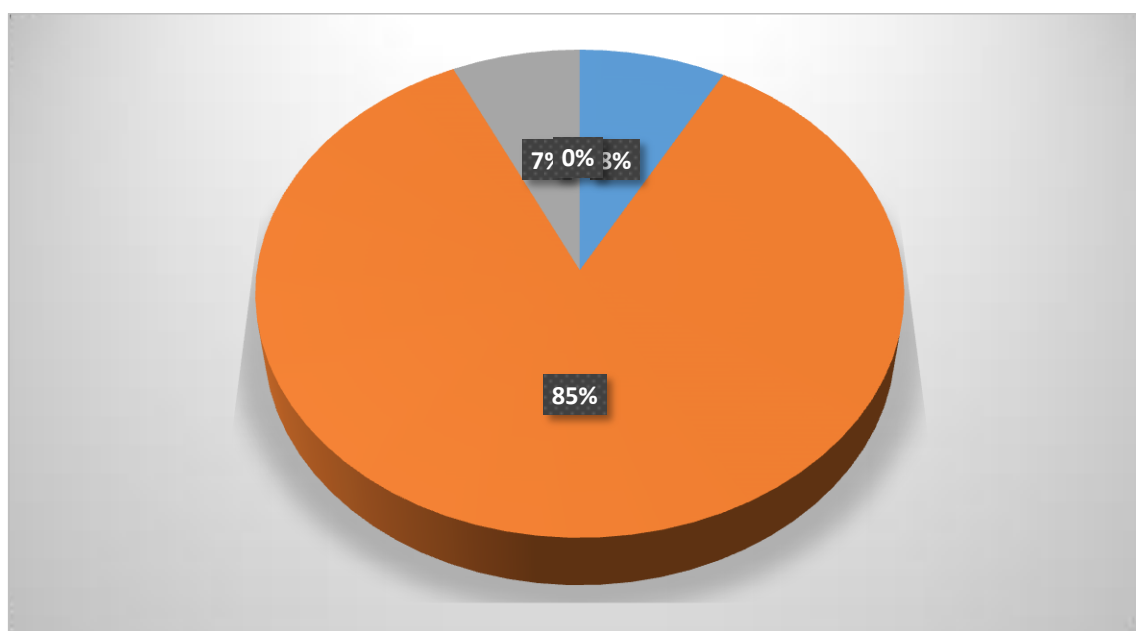


Figura 5. Influencias de los restaurantes en los espacios públicos

5).- ¿Los consumidores pueden acceder a los precios de los alimentos?

Tabla 13. Acceso a los alimentos por los precios.

Respuesta	Número	Porcentaje
Siempre	32	8
A veces	324	85
Nunca	26	7
Total	382	100

Fuente: Ciudadanía del cantón Babahoyo

Elaborado por: Carlos Vergara

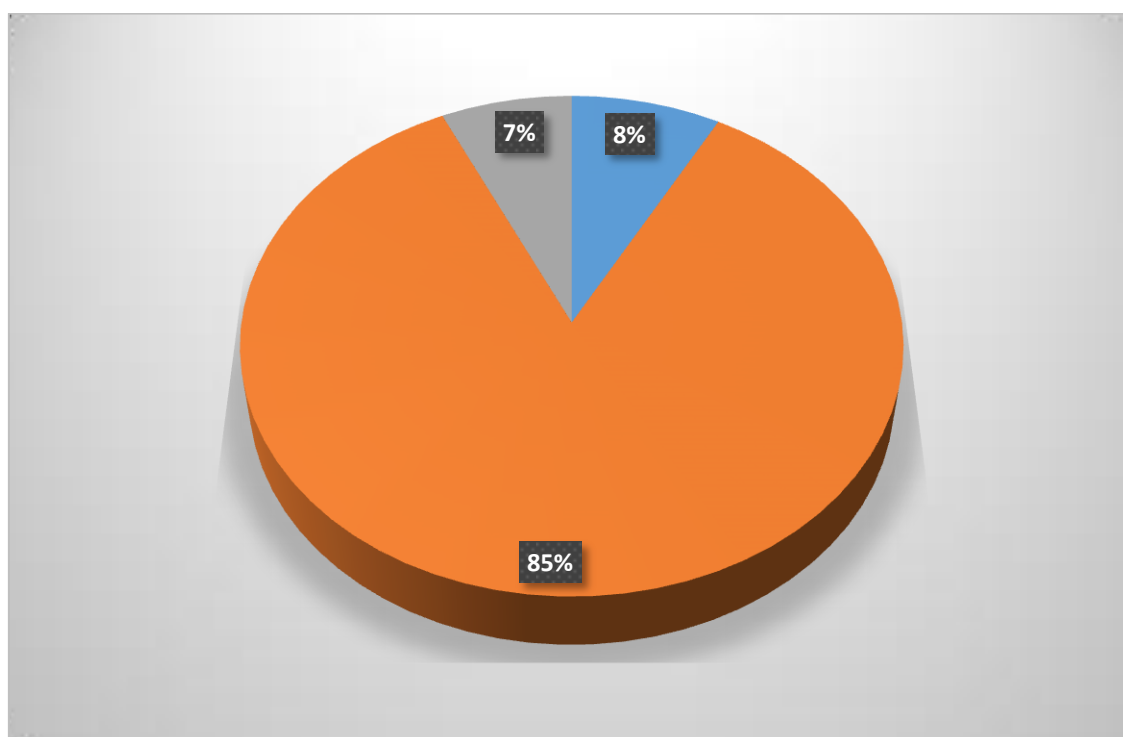


Figura 6. Acceso a los alimentos por los precios

6).- ¿Existe satisfacción por la atención recibida?

Tabla 14. Satisfacción en la atención

Respuesta	Número	Porcentaje
Bastante	32	8
Regular	324	85
Poco	26	7
Total	382	100

Fuente: Elaboración propia

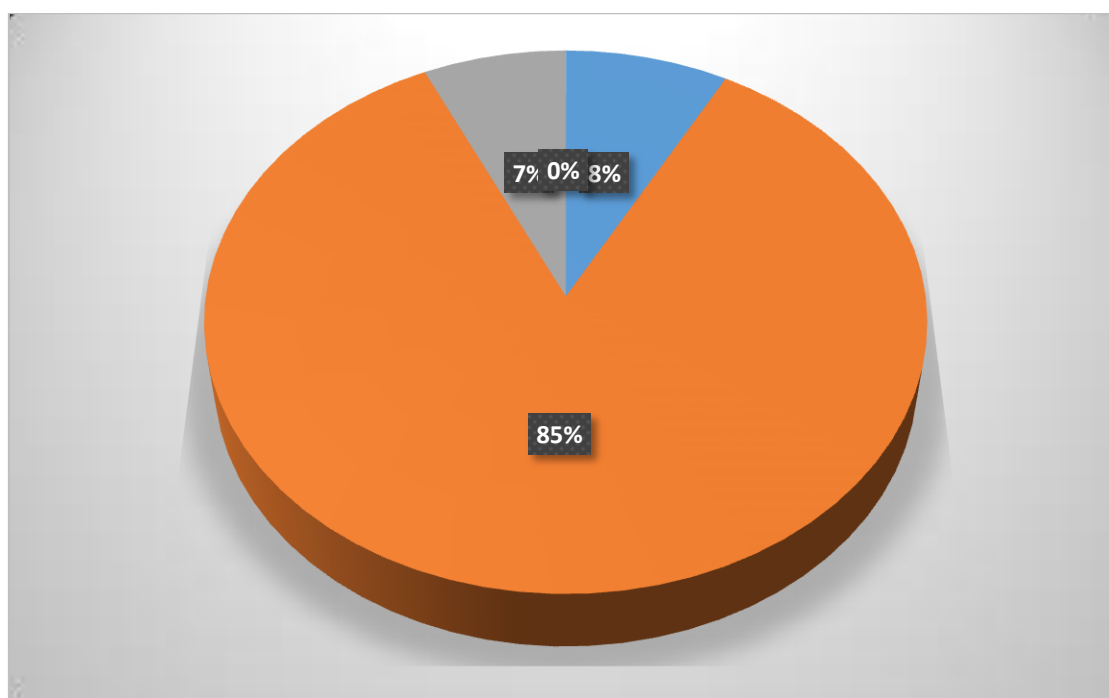


Figura 7. Satisfacción en la atención

7).- ¿Se han presentado inconvenientes en los consumidores por la atención?

Tabla 15. Inconvenientes en los usuarios por la atención

Respuesta	Número	Porcentaje
Bastante	32	8
Regular	26	7
Poco	324	85
Total	382	100

Fuente: Elaboración propia

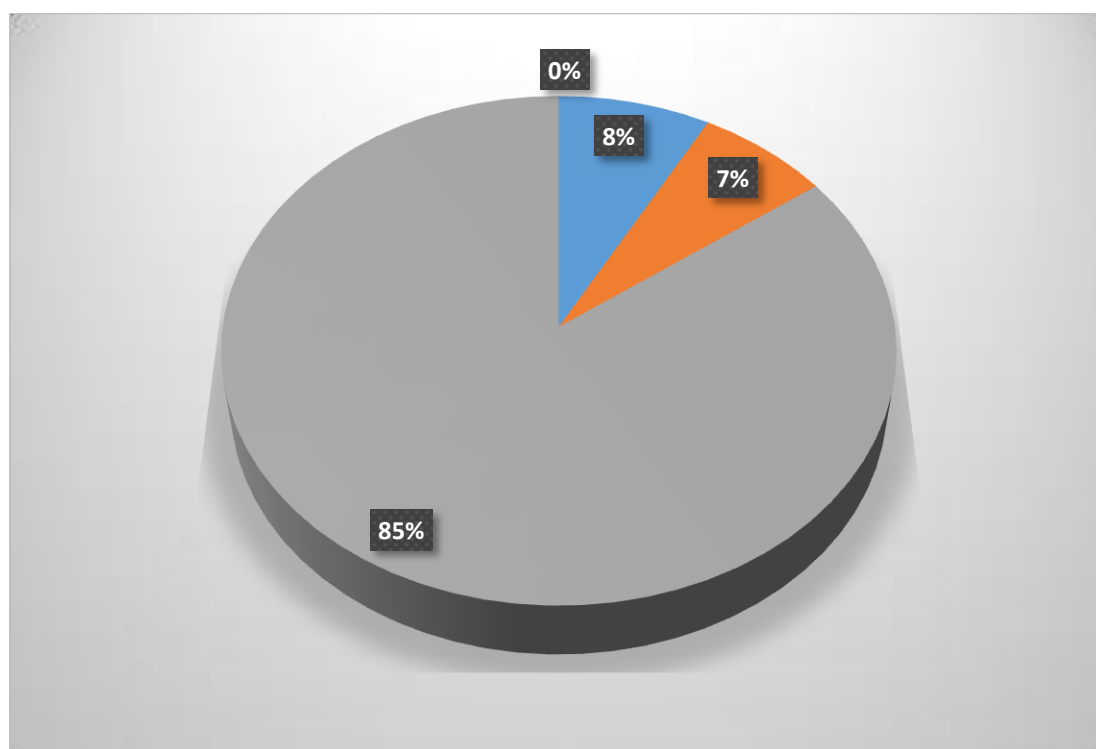


Figura 8. Inconvenientes en los usuarios por la atención

8).- ¿Los consumidores han sugeridos cambios?

Tabla 16. Cambios sugeridos

Respuesta	Número	Porcentaje
Siempre	324	85
Rara vez	26	7
Una vez	32	8
Total	382	100

Fuente: Elaboración propia

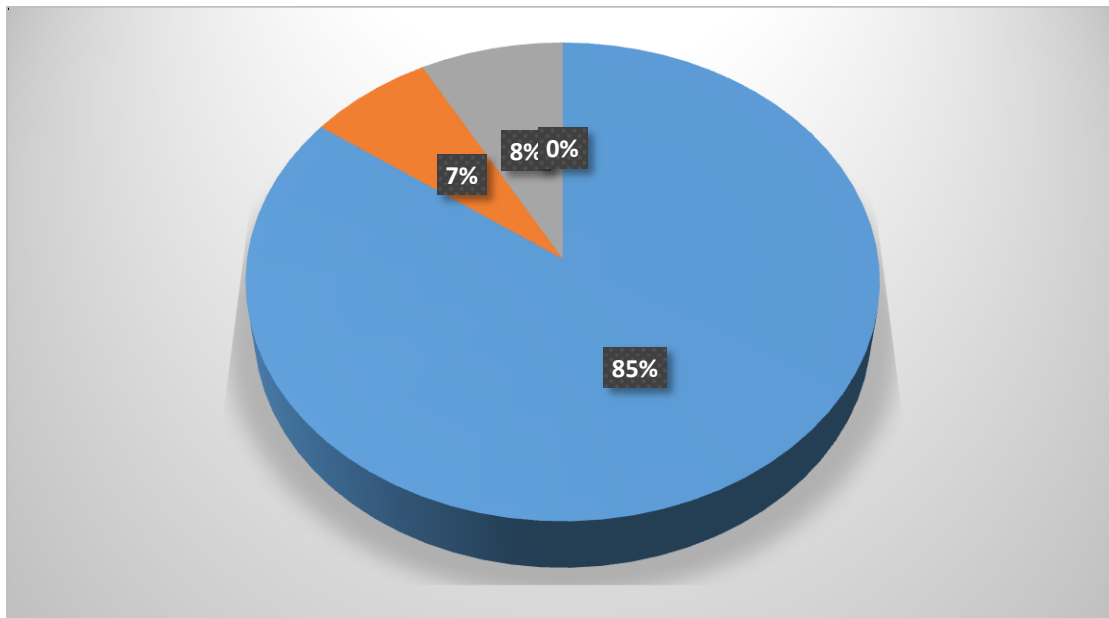


Figura 9. Cambios sugeridos

4.3. Análisis de la Entrevista

En la entrevista realizada a los dueños de los restaurantes manifiestan que no existen suficientes restaurantes en la ciudad. Al preguntárseles si los restaurantes presentan diversos tipos de comidas, estos manifiestan que son pocos los restaurantes que presentan gran variedad y que la mayoría se inclina por un tipo de comida en especial.

Cuando se preguntó si es buena la atención que brindan en los restaurantes, estos manifestaron que en la medida de sus posibilidades brindan una atención esmerada. Al preguntar si los restaurantes brindan buena atención y variadas alternativas, estos manifestaron que dentro de su área o tipo de comida que brindan si existen variadas alternativas.

Cuando se consultó si los restaurantes mejoran los espacios públicos de la ciudad, estos respondieron que sí, que cada restaurante acondiciona su espacio en armonía con el medio. Al preguntar si los usuarios pueden acceder a los precios de los alimentos, estos manifestaron que existen restaurantes de diversas categorías y que los usuarios se inclinan por los populares.

Cuando se preguntó si existe satisfacción en los usuarios por la atención recibida, estos manifestaron que si existe satisfacción por parte de los usuarios. Al preguntárseles si se han presentado inconvenientes en los usuarios por la atención, estos manifestaron que sólo en ocasiones y de manera esporádica. Cuando se indagó si los usuarios han sugerido cambios, estos respondieron que los usuarios siempre piden mejoras y más comodidad.

4.4. Triangulación de resultados

Tabla 17. Triangulación de resultados

Marco Teórico	Observación	Entrevista	Encuesta
CAMPO Diseño de restaurante	Como se pudo observar en los resultados de la ficha aplicadas en la Ciudad de Babahoyo los restaurantes brindan el servicio de alimentación de manera limitada y necesita de ciertos cambios o remodelaciones adecuadas para satisfacer las necesidades de los residentes y turistas, sus servicios son específicos y en mayor cantidad destinados al sistema popular o generalizado.	Dentro de la entrevista se pudo recabar la importancia de los restaurantes en la atención a los residentes y turistas que visitan la ciudad, los mismos que ayudan al ornato y al desarrollo económico y social de la comunidad, así mismo, se generaran nuevas fuentes de trabajo, reforzando los motivos por la cual viaja el turista, fortaleciendo la actividad turística de la zona.	Un alto porcentaje de los que visitan la ciudad necesitan los servicios de alimentación de manera variada y con alternativas que satisfagan todas sus expectativas, se necesita un incremento en cuanto al número de establecimientos y de los servicios que ellos ofertan así como, de trabajar en armonía con el entorno para hacer de los lugares turísticos más atractivos.
OBJETO Análisis de la Demanda alimenticia	Se pudo evidenciar la masiva afluencia no solo de turistas si no de ciudadanos que viven en las parroquias, recintos y cantones aledaños que salen hacer sus compras a Babahoyo y que por lo general deben estar en la ciudad todo el día, lo que demanda un excesivo consumo de alimentos preparados y que por lo general lo hacen en los restaurantes que existen en la localidad que en la mayoría de los casos no abastecen dicha demanda.	En la entrevista se confirmó que las personas que tienen restaurantes se esmeran por brindar una buena atención pero que sus limitaciones se ven reflejadas al no poder abastecer a la demanda existente por lo que hacen notoria la necesidad de mejorar las condiciones de sus locales y de ampliar las alternativas de consumo y además acondicionarlos a los requerimientos del entorno.	De acuerdo en la encuesta realizada se pudo establecer las personas que requieren del servicio de alimento preparados por lo general no se sienten satisfechos al no encontrar alternativas que satisfagan sus necesidades y sus gustos, los mismos que se ven obligados a consumir las pocas alternativas que presentan los restaurantes y las incomodidades de sus instalaciones.

Elaborado por: Carlos Vergara

CAPÍTULO V

Introducción

La presente propuesta tiene como finalidad el beneficiar a los pobladores del Cantón Babahoyo y demás habitantes de las parroquias cercanas al cantón mencionado, creando de esta manera fuentes de trabajo y contribuyendo al desarrollo gastronómico – turístico así como también contribuir en la protección de sus bienes patrimoniales y lugares emblemáticos del cantón que ha servido como el mayor potencial turístico, generador de economía.

En diversos destinos turísticos es un requisito la existencia de espacios donde converge la comunidad y el visitante, en muchos casos un restaurante turístico realiza esta función, porque muestra las diferentes costumbres gastronómicas de la comunidad, tales como cazuela de boca chico, cazuela de tilapia, sango de camarón de río, ayampaco, patacón con pescado frito, etc.

Este trabajo se divide en 3 partes importantes, como es la capacitación, la planificación y el modelo de infraestructura del restaurant turístico del Cantón Babahoyo, el cual se detalla en la capacidad y el tamaño para quienes serán ubicados como trabajadores y quienes visiten el lugar (turistas).

Durante la realización de este trabajo se planificaron diversos tipos de actividades, como también se estableció el talento humano, el capital utilizado, espacio físico.

Alcance

Con la creación del restaurante en el malecón de la ciudad de Babahoyo, se pretende brindar un espacio de esparcimiento y una alternativa diferente con diversidad de alimentos preparados y de distintos géneros y sabores, además se estará fortaleciendo el turismo, activando el comercio y mejorando el ornato en armonía con el medio ambiente, de esta forma se estará brindando un servicio alimenticio acorde a las exigencias de los visitantes.

Justificación

La afluencia de turistas y de la población de los sectores aledaños genera una gran demanda de alimentos preparados ya sea en la mañana, al medio día o en la noche, lo que hace importante la creación de restaurantes acordes a la necesidad del medio y a las exigencias de la población.

La creación de restaurantes con nuevas alternativas, en diferentes áreas como vegetarianos, populares y ejecutivos, es una necesidad inminente que debe ser cubierta y en lo posible satisfecha fortaleciéndose el turismo y activándose el comercio, así mismo se mejorara la calidad de vida de las personas involucradas en dicha propuesta.

Al incentivar el turismo y activar el comercio la población se desarrolla, actividades que se deben realizar sin descuidar el medio ambiente y el entorno de la ciudad, embelleciendo el ornato y los espacios circundantes de los restaurantes.

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo General

Diseñar un restaurante en el malecón de la ciudad de Babahoyo para fortalecer el turismo y el aparato productivo de la zona.

5.1.2. Objetivos Específicos

- Planificar el organigrama estructural y funcional del restaurante
- Diseñar la norma básica de responsabilidades y actividades
- Definir la tematización del restaurante
- Seleccionar el menú, cartas, cálculos de los precios de las ventas
- Determinar los costos de inversión inicial del restaurante.

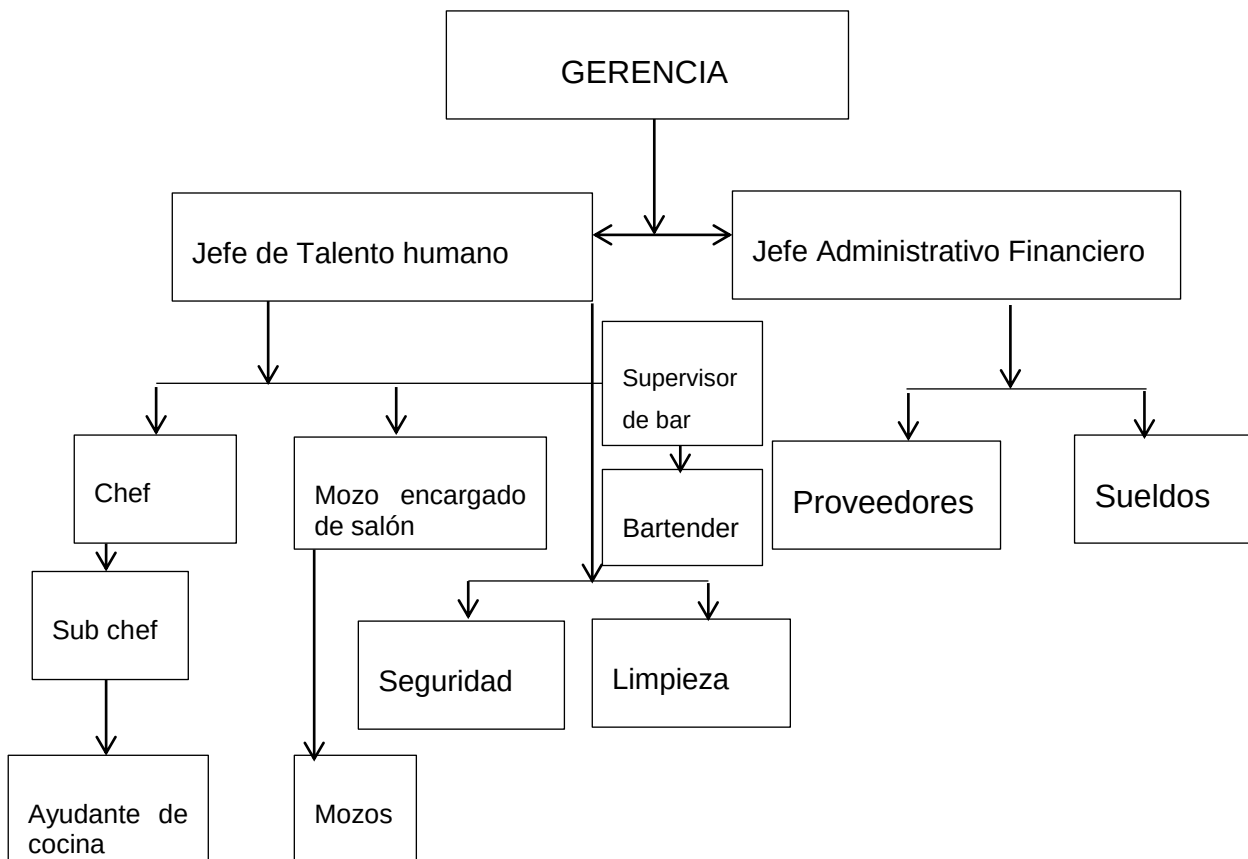


Figura 10. Organigrama estructural y funcional del restaurante

Fuente: Elaboración propia

Norma básica de responsabilidades y actividades

Gerente.- Es el encargado de dirigir las actividades y el desarrollo de la empresa.

Jefe de talento humano.- Es el encargado del personal que labora en la institución, su contratación y distribución en sus lugares específicos.

Administrador.- Se encarga de la parte operativa de la institución, abastecer de materia prima y el pago de los sueldos y demás consumos.

Chef.- Es el responsable del menú y de los ayudantes de cocina.

Sub Chef.- Es el responsable de apoyar la gestión del menú y de los ayudantes de cocina.

Ayudante de cocina.- Se encarga de asistir al sub chef y preparar los alimentos.

Mozo encargado de salón.- Es el encargado de las actividades del espacio de atención a los clientes y organizar las actividades de los mozos.

Meseros.- Se encarga de la atención directa al cliente.

Supervisor de bar.- Es el encargado de administrar el bar

Bartender.- Es el encargado de atender el bar

Guardia.- es el encargado de la vigilancia de la institución.

Auxiliar de servicios.- Se encarga de dar mantenimiento a las instalaciones de la institución.

Definir las políticas del restaurante

El restaurante debe verse claro, limpio y atractivo tanto como el menú que ofrece, es por eso que debe adoptar un estilo propio.

Seleccionar el menú, cartas, cálculos de los precios de las ventas

Servicio de siete tiempos en un restaurante:

1. Entrada.
2. Sopas y cremas.
3. Verduras, huevos o pastas.
4. Especialidades de pescado.
5. Especialidades de carne.
6. Postres, dulces o helados y fruta.
7. Digestivos (licores).

Servicio de tres diferentes tiempos:

- a. Sopas.
- b. Guisado / especialidades.
- c. Postre de la casa o fruta.

Platos varios

- ✓ Muchines de yuca
- ✓ Tortilla de maíz y verde
- ✓ Corviche
- ✓ Humitas
- ✓ Carapacho relleno
- ✓ Hayacas
- ✓ Empanada de morocho
- ✓ Aguacates rellenos
- ✓ Ayampaco
- ✓ Arroz con menestra
- ✓ Encocado de camarón
- ✓ Caldo de salchicha
- ✓ Ceviches
- ✓ Cazuela de mariscos
- ✓ Guatita
- ✓ Hornado
- ✓ Fritada

- ✓ Yapingacho
- ✓ Yaguar loco
- ✓ Maito de tilapia
- ✓ Arroz con leche
- ✓ Torta de guineo
- ✓ Chucula
- ✓ Queso de leche
- ✓ Ensaladas de frutas
- ✓ Bizcochuelos
- ✓ Chicha de piña
- ✓ Chicha de ciruela
- ✓ Chicha de pitahaya
- ✓ Jugo de frutas
- ✓ Tequila arazá
- ✓ Piña colada
- ✓ Daiquiri exótico
- ✓ Aguas y gaseosas

INVERSIÓN INICIAL

Tabla 18. Inversión Inicial

Efectivo	Cantidad	Costo Unitario	Total
Caja chica			2.000,00
			2.000,00
Terrenos			Total
Terreno (por metro cuadrado)	0	0,00	0,00
			0,00
Edificios			TOTAL
Edificio	36	250	9.000,00
Decoración			5.000,00
			14.000,00
Equipos de Oficina			TOTAL
Caja registradora	1	500,00	500,00
Teléfonos	1	34,00	34,00
Acondicionador de aire industrial	1	6.000,00	6.000,00
			6.534,00
Muebles y Enseres			TOTAL
Mesas cuadradas pequeñas	20	60,00	1.200,00
Sillas	80	30,00	2.400,00
Mesas largas para buffet	1	90,00	90,00
Escritorios	2	100,00	200,00
Sillas	4	40,00	160,00
Archivadores	2	60,00	120,00
			4.170,00
Equipos de Computación			TOTAL
Computador	2	500,00	1.000,00
Impresora	1	200,00	200,00

			1.200,00
Equipos de Producción			Total
Cocina industrial con horno (seis quemadores)	1	1.600,00	1.600,00
Plancha industrial	1	527,00	527,00
Freidora industrial	1	1.300,00	1.300,00
Congelador Industrial	1	1.950,00	1.950,00
Refrigerador	1	1.950,00	1.950,00
Licuada industrial	2	483,23	966,46
Campana extractora	1	850,00	850,00
Lavadero	2	505,34	1.010,68
Trampa de grasa	2	300,80	601,60
Perchas de almacenamiento	2	130,00	260,00
Samovares	10	142,80	1.428,00
Mesas de trabajo	3	170,00	510,00
Máquina de hielo	1	800,00	800,00
Exprimidor cítricos	2	409,36	818,72
Balanza	1	85,68	85,68
Caja de vajilla (set de 5 platos)	50	14,00	700,00
cubertería (set de 113 piezas para 11 personas)	10	150,00	1.500,00
cristalería (set de 7 piezas)	50	13,70	685,00
otros materiales	30	35,00	1.050,00
			18.593,14
Gastos de Constitución			Total
Trámites Legales			2.000,00
			2.000,00
			GRAN TOTAL 48.497,14

Elaborado por: Carlos Vergara
Fuente: Elaboración propia

BALANCE INICIAL

Tabla 19. Balance Inicial

ACTIVOS			
Activo Corriente			2.000,00
Caja	2.000,00		
Activo Fijo			44.497,14
Terrenos	0,00		
Edificios	14.000,00		
Equipos de Oficina	6.534,00		
Muebles y Enseres	4.170,00		
Equipos de Computación	1.200,00		
Equipos de Producción	18.593,14		
Activo Diferido			2.000,00
Gastos de Constitución	2.000,00		
TOTAL ACTIVOS			48.497,14
PASIVOS			
Pasivo Corriente	50%		
Documentos por pagar	24.248,57		
TOTAL PASIVOS			24.248,57
PATRIMONIO			
	50%		
Capital Propio	24.248,57		
TOTAL PATRIMONIO			24.248,57
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			48.497,14

Elaborado por: Carlos Vergara

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Presupuesto de Gastos Generales

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 66,444.89	\$ 71,633.35	\$ 75,996.21	\$ 80,250.93	\$ 85,217.41
Gerente General	\$ 16,345.06	\$ 18,610.31	\$ 19,913.04	\$ 21,306.95	\$ 22,798.44
Sub – Gerente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Jefe de talento humano	\$ 8,342.53	\$ 9,475.16	\$ 10,138.42	\$ 10,848.11	\$ 11,607.47
Coordinador de Compras	\$ 8,342.53	\$ 9,475.16	\$ 10,138.42	\$ 10,848.11	\$ 11,607.47
Coordinador de Marketing	\$ 8,342.53	\$ 9,475.16	\$ 10,138.42	\$ 10,848.11	\$ 11,607.47
Contador General	\$ 8,342.53	\$ 9,475.16	\$ 10,138.42	\$ 10,848.11	\$ 11,607.47
Servicios Básicos	\$ 6,000.00	\$ 6,220.20	\$ 6,448.48	\$ 6,685.14	\$ 6,930.49
Uniformes	\$ 500.00	\$ 518.35	\$ 537.37	\$ 557.10	\$ 577.54
Mantenimiento	\$ 1,200.00	\$ 1,244.04	\$ 1,289.70	\$ 1,337.03	\$ 1,386.10
Materiales de limpieza	\$ 1,800.00	\$ 1,866.06	\$ 1,934.54	\$ 2,005.54	\$ 2,079.15
Suministros de Oficina	\$ 1,200.00	\$ 1,244.04	\$ 1,289.70	\$ 1,337.03	\$ 1,386.10
Depreciación de Edificios	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 653.40	\$ 653.40	\$ 653.40	\$ 653.40	\$ 653.40
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 417.00	\$ 417.00	\$ 417.00	\$ 417.00	\$ 417.00
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ -	\$ -

Depreciación de Equipos de Producción	\$ 1,859.31	\$ 1,859.31	\$ 1,859.31	\$ 1,859.31	\$ 1,859.31
Amortización	\$ 2,000.00				
Gastos de Ventas	\$ 112,200.00	\$ 116,317.74	\$ 120,586.60	\$ 125,012.13	\$ 129,600.07
Gastos de Publicidad	\$ 112,200.00	\$ 116,317.74	\$ 120,586.60	\$ 125,012.13	\$ 129,600.07
Gastos Financieros	\$ 1,989.86	\$ 1,262.25	\$ 462.44	\$ -	\$ -
Gastos de Interés	\$ 1,989.86	\$ 1,262.25	\$ 462.44	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 180,634.75	\$ 189,213.34	\$ 197,045.25	\$ 205,263.06	\$ 214,817.49

Elaborad
o por:
Carlos
Vergara
Fuente:
Elaborac

ión propia

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

- Son pocos los restaurantes que presentan gran variedad y que la mayoría se inclina por un tipo de comida en especial.
- No existen suficientes restaurantes en la ciudad.
- Dentro de su área o tipo de comida que brindan si existen variadas alternativas.
- En la medida de sus posibilidades brindan una atención esmerada.
- Existen restaurantes de diversas categorías y que los usuarios se inclinan por los populares.
- Cada restaurante acondiciona su espacio en armonía con el medio.
- Si existe satisfacción por parte de los usuarios.
- Solo en ocasiones y de manera esporádica se han presentado inconvenientes en los usuarios por la atención.
- Los usuarios siempre piden mejoras y más comodidad.

RECOMENDACIONES

- Es necesario realizar constantes capacitaciones a los empleados de los restaurantes para que puedan mejorar su desempeño y alcanzar el nivel de satisfacción deseado por los comensales.
- Se debe de dar incentivos a los trabajadores, para que se sientan motivados ejerciendo sus labores dentro del restaurante y ofrezcan un mejor servicio.
- Los propietarios de los restaurantes deben de cuidar la imagen de su establecimiento, para que así los clientes estén a gusto; también cuidar la imagen de lo que se presentan en los menús y en lo que se escribe en los caballetes para atraer al cliente.
- El uso de uniformes y distintivos es importante porque de esta manera se cuida el aspecto de los trabajadores y facilitan la comunicación con el cliente brindando confianza hacia los comensales.
- El personal que atiende al público debe conocer cómo están preparados los platos que se ofrecen.
- Se debe tener espacios reservados para parqueo de los clientes

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, R. (1981). *La Tierra de Narcisa*. Guayaquil: Arquidiócesana.

Andrade, N. B. (2010). *Los Orígenes de la Sociología del Turismo, Sociología del Deporte y sus Vinculaciones con la Sociología Medioambiental*. Neuquén – Argentina: Universidad Nacional del Comahue.

Andrade, S. (2012). *Diccionario de Economía*. Mexico: Andrade.

BCE. (2012). *Cuentas nacionales anuales*. Quito: BCE.

Bonilla, G., & Cando, M. I. (2001). *Propuesta de un Modelo para la Implementación, Operación y Administración de la Red de Hospederías Comunitarias de la Parroquia Manglaralto*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.

Bustamante, J. (12 de 05 de 2016). *Municipio de Babahoyo*. Recuperado el 08 de 10 de 2016, de Municipio de Babahoyo: <http://www.babahoyo.gob.ec/portal/frontend/noticia.php?id=483>

Cárdenas, F. (1991). *Mercadotecnia y Productividad*. México: Trillas.

Castro, C. J. (2010). Ensayo crítico sobre turismo como ciencia. En M. Castillo Nechar, & A. Panosso Netto, *Epistemología del Turismo* (pág. 62). México: Trillas.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (20 de Enero de 2014). *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*. Obtenido de Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

Constitución de la República del Ecuador. (2008).

- Correa, F. (2002). *Todo GUAYAS en sus manos*. Guayaquil: Arquidiócesana.
- Del Toro, A. (2011). *Manual del restaurante*. Guayaquil - Ecuador: Eduquil.
- DM. (2012). *Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.,*. Mexico.
- EDUKAVITAL. (14 de Marzo de 2013). *Educación para la Vida* . Obtenido de Definición, Concepto, Significado, Qué es Peregrino: <http://edukavital.blogspot.com/2013/03/peregrino.html>
- EL UNIVERSO. (24 de Octubre de 2004). *Noticias*. Obtenido de Biografía de Narcisa de Jesús: <http://www.eluniverso.com/2004/10/24/0001/18/229C8CF3794A49BBAABBC417CA61CF37.html>
- EL UNIVERSO. (12 de octubre de 2010). *Noticias*. Obtenido de 2 años de santidad de Narcisa de Jesús: <http://www.eluniverso.com/2010/10/12/1/1445/200-mil-feligreses-han-visitado-ano-santa-narcisa.html>
- EL UNIVERSO. (28 de julio de 2013). *Noticias*. Obtenido de La devoción a Narcisa de Jesús sustenta el turismo de su tierra: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/28/nota/1214646/devocion-narcisa-jesus-sustenta-turismo-su-tierra>
- EvaRed. (4 de Abril de 2008). *Radio Evangelización*. Obtenido de Documentos: <http://radioevangelizacion.org/noticia/biografia-narcisa-jesus>
- Fischer, R. (2000). *Juntos podemos, manual de servicio para hoteles y restaurantes, tercera edicion*. Santiago de Chile: Escuela de administracion de empresas turisticas de la universidad e las Americas.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2012). *Mercadotecnia, Tercera Edición* . Mexico: Mc Graw Hil.
- GAD Municipal del Cantón Nobol. (20 de Junio de 2015). *Inicio- Símbolos Cantonales*. Obtenido de Inicio- Símbolos Cantonales: <http://www.nobol.gob.ec/simbolos.html>

GADS. (12 de mayo de 2016). *Municipio de Babahoyo*. Recuperado el 08 de 11 de 2016, de Municipio de Babahoyo: <http://www.babahoyo.gob.ec/portal/frontend/index.php>

Galiano, L. L. (2015). *Investigación Turística*. Perú: Universidad Andina del Cusco.

Gobierno Provincial del Guayas. (24 de Agosto de 2015). *La Prefectura Guayas*. Obtenido de La Prefectura Guayas / Nobol: <http://www.guayas.gob.ec/cantones/nobol>

Gómez, S. D. (2011). *Las Organizaciones Internacionales en la Gobernanza*. Quito: Abya-Yala.

Henriques, C. A. (2009). *Santa Narcisa de Jesús Catequista e Itinerante Vida y Espiritualidad*. Nobol: Arquidiócesis de Guayaquil.

Herrera, M. d. (2004). *Administración de Comedor y Bar*. Mexico: Trillas.

Hun, M., Mancero, M., & Aguilar, E. (2009). *Diagnóstico de la Realidad del Turismo Religioso en el Cantón Nobo, y Perfil de la Propuesta Casa Museo Narcisa de Jesús*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

INEC. (2008). *Encuesta anual*. Quito: INEC.

INEC. (5 de Julio de 2010). *Población y Demografía*. Obtenido de Población y Demografía: censo de pobblacion Nobol: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC. (2016). Quito: Inec.

Jafari, J. (2002). *Enciclopedia del Turismo*. Madrid: Sítesis S.A.

Jafari, J. (13 de Febrero de 2005). *La Cientificación del Turismo*. Obtenido de Contribuciones a la Economía: <http://www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm>

Jafari, J. (13 de Febrero de 2005). *La Cientificación del Turismo*. Obtenido de Contribuciones a la Economía: <http://www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm>

- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- La Prefectura del Guayas. (2014). *Guía Turística del Guayas*. Guayaquil: GAD Provincial del Guayas.
- Larousse. (2005). *Larousse Gastronomique en Español*. . Paris: Editorial Larousse.
- Lima, C. L. (2010). El Paradigma de la Hospitalidad como una dádiva: la Contribución posible para las Ciencias Aplicadas al Turismo. En M. Castillo Nechar, & A. Panosso Netto, *Epistemología del Turismo* (pág. 129). México: Trillas.
- Los Caminos de la Fe*. (28 de enero de 2016). Obtenido de Turismo Religioso: <http://www.turismoreligioso.com.ar/>
- MAG. (2010). *Encuestas anuales*. Quito: MAG.
- Mankiw, G. d. (2012). *Principios de Economía*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Martínez, Q. M. (2006). *Ocio y turismo en la sociedad actual : los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Mendoza, E. (01 de mayo de 2000). *Programa de Manejo de Recursos Costeros*. Obtenido de Hospederías Comunitarias: <http://simce.ambiente.gob.ec/documentos/hospederias-comunitarias-manglaralto>
- MINCETUR. (28 de enero de 2002). *Guía de Contenidos Turísticos para la Educación Secundaria de Menores*. Obtenido de Recursos Turísticos: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Cajamarca.pdf
- MINCETUR. (2012). *Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje*. Lima: Ministerio de Comercio Exterio y Turismo.

- MINCETUR. (13 de Septiembre de 2015). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Obtenido de Demanda Turística: www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- MINCETUR. (14 de enero de 2016). *Atractivos Turísticos*. Obtenido de Categoría: <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/inventario%20turistico/categoria.htm>
- Ministerio de Educación. (2015). *Mi Mundo Social y Yo - Provincia del Guayas - Lugar Natal*. Guayaquil: Editexpa.
- Ministerio de Turismo. (31 de Marzo de 2015). *Ecuador Ama la Vida*. Obtenido de Ecuador Ama la Vida: <http://www.turismo.gob.ec/tag/turismo-religioso/>
- MINTUR. (30 de Marzo de 2015). *Ecuador Ama la Vida*. Obtenido de Ecuador Ama la Vida: Noticias: <http://www.turismo.gob.ec/descubre-ecuador-durante-semana-santa/>
- Monroy, J. A. (2001). *Obras Completas Tomo VIII*. Barcelona: Clie.
- Montaner, J. (2002). *Política y Relaciones Turísticas Internacionales*. Barcelona: Ariel S.A.
- Montaner, J., Antich, J., & Arcarons, R. (2001). *Diccionario de Turismo*. Madrid: Síntesis S.A.
- Muñoz, J. (2002). *Folklore y Turismo*. Tegucigalpa: Guaymuras.
- Musitu, O. G., Herrero, O. J., Cantera, E. L., & Montenegro, M. M. (2004). *Introducción a la psicología*. Barcelona: Oberta OUC Publishing, SL.
- OMT. (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid: Copyright.
- OMT. (2 de Junio de 2005-2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

OMT. (2007). *Turismo y religiones*.

OMT. (13 de Septiembre de 2015). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Entender el turismo: Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Philip, K., Gary, A., Cámara, D. d., & Cruz, I. (2010). *Marketing*. Mexico: Prentice Hall.

(2007). *PLANDETUR 2020*. Consultor Tourism & Leisure.

Prefectura del Guayas. (3 de Julio de 2013). *Guayas Turístico: Rutas Turísticas del Guayas*. Obtenido de Rutas Turísticas del Guayas: Ruta de la Fe: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/en/rutas-turisticas/ruta-de-la-fe>

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Radio Turismo Ecuador. (24 de Agosto de 2015). *Radio Oline*. Obtenido de Radio Online Turismo Religioso: <http://www.radioturismoecuador.com/tcultural-religiosol.html>

Reglamento de las Actividades Turísticas. (05 de enero de 2004). *Título Preliminar, Objeto, Ámbito, Principios y Políticas*. Ecuador.

Reglamento General a la Ley de Turismo. (enero de 2004). *Capítulo IV De la Licencia Unica Anual de Funcionamiento*.

Ricaurte, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

RITUR. (2011). Turismo Religioso y Espacios Sagrados: Una propuesta para los Santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo* , 65.

Robles, J. (8 de octubre de 2001). *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Obtenido de Turismo Religioso. Alternativa de Apoyo a la Preservación del Patrimonio y Desarrollo: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-316.htm>

- Romero, M. (1981). *Nobol: La tierra de Narcisa*. Guayaquil: Arquidiocesana 1981.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Serrano, J. (2009). *Quiero montar un establecimiento de turismo rural*. Madrid: Graficas Arias Montano S.A.
- Serrano, J. (2010). *Características de la empresa turística*. Madrid: Fundación Universidad-Empresa.
- Teran, J. (12 de Septiembre de 2016). *Alcaldía de Babahoyo*. Obtenido de Alcaldía de Babahoyo: <http://www.babahoyo.gob.ec/portal/frontend/noticia.php?id=483>
- Terms, D. o. (8 de Mayo de 2006). *MarketingPower.com, de la American Marketing Association*. Obtenido de MarketingPower.com, de la American Marketing Association: <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php>
- Tlatemoani. (13 de agosto de 2013). *EL ENFOQUE MIXTO DE INVESTIGACIÓN EN LOS ESTUDIOS FISCALES*, No. . Recuperado el 25 de septiembre de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm> 10
- Turismo, L. (2002). *Ley de Turismo*. Quito: Congreso Nacional.
- UNESCO. (30 de Agosto de 2015). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de Cultura/ Líneas Generales: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Villena, E. (2003). *Tecnico en Hoteleria y Turismo Tomo 1*. Madrid: Cultural S.a.

ANEXOS

CAFETERIA DOÑA GARDE



Bolones de Queso y Chicarrón



COMEDOR RÍO BABAHOYO



CAZUELA DE BOCA CHICO Y CAZUELA DE TILAPIA

