



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA DE TURISMO**

**INFORME DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

**MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**FACTORES CLAVES PARA LA VIABILIDAD DE  
EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN MOMENTOS DE  
CRISIS SANITARIA (COVID-19) EN PORTOVIEJO, MANABÍ,  
ECUADOR**

**AUTORES:**

**BRAVO CEDEÑO ERIKA SAMANTHA  
CUJILEMA CAMPOS STEINER MELANIE**

**TUTOR:**

**M Sc. NELSON GARCIA REINOSO**

**CALCETA, JULIO DE 2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Bravo Cedeño Erika Samantha y Cujilema Campos Steiner Melanie con cédula de ciudadanía 1725172637 y 1316140415 declaro bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (covid-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a mi favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



Bravo Cedeño Erika Samantha  
CC:1725172637



Cujilema Campos Steiner Melanie  
CC: 1316140415

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Bravo Cedeño Erika Samantha y Cujilema Campos Steiner Melanie con cédula de ciudadanía 1725172637 y 1316140415 autorizo a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (covid-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



Bravo Cedeño Erika Samantha

CC:1725172637



Cujilema Campos Steiner Melanie

CC: 1316140415

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

MSc. Nelson García Reinoso certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (covid-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador, que ha sido desarrollado por Bravo Cedeño Erika Samantha y Cujilema Campos Steiner Melanie, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

MSc. Nelson García Reinoso

**CC: 1756366611**

**TUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (covid-19) en Portoviejo, Manabí, que ha sido desarrollado por Bravo Cedeño Erika Samantha y Cujilema Campos Steiner Melanie, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Mg. José Rafael Vera Vera

CC: 1313176131

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

Mg. Yadira Beatriz Párraga Basurto

CC: 1312437393

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Mg. Blanca Enith Mendoza Mendoza

CC: 1104440167

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído y confiando en mí desde el primer momento, dándome los mejores consejos, ejemplos de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a no rendirme y aprovechar las oportunidades que me da la vida, gracias a mi hija Maythe Mena por ser mi principal inspiración para cumplir mis sueños.

### **ERIKA SAMANTHA BRAVO CEDEÑO**

Agradezco a Dios por guiarme, ser mi apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad o debilidad. Y, gracias a mi padre: Pedro Cujilema León, por ser el principal promotor de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me ha inculcado.

### **STEINER MELANIE CUJILEMA CAMPOS**

También, agradecemos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual hemos forjado nuestros conocimientos profesionales día a día, a nuestros docentes, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra carrera y de manera especial, al máster Nelson García Reinoso tutor de nuestro trabajo de titulación quien nos ha guiado con su paciencia, y rectitud como docente.

### **ERIKA SAMANTHA BRAVO CEDEÑO**

### **STEINER MELANIE CUJILEMA CAMPOS**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Heris Bravo y Esperanza Cedeño por ser mis pilares para seguir adelante, ellos son la motivación de mi vida, mi orgullo de ser lo que seré, ya que han sido mis guías dándome el apoyo incondicional en el transcurso de mi vida, enseñándome los valores y a levantarme de cada caída. Es para mí una gran satisfacción dedicárselas a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado.

A mi hija Maythe Karolina Mena Bravo siendo ella mi mayor motivación e inspiración para nunca rendirme en los estudios ni en la vida y poder llegar a ser un ejemplo para ella.

A mis hermanos Carlos y Maycol porque son la razón de sentirme tan orgullosa de culminar mi meta, gracias a ellos por confiar siempre en mí.

Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelitos, tíos y primos, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo.

### **ERIKA SAMANTHA BRAVO CEDEÑO**

Mi logro se lo dedico a la memoria de mi madre Emma Campos Armijos, mis hermanos Pedro Aldayr, Andy Yandell, mis abuelitos Manuel, Juana, Elcia y mi primo Erik, quienes ahora son los ángeles que me protegen desde el cielo junto a Dios y que se encuentran muy orgullosos de todo lo que he logrado con el pasar de los años a pesar de las adversidades y desde donde están me bendicen.

También se la dedico a mi padre Pedro Cujilema quien con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, resiliencia y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. Y a toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

### **STEINER MELANIE CUJILEMA CAMPOS**

## CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE TABLAS	xi
CONTENIDO DE FIGURAS	xii
CONTENIDO DE ILUSTRACIONES	xii
CONTENIDO DE FÓRMULAS	xii
CONTENIDO DE ANEXOS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
<b>1 CAPÍTULO I. ANTECEDENTES</b>	<b>1</b>
1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	6
1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	6
1.2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	7
1.2.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	7
1.2.4 JUSTIFICACIÓN LEGAL	8
1.3 OBJETIVOS	8
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	8
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.4 HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEAS A DEFENDER.	9
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>10</b>
2.1 FACTORES CLAVES QUE GARANTIZAN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRESARIOS.	10
2.2 IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL TURISMO	11
2.3 IMPACTO EN LA DEMANDA TURÍSTICA DEL ECUADOR	14
2.4 EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR	15
2.5 ECOSISTEMA EMPRENDEDOR	16
2.6 EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y DESARROLLO GASTRONÓMICO.	17
2.7 EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN PORTOVIEJO	20

2.8	ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO EN EL TURISMO LOCAL	22
2.9	VIABILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS	23
	CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	25
3.1	UBICACIÓN	25
3.2	DURACIÓN	26
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
	CAPÍTULO IV. - RESULTADOS Y DISCUSIÓN.	36
4.1	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO. 36	
4.1.1	CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO.	36
4.1.1.1	. COMPONENTE POLÍTICO	37
4.1.1.2	COMPONENTE ECONÓMICO	39
4.1.1.3	COMPONENTE SOCIAL	41
4.1.1.4	COMPONENTE AMBIENTAL	43
4.1.1.5	COMPONENTE TURÍSTICO	44
4.1.2	ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PORTOVIEJO.	45
4.1.3	ANÁLISIS FODA ESTRATÉGICO DEL ECOSISTEMA DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS.	52
4.1.3.1	LEYENDA DE PONDERACIÓN DE LA MATRIZ FODA	53
4.1.3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO	54
4.1.3.3	PROBLEMA ESTRATÉGICO	55
4.1.3.4	SOLUCIÓN ESTRATÉGICA	55
4.2	ESTUDIO DE MERCADO	55
4.2.1	DETERMINACIÓN DE FACTORES CLAVES DE LA OFERTA EN EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS	55
4.2.1.1	RESUMEN de las características de los emprendimientos	62
4.2.2	CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA EN LA MODALIDAD TURISMO GASTRONÓMICO.	64
4.2.2.1	RESUMEN del perfil del cliente	73
4.3	FASE 3: ESTRATEGIAS DE VIABILIDAD EN EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS	74
4.3.1	DEFINIR ACCIONES DE VIABILIDAD LEGAL DEL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO.	74
4.3.2	SELECCIÓN DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS	78

4.3.3 PROPONER ACCIONES DE VIABILIDAD EN EL POSICIONAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS.	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	91

## CONTENIDO DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Evolución ascendente de las restricciones por regiones turísticas. ....	12
<b>Tabla 2</b> Metodologías referenciales. ....	27
<b>Tabla 3</b> Metodología para el diseño de factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos. ....	30
<b>Tabla 4</b> Caracterización del territorio. ....	36
<b>Tabla 5</b> Valor Agregado Bruto (VAB) y población ocupada, por sectores y sub sectores. ....	39
<b>Tabla 6</b> Actividades a las que se dedica la población parroquial en porcentajes. ....	40
<b>Tabla 7</b> Población por parroquias del Cantón Portoviejo. ....	41
<b>Tabla 8</b> Establecimientos de salud por parroquia ....	42
<b>Tabla 9</b> Atractivos turísticos del Cantón Portoviejo. ....	44
<b>Tabla 10</b> Actores involucrados. ....	46
<b>Tabla 11</b> Matriz FODA del ecosistema de emprendimiento gastronómico. ....	52
<b>Tabla 12</b> Análisis estratégico de la Matriz FODA ....	53
<b>Tabla 13</b> Variables principales de la Matriz FODA. ....	54
<b>Tabla 14</b> Cuadrantes para el análisis estratégico ....	54
<b>Tabla 15</b> Cantidad de trabajadores contratados ....	56
<b>Tabla 16</b> Meses de mayor afluencia (nacional). ....	57
<b>Tabla 17</b> ¿Qué método de financiamiento utilizó para emprender su negocio? ....	58
<b>Tabla 18</b> ¿El establecimiento cuenta con permisos de operación? ....	58
<b>Tabla 19</b> ¿Por qué medio usted promociona su emprendimiento? ....	59
<b>Tabla 20</b> ¿De acuerdo a su percepción seleccione los factores de éxito para un emprendimiento gastronómico? ....	59
<b>Tabla 21</b> ¿Qué factores lo motivaron a emprender? Dar una puntuación del 1 a 10 puntos, donde 1 poca motivación y 10 mucha motivación. ....	61
<b>Tabla 22</b> ¿Qué suministros de bioseguridad ha implementado en su emprendimiento para la seguridad y el cuidado del cliente? ....	61
<b>Tabla 23</b> Resumen de las principales características de los emprendimientos ....	62
<b>Tabla 24</b> Nacionalidad del turista. ....	64
<b>Tabla 25</b> Provincia. ....	65
<b>Tabla 26</b> Cantón. ....	66
<b>Tabla 27</b> ¿Por cuál de las siguientes razones visita el cantón? ....	67

<b>Tabla 28</b> ¿Cómo obtuvo información acerca del establecimiento gastronómico?	67
<b>Tabla 29</b> Señale el número de personas que lo acompañan. ....	68
<b>Tabla 30</b> ¿Qué aspectos considera usted necesario a la hora de elegir un establecimiento gastronómico? .....	69
<b>Tabla 31</b> ¿Con qué frecuencia visita/visitará usted el emprendimiento gastronómico? .....	70
<b>Tabla 32</b> En general, ¿Cómo considera usted la calidad del producto/servicio que ofrece el emprendimiento? .....	71
<b>Tabla 33</b> Va a compartir su experiencia en redes sociales .....	71
<b>Tabla 34</b> ¿Volvería a visitar el emprendimiento? .....	72
<b>Tabla 35</b> Recomendarías la visita al emprendimiento gastronómico.....	72
<b>Tabla 36</b> Resumen: Principales características de los clientes en los emprendimientos gastronómicos.....	73

## CONTENIDO DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Hilo conductor.....	10
-------------------------------------	----

## CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Ubicación geográfica Cantón Portoviejo.....	25
<b>Ilustración 2</b> Mapa del cantón Portoviejo. Ubicación geográfica .....	38

## CONTENIDO DE FÓRMULAS

<b>Ecuación 1</b> Fórmula para el cálculo de la muestra en población infinita para encuestas dirigidas a emprendedores. ....	33
<b>Ecuación 2</b> Fórmula para el cálculo de la muestra en población infinita para consumidores. ....	34

## CONTENIDO DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b> Cuestionario de entrevistas .....	92
<b>Anexo 2</b> Argumentos de actores involucrados. ....	93
<b>Anexo 3</b> Cuestionario de encuestas dirigidas a los emprendedores .....	96
<b>Anexo 4</b> Cuestionario de encuestas dirigidas a los clientes. ....	98

## **RESUMEN**

La presente investigación plantea como objetivo general establecer los factores claves para el desarrollo de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador, se propone un diseño metodológico de carácter exploratorio no experimental utilizándose el método deductivo combinando los enfoques cualitativos y cuantitativos, la metodología empleada consta de tres fases: (1) se realizó un diagnóstico turístico en donde se aplicaron entrevistas a gestores públicos y emprendedores identificando así problemáticas como, los bajos índices de servicios básicos a nivel general del cantón, además, se determinó que el sector agropecuario es la principal actividad productiva, sin embargo, las actividades del sector terciario son las que mayormente generan ingresos y por último, se estableció mediante la matriz FODA que el área de estudio requiere potenciar sus oportunidades para aprovechar consigo las fortalezas posee. En la (2) se analiza la gestión de los emprendimientos, aplicando 196 encuestas dirigidas a emprendedores gastronómicos y 285 encuestas a los clientes para conocer la demanda y oferta que ofrece el territorio. Por último, (3) la identificación de estrategias en base a producto, precio, distribución y servicios gastronómicos, planteando también la matriz CANVAS. Luego se establecieron acciones que los emprendedores deben seguir para lograr obtener viabilidad con su emprendimiento tanto en lineamientos legales, técnicos, comerciales y económicos-financieros. Finalmente, se concluye que los factores de viabilidad como confianza, calidad, entre otros son de vital importancia puesto que pueden jugar un papel crucial para el desarrollo de los emprendimientos gastronómicos.

## **PALABRAS CLAVE**

Emprendimiento, gastronomía, viabilidad de los emprendimientos, crisis sanitaria (COVID-19)

## **ABSTRACT**

The general objective of this research is to establish the key factors for the development of gastronomic ventures in times of sanitary crisis (COVID-19) in Portoviejo, Manabí, Ecuador: (1) a tourism diagnosis was conducted where interviews were applied to public managers and entrepreneurs thus identifying problems such as, low rates of basic services at the general level of the canton, in addition, it was determined that the agricultural sector is the main productive activity, however, the tertiary sector activities are those that mostly generate income and finally, it was established through the SWOT matrix that the study area requires enhancing its opportunities to take advantage of the strengths it possesses. In (2) the management of the enterprises is analyzed, applying 196 surveys directed to gastronomic entrepreneurs and 285 surveys to clients to know the demand and supply offered by the territory. Finally, (3) the identification of strategies based on product, price, distribution and gastronomic services, also using the CANVAS matrix. Then, actions are established that entrepreneurs must follow in order to achieve viability with their venture in legal, technical, commercial and economic-financial guidelines. Finally, it is concluded that viability factors such as trust, quality, among others, are of vital importance since they can play a crucial role in the development of gastronomic ventures.

## **KEY WORDS**

Entrepreneurship, gastronomy, viability of enterprises, health crisis (COVID-19).

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El emprendimiento es considerado un pilar importante para el desarrollo de un país por su impacto positivo puesto que genera empleos y crecimiento económico, de acuerdo a Zamora, (2018, p15) “la generación de estos emprendimientos de calidad depende de todo un ecosistema integrado que recoge aspectos personales de los individuos, las condiciones del mercado, el acceso a recursos financieros e información”, por lo tanto la prioridad principal para lograr un buen desarrollo económico ya sea nacional o comunitario es el apoyo a los emprendedores.

En los últimos diez años los emprendimientos han ido incrementándose entre ellos los emprendimientos gastronómicos, con el objetivo de generar ingresos económicos estables para las familias; sin embargo, existe un detalle importante el cual es indispensable para que los negocios logren sostenerse en el tiempo y se trata de la innovación, que ayuda con la transformación de las actividades para conseguir una mayor eficiencia (López & Rivera, 2020).

En general el sistema económico ecuatoriano ha pasado por desproporciones que ni el sector empresarial ni los emprendimientos han podido escaparse, señala Useche, et al., (2021, p.4) como son los problemas para la obtención de insumos, escases de mano de obra calificada, difícil acceso a financiamiento y procesos productivos que no se ajustan a las urgencias que se requieren operar. De acuerdo a, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM), (2020), Ecuador se encuentra en la posición número 39 de 54 países que participan en el ciclo GEM, con Suiza y Holanda ocupando el 1er y 2do lugar respectivamente, ubicándose entre países que ofrecen las mejores condiciones para desempeñarse, aunque esto no equivale a tener actividades emprendedoras más altas o eficaces.

Por otro lado, De la Medina, (2021) presenta que existe una gran cantidad de pymes que operan en el sector informal, debido a los costosos trámites burocráticos que dificultan el desarrollo del emprendimiento en el país. Por tal razón, en mayo del 2020 la “Superintendencia de Compañías del Ecuador” lanzó

una sociedad por acciones simplificada que se trata de una persona o más que se convierten en socios para desempeñar una actividad económica, y desde entonces se redujo la cantidad de pymes informales y al mismo tiempo se modernizó el registro mercantil.

En Ecuador, según Guaipatin & Schwartz (como se citó en Quevedo et al., 2020) señalan que los emprendimientos a nivel nacional suelen ser menos creativos e innovadores comparados con los que se hallan en otros territorios cercanos, que como consecuencia limita el desarrollo de nuevos productos o servicios para a ofrecer a la demanda, tomando en cuenta además, que el sector turístico ha sido uno de los mayores afectados por la pandemia del COVID-19, por tal razón los efectos de la retracción caen de manera significativa tanto en las microempresas turísticas como en las grandes empresas, de tal manera que la detención de sus operaciones se convierte en una opción.

Además, anteriormente en Ecuador la actividad de alimentos y bebidas prevalecían con un “63% que daba un total de 8,455 instalaciones, la mayoría ubicadas en las provincias del Guayas, Manabí, entre otras que forman parte del litoral” (Álvarez, Espinosa, Torres, 2020, p.17); sin embargo, el porcentaje se redujo notablemente durante la emergencia sanitaria, esta situación da como resultado la quiebra de los emprendimientos puesto que es deficiente el conocimiento que poseen los dueños de las empresas afectadas para su ejecución ante los efectos que provoca la emergencia sanitaria que además, influyen directamente en su manejo y productividad.

Por lo antes expuesto, hoy en día Manabí abarca una gran inmensidad en cuanto a los emprendimientos gastronómicos, ya que al ser esta una provincia en donde uno de sus principales atributos es la gastronomía la convierte en un mercado potencial, tal como lo afirma García, Carreño, & Doumet (2016), sobre todo por la diversidad cultural de técnicas que se emplean para su elaboración. Así mismo, Espinoza, (2019) señala que dentro del territorio se observan comunidades que poseen una amplia gama de atractivos y recursos turísticos, culturales y que, los pobladores aún hasta la actualidad mantienen sus tradiciones, lo que influye directamente que los emprendimientos gastronómicos sean una de las principales

fuentes económicas; sin embargo, la gran mayoría de los emprendimientos carecen de planes viables que les permitan o garanticen el éxito en el mercado turístico o comercial, ya que en gran parte estos emprendimientos son desarrollados empíricamente sin realizar una planificación estratégica (Reinoso 2017).

De acuerdo a lo manifestado, los emprendimientos gastronómicos en Manabí, al pasar de los tiempos han mostrado una notoria evolución en lo que se refiere a infraestructura, servicio y mejora continua de la atención al cliente, pero sin embargo cabe destacar que aún tales establecimientos, mantienen el mismo modelo de gestión rústico y poco sofisticado, lo que radica en que, no se evidencie la intervención de los agentes del sector público/privado, razones por lo cual las inversiones por estos entes en ciertas ocasiones se ven limitadas, ya que aquellos emprendimientos gastronómicos no resultan viables por la inexistencia de un plan de viabilidad que les garantice el éxito en el mercado turístico (Reinoso, Doumet & Alfonso, 2019), por lo tanto una de las formas de reactivación del sector turístico teniendo en cuenta la crisis sanitaria COVID 19 que es uno de los grandes desafíos, es la vinculación y el trabajo conjunto entre el sector público, privado y gestores de los emprendimientos gastronómicos.

Según Viera & Fernández, (2020), elaborar los platos típicos de la región manabita con la calidad que exigen los visitantes y turistas, requiere gran relevancia, por lo que es un requisito obligatorio implementar las normas internacionales de elaboración de alimentos, ya que, en la mayoría de los casos, siempre se enfocan en la satisfacción del cliente y no la calidad del servicio vinculada con la manipulación e higiene. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), los principios generales de higiene de los alimentos del codex alimentarius (BPA/BPM) son aplicables en toda cadena alimentaria, desde la producción inicial hasta el consumidor final, estableciendo condiciones higiénicas necesarias para producir alimentos inocuos y saludables (OPS/OMS, 2015).

Ante la relevancia que guarda el cuidado de la salud, es indispensable que los establecimientos gastronómicos cumplan con las normas de higiene que les garanticen a los comensales una buena calidad del procesamiento de alimentos

hasta la venta final de producto, generando de esta manera una mayor rentabilidad de su emprendimiento, por lo que todo ello, implica asegurar la inocuidad de alimentos y bebidas, establecer los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación de estos. Igualmente, la infraestructura debe cumplir con los estándares de higiene correspondientes, según Capetillo, (2013) para tipificar las normas de limpieza en restaurantes se necesita la utilización de las normas ISO que inciden en la calidad del servicio de alimentos, así como en la elaboración de estos. De no tomarlas en cuenta se podría incurrir en un hecho de alto riesgo para la salud humana.

De acuerdo con lo expresado, la aplicación de las normas de higiene, manipulación de alimentos y normas de calidad ISO, representan un alto nivel de confianza a la hora de emprender en establecimientos gastronómicos, brindando seguridad y confianza a los turista, por lo que es de suma importancia la aplicación de las mismas, pero sin embargo en su gran mayoría los emprendimientos de este índole, pasan por alto dichas normas, razones por desconocimientos de las mismas o deficiencia de económica para brindar capacitaciones a al personal relacionado al tema, por lo que se refleja en la calidad de sus productos y servicio, de tal manera que se vea involucrada la satisfacción de las necesidades de consumo de los turista, en donde se ve involucrado el desarrollo económico del establecimiento por motivos de una baja afluencia de clientes.

Según López & Sánchez (2012), la gastronomía es uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como para la promoción de los mismos, por lo que esto sugiere que el arte culinario puede ser el nexo que permita el crecimiento de los emprendimientos gastronómicos, lo que caracteriza a la Provincia de Manabí en un destino con potencialidad gastronómica, ya que la comida es de suma importancia para la contribución de la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del área, pero debido a la pandemia mundial (COVID19), el desarrollo turístico se ha visto comprometido, lo que infiere en a que dichos emprendimientos se vean obligados a parar sus actividades, causando así deficiencia económica para la zona, por la escasa afluencia de turista debido al confinamiento social que imponen las

autoridades locales, es por dicha razón que se evidencia un bajo interés en inversión en los emprendimientos gastronómicos.

La presencia de los emprendimientos gastronómicos y su impacto en la sociedad, es observada por su capacidad de adaptación en múltiples contextos organizacionales, por lo que estos predominan en el mundo con el 45% de los negocios existentes en el mundo (Gonzales, 2017). Según León, Rosillo & Zambrano. (2020), la República del Ecuador posee una rica gastronomía, específicamente Portoviejo, presenta una amplia gama gastronómica en donde externos e internos pueden degustar de exquisitos platos, en una multi oferta de emprendimientos gastronómicos que existen en la localidad, por lo que los portovejenses tienen una visión productiva consistente de la importancia de la preparación de alimentos típicos en gastronomía local, por tal razón, cada vez se incrementan emprendimientos gastronómicos en los diferentes puntos turísticos, sin dejar de lado la tradición culinaria, lo que permite posicionar la comida de esta zona del país considerada como una de las mejores. (MINTUR, 2019)

Según León, et al (2020), manifiesta que la competencia agresiva dificulta el acceso a financiamientos, incertidumbre de políticas económicas, inseguridad y delincuencia, es lo que genera temor para invertir en los emprendimientos gastronómicos, esto hace que se vean limitados a ser más competitivos, lo que radica en que la economía local. De acuerdo con el Gobierno Autónomo descentralizado (GAD Portoviejo, 2020), la ciudad de Portoviejo es una de las regiones gastronómicas más conocida del Ecuador, siendo reconocida como la primera localidad de ser miembro de la red de ciudades creativas en emprendimientos gastronómicos por la UNESCO, pese a lo expresado, el cantón evidencia ciertas incertidumbres en lo que respecta a los emprendimientos gastronómicos, ya que actualmente es una de las ciudades que se ha visto más afectada por la pandemia del COVID19.

Igualmente, García, (2020) en su trabajo de investigación señala que hoy en día la actividad turística es limitada y los emprendimientos se han vistos obligados a cerrar principalmente a causa de las pérdidas económicas por una escasa afluencia de turistas por la pandemia del COVID 19, ya que los establecimientos no

suelen disponer de protocolos de bioseguridad, producto de la deficiencia de capacidad monetaria, sin embargo, existen también factores que se consideran claves para el desarrollo de los emprendimientos como son innovación, servicio al cliente, reducción de costos, limpieza y buena apariencia, entre otros.

Por lo tanto, tomando en cuenta lo antes mencionado se debe considerar que, sin el trabajo en conjunto de los factores claves con las normas de calidad, el crecimiento de los emprendimientos gastronómicos se verá afectado permanentemente, es por eso que se plantea la siguiente interrogante:

¿De qué manera la identificación de factores claves favorece la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en el cantón Portoviejo, Manabí, Ecuador?

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

Las determinaciones de factores claves de viabilidad se presentaron por la necesidad de aumentar y diversificar la oferta de emprendimientos gastronómicos a causa de la emergencia sanitaria del COVID-19 impulsando el desarrollo económico y el fomento del turismo en el cantón Portoviejo. La base teórica que sustentó el trabajo de titulación fue obtenida de distintas investigaciones y artículos científicos referentes al tema de estudio como presentó López (2020) y Jaafreh (2013) sobre los elementos y factores claves que los emprendimientos deben considerar para tener éxito y, por otro lado, Rueda (2019), Sepúlveda y Gutiérrez (2016) que explicaron de manera clara los factores positivos o negativos para determinar la sostenibilidad los emprendimientos.

Además, cabe mencionar que la investigación se respaldó en la teoría que presenta Mejía, (2012), García y Félix, (2020), quienes señalaron que los emprendimientos turísticos y el desarrollo gastronómico se encuentran relacionados, puesto que fundamentan la actividad turística generando al mismo tiempo el desarrollo económico del área. En base a lo expuesto, la investigación proporcionó la línea teórica para el desarrollo de futuros trabajos referentes a la temática del estudio, e incluso sirvió de ayuda para emprendedores con temas

específicos sobre un emprendimiento gastronómico y así mejorar el concepto de su idea de negocio, por último, cabe recalcar que el trabajo de investigación aportó con datos bibliográficos actualizados que se pueden utilizar en estudios posteriores.

### **1.2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Para la elaboración del diseño metodológico se tomaron como referencia las metodologías propuestas por varios autores, entre los cuales se encontraron: Loor, (2020), Calderón, et al., (2016), Félix & García, (2020), Zárate, et al., (2020), Medina, (2021), quienes en sus estudios presentaron modelos de gestión para emprendimientos e incluso sugirieron factores de viabilidad para los mismos. Luego de haber analizado cada una de las metodologías se procedió a analizar cada uno de los referentes en base a ellos se definió una metodología. Por tanto, el presente trabajo aportó enfoques metodológicos considerados para una serie de investigaciones relacionadas con la identificación de factores claves que garanticen la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos e incluso se pudo tomar de referencia para futuros trabajos investigativos con requerimientos similares.

### **1.2.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La propuesta se justificó por la necesidad de identificar factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria COVID-19 , por lo tanto, se buscó nuevas alternativas donde se conozca el interés de la demanda e impulsar a los nuevos emprendimientos gastronómicos con las medidas necesarias y adecuadas por el (COVID-19), donde el involucramiento de los habitantes del área de estudio contribuyan en la dinamización socioeconómica a través de la generación de oportunidades de empleo, así como nuevas estrategias para que los emprendimientos gastronómicos sean viables y mejore la economía en el cantón Portoviejo.

Por otro lado, la investigación también aportó socialmente, puesto que se presentaron nuevas técnicas y usos de la tecnología para relacionarse de manera más directa con los consumidores, para el uso del público objetivo y en general determinar el progreso constante de los emprendedores.

## **1.2.4 JUSTIFICACIÓN LEGAL**

Se justifica la necesidad de este trabajo de investigación, basado en el derecho al trabajo en el Ecuador, siendo esto una fuente de realización o satisfacción personal y base de su economía, por lo tanto, el Estado debe garantizar a los trabajadores el pleno respeto a su dignidad, el buen vivir, la justa retribución y remuneración, y la práctica del trabajo sano, libremente elegido y aceptado (Constitución de la República, 2008). Para ello, tiene como finalidad la satisfacción de necesidades y la generación de ingresos, a partir de relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, el trabajo privilegiado y las personas como sujeto y fin, hacia el desarrollo nacional, a través de actividades efectivas de emprendimiento, innovación y desarrollo económico.

Además, la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad otorga ventajas para un emprendimiento tales normas como la ISO 9001: Gestión de Calidad, ISO: 22301 Continuidad del Negocio, ISO: 20000 Calidad de Servicio TI, son algunos de los estándares clave que brindan soporte estructural, de procesos, guiado por el usuario y de resultados, que ayudó a las organizaciones a superar la adversidad en tiempos de crisis como la pandemia del COVID-19.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Establecer los factores claves para el desarrollo de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar el desarrollo de la actividad turística gastronómica en el cantón Portoviejo.
- Analizar la oferta y la demanda de los emprendimientos gastronómicos para determinar los factores claves en el cantón Portoviejo.
- Determinar estrategias de viabilidad que permitan el desarrollo de nuevos emprendimientos gastronómicos post COVID-19 en el cantón Portoviejo.

#### **1.4 HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEAS A DEFENDER.**

El establecimiento de los factores claves favorecería el desarrollo de los emprendimientos turísticos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo expondrá los conceptos de las variables de investigación derivadas del tema, los cuales, aportarán a la realidad actual del territorio. A continuación, se muestra el hilo conductor con los epígrafes elegidos.

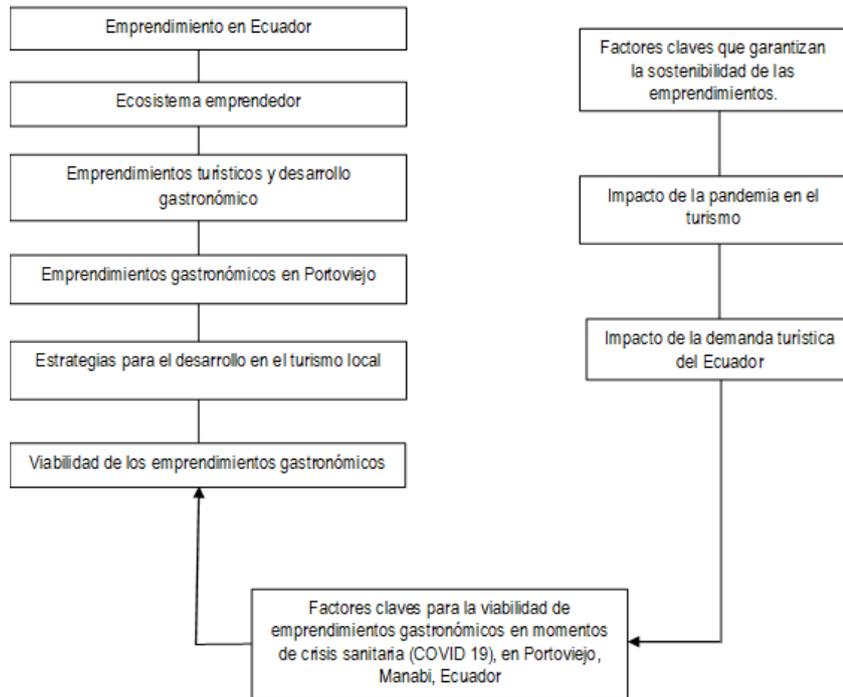


Figura 1 Hilo conductor.

Elaborado por los autores.

### 2.1 FACTORES CLAVES QUE GARANTIZAN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS.

Los factores claves que las empresas deben considerar para mantener una vida prolongada en el mercado, es un tema muy importante que se debe tomar en cuenta a la hora de emprender ya que según López (2020), manifiesta que, “los factores claves del éxito, son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se han establecido y distinguen a la empresa de la competencia marcando la diferencia es decir haciéndola única”, a tal manera que dichas empresas generen competitividad a través de su producto diferenciador, ya que la expresión “factores claves del éxito” representa en el mundo empresarial, como un determinante de que tan bueno o malo puede ser un emprendimiento o negocio a

corto o largo plazo, por otra parte, Jaafreh (2013) define a los factores claves de éxito como prácticas de gestión, acciones o condiciones que garantizan la implementación exitosa de los emprendimientos, mientras que según Suárez y Díaz (2013), definen a los factores claves del éxito como “todas aquellas acciones, capacidades, recursos, ventajas, conocimientos y destrezas las cuales constituyen una ventaja competitiva”, en que los emprendimientos deberían enfocarse. Además, Gherbal (2012) definió los factores claves del éxito como “áreas críticas de planificación y acción gerencial que deben ser desarrolladas para generar una gestión eficaz de la calidad operativa en un emprendimiento o negocio”

Cabe destacar que los factores claves son un modelo aplicativo que las empresas deben seguir para garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos, así como lo afirma Sepúlveda y Gutiérrez (2016), que los factores que determinan la sostenibilidad en los emprendimientos varían dependiendo del contexto, el tipo de empresa, la región geográfica, objeto de estudio, el ecosistema de emprendimiento y la coyuntura económica. Según Rueda (2019), manifiesta que los factores que pueden afectar significativamente a la sostenibilidad de los emprendimientos se clasifican en: factores internos, relacionados con las características de la empresa; factores del emprendedor, mismos que hacen énfasis a sus habilidades y rasgos factoriales del entorno los cuales están relacionados con el ecosistema en el que interactúa la empresa.

## **2.2 IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL TURISMO**

La pandemia SARS-CoV-2 es una infección causada por un virus denominado comúnmente COVID-19, lo cual ha obligado a la Organización Mundial de la Salud en el 2020 la declaración de un estado de emergencia sanitaria a nivel mundial desde el 11 de marzo del 2020, este patógeno desconocido se transmite a los humanos y causa efectos irremediables que llevan hasta la muerte. Sin embargo, Vega, Castro y Romero (2020), mencionan que la gravedad del problema se ha advertido durante las últimas dos décadas, pero las medidas preventivas han sido inadecuadas. Al mismo tiempo como menciona Vega, et al., (2020) en su trabajo de investigación, afirma que el agente patógeno COVID-19 posee una capacidad de transmisión más veloz comparada con la del SARS o el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) e inclusive el triple de rapidez con la influenza

común, en consecuencia a todo lo antes planteado uno de los sectores con mayor repercusión negativa fue el del turismo, ya que se tomaron medidas preventivas que generó la detención definitiva de la misma.

Las medidas que se aplicaron inmediatamente desde el principio de la emergencia sanitaria han sido la restricción de viajeros que proceden de países con indicios de infección por el virus y la anulación de visados, desde ese momento el sector turístico empieza su declive y en el mes de marzo se comienzan las restricciones masivas como el cierre de fronteras totales en todo el mundo y la detención del tráfico aéreo a gran escala, lo que produjo en definitiva la decadencia del sector. A continuación, se presenta una tabla de datos sobre la evolución ascendente de las restricciones por regiones turísticas (Menchero, 2020) (Tabla 1).

**Tabla 1** Evolución ascendente de las restricciones por regiones turísticas.

Regiones	5-10 Febrero		16-24 Marzo		24-6 Abril		Global
	Nº Países	% Incremento	Nº Países	% Incremento	Nº Países	% Incremento	% Incremento
Asia y Pacífico	31	60%	42	23%	46	22%	100%
Américas	9	117%	37	20%	47	22%	92%
Europa	7	13%	48	27%	50	24%	93%
Oriente Medio	3	6%	12	7%	13	6%	100%
África	2	4%	42	23%	53	25%	100%
Mundo	52	100%	181	100%	209	100%	96%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Menchero (2020)

Seguidamente la Organización de Naciones Unidas ONU (2020) en su Informe de políticas: el COVID-19 y la transformación del turismo menciona que, en los primeros cinco meses del 2020, con cierres de fronteras y caídas significativas en los viajes aéreos, sin dejar de lado la inactividad en hoteles y restaurantes el porcentaje de turistas internacionales cayó en un 56% y las exportaciones por lo consiguiente disminuyeron a \$ 320.000 millones de dólares. En consecuencia, alrededor de 100 millones de empleos directos del sector turístico se ponen en peligro sobre todo si se trata de empresas pequeñas o Pymes. Esta situación se

vuelve aún más preocupante cuando se conoce que alrededor del 80% de las empresas turísticas son MIPYMES.

Por otro lado, Castello (2020) en su informe sobre los Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19 señala que efectivamente es inevitable que no exista alguna repercusión negativa en la economía a nivel mundial, pero explica, además, que la crisis podría presentar distintos efectos y gravedades dependiendo la situación del país en que se encuentre, tomando en cuenta puntos como la infraestructura, recursos humanos, economía o política.

En general todas las regiones han sufrido un declive fuerte causado por la emergencia sanitaria y las medidas preventivas que se aplicaron, generando pérdidas bastante notables en las actividades vinculadas al turismo, por ejemplo, alrededor del 80% en reservas aéreas cayeron, además, la ocupación total en hospitalidad presentó una disminución de alrededor del 70% y el 100% de los destinos en el mundo se mantuvieron con restricciones de viajes lo cual tuvo como consecuencia el cierre parcial o definitivo de muchas empresas turísticas (OMT, 2020).

Por otra parte, Hernández (2020) manifiesta que en América Latina y el Caribe se presenta un porcentaje de 13,07% de todos los casos notificados en todo el mundo, en términos más entendibles se refiere a 677.887 casos notificados al 26 de febrero de 2020 y 36.892 muertes. El país perteneciente a la región de América Latina más afectado por el COVID-19 ha sido Brasil, con más de 22.000 defunciones y alrededor de 347.398 infecciones. Mientras tanto, en México, la epidemia ha causado la muerte de 7,179 personas y casi 65,856 casos. Por último, Perú, Chile y Ecuador hasta la fecha mencionada anteriormente empezaban a pertenecer al grupo de países en el top peligroso.

Contextualizando la investigación, de acuerdo a Félix y García (2020), en Ecuador, según datos presentados por el Ministerio de Turismo, desde el primer trimestre del 2015 hasta el cuarto trimestre de 2019, el turismo internacional aportó un promedio del 1,9% del PIB, o alrededor de \$ 490 millones de dólares. En este sentido, la actividad que más sufre la epidemia es el comercio, seguido de los

servicios, los productos agrícolas, la agricultura, las exportaciones, las manufacturas e incluso el petróleo; sin embargo, cabe recalcar que algunos sectores obtuvieron resultados negativos, pero no de la misma magnitud que otros como por ejemplo los sectores que abarcan los elementos de primera necesidad.

### **2.3 IMPACTO EN LA DEMANDA TURÍSTICA DEL ECUADOR**

Una pandemia provoca dos crisis al mismo tiempo, por un lado, los efectos directos de esta enfermedad que ha sido la muerte de un sinnúmero de individuos y por el otro provoca crisis económica, posteriormente para mitigar los choques negativos se opta por aplicar medidas sanitarias, las cuales al mismo tiempo agravan el problema dado que el impacto económico y el desarrollo de la pandemia están estrechamente relacionados (Blackman et al., 2020). En este caso según Quevedo et al., (2020) Ecuador experimentó una caída significativa en los ingresos ya que no hubo tarifas ni pagos a los proveedores de servicios, además, también plantea que solo las grandes cadenas multinacionales podrían recuperar las pérdidas abruptas en un corto periodo de tiempo y pueden alojar a turistas sin personal durante meses, en cambio, las pymes sufrirían más para recuperarse y de esta manera se origina uno de los factores más preocupantes que es el desempleo en la región. Por lo tanto, los gobiernos se empezaron a apresurar en la búsqueda de soluciones que permitan reducir los efectos masivos de la pandemia y optaron por aplazar el pago de los impuestos expresamente del sector turístico.

No hay duda de que el turismo en Ecuador no ha logrado tener el mismo nivel de mercado que antes de la pandemia, según Guangasi & Jácome (2019) los datos presentados por El Comercio en el 2020 señalan que alrededor del 30% de las instituciones han cerrado e incluso algunos hoteles han permanecido cerrados durante 6 meses o 1 año hasta que la situación se estabilice. Además, Becerra, Vega y Orellana (2021), a través del Ministerio de Turismo señalan que el gobierno ecuatoriano ha estimado un impacto por brote de COVID-19 en el sector local de más o menos 150 millones de dólares. De igual forma (Becerra et al., 2021) presentan investigaciones en las que plantean que los gerentes de las empresas turísticas estiman pérdidas que promedian los 32,716.35 dólares demostrando que las instalaciones más afectadas son las de alojamiento y el transporte público.

En el presente contexto, la provincia de Manabí se considera uno de los entornos más importantes para el desarrollo económico del Ecuador, con un marco variado de destinos y turismo alternativo (Montalván, 2016).

Sin embargo, bajo las nuevas modalidades del COVID-19, el Ministerio de Turismo MINTUR (2020) y la Dirección de Inteligencia de Mercados señalan que han repercutido en muchos factores, como por ejemplo, en la decisión de desplazarse de su lugar de residencia que al principio el 41% prefería viajar hasta 3 veces al año, un 37% una vez al año, el 26% más de 3 veces al año y solo el 6% no viajaba, luego, con la nueva normalidad los porcentajes han variado de la siguiente manera, el 67% ha decidido que sería una buena decisión viajar desde el presente año negando por completo la posibilidad de movilizarse con fines turísticos durante el año 2020 y algunos no tienen planes de hacerlo por un largo periodo de tiempo.

En cuanto a la cantidad de noches que podrían pernoctar, anteriormente el 80% decidía quedarse de dos a cuatro noches e incluso más de cuatro noches, no obstante, los efectos causados por la pandemia del COVID-19 han dividido el porcentaje a un 40% dejando como resultado que la decisión de quedarse más de cuatro noches quede con un 6%, en general el sector turístico en el Ecuador ha sido gravemente afectado por la pandemia del COVID-19, dejando caer mayormente los efectos en emprendimientos o pymes.

## **2.4 EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR**

Ecuador es uno de los países con mayores tasas de emprendimiento en el mundo, donde alrededor del 30% de la población posee un emprendimiento nuevo o naciente, con lo cual el país tiene la mayor tasa de actividad emprendedora en la región (Lasio et al. 2018). El emprendimiento se ha incorporado a la cultura ecuatoriana como un concepto transformador de la economía al ser un real dinamizador por sus efectos a corto, mediano y largo plazo sobre la riqueza de sus habitantes. Según Landsdale, et al., (2020), determinan que, diversos estudios nos han ubicado como uno de los países con los mayores niveles de emprendimiento, sin embargo, ciertos factores no permiten que se consoliden los negocios ni que prosperen las entidades que apoyan estas iniciativas. Por otra parte, el sector

privado, es el responsable de la formación y ejecución de los emprendimientos. En el Ecuador las motivaciones de los emprendedores en 15,4% se basan en oportunidades (incluyendo la motivación de aumentar sus ingresos) y en un 5,9% en necesidades, por lo que dicho estudio señala además que la mayor cantidad de emprendimientos se produce en el sector de servicios. El 51% de los emprendimientos estuvo destinado a almacenes, restaurantes, compra y venta de bebidas y la producción y venta de productos no elaborados. De la misma manera indica que el 68% de los emprendedores provenía de áreas urbanas y solo el 30% tenía ingresos anuales superiores a \$7200; un 48% recibía ingresos de hasta \$4800 por año, lo que representó un ingreso mensual inferior en aproximadamente \$140 al costo de la canasta familiar básica de US\$538 (INEC, 2010)

El espíritu empresarial es el proceso de diseño, lanzamiento y gestión de un nuevo negocio, generalmente comenzando con una pequeña empresa o puesta en marcha, proporcionando productos, servicios o procesos de ventas. Según Zamora (2018) el emprendimiento ecuatoriano está dirigido principalmente al comercio, productos y servicios vendidos en el mercado interno. Desarrollado para aprovechar las oportunidades para lograr el crecimiento de los ingresos, la libertad económica y la capacidad de respuesta, el índice de Actividad de Emprendimiento Temprano (TEA) de Ecuador es de 31,8%, o aproximadamente  $\frac{1}{3}$  de los adultos que administran la construcción o la propiedad de negocios, menores de 3,5 años.

Ecuador está experimentando una transformación gradual, tomando en cuenta la tolerancia y el apoyo de emprendedores necesarios y emprendedores innovadores que aprovechan las oportunidades del mercado. A pesar de sus esfuerzos, los empresarios aún deben superar algunas limitaciones y obstáculos, como el acceso limitado al financiamiento nacional e internacional, la burocracia de los procesos, la corrupción y pocas oportunidades de incubación.

## **2.5 ECOSISTEMA EMPRENDEDOR**

El ecosistema emprendedor está conformado por un conjunto de instituciones públicas y privadas que brindan apoyo a los emprendedores. El apoyo puede clasificarse en cada etapa del proceso empresarial, o clasificarse según factores que inciden en la adquisición de la capacidad necesaria para proceder

(Garzozzi, et al, 2018). Para mejorar la viabilidad de las empresas es necesaria la existencia de un ecosistema empresarial bien diseñado y evaluado permanentemente.

Para Porter (como se citó en Garzozzi, 2018) el enfoque empresarial está incorporada por 4 determinantes:

- Condiciones de los componentes (por ejemplo: personal, recursos físicos, grado de entendimiento, capital, y otros componentes que afectan en la calidad de vida de la población)
- Condiciones de la demanda (tales como: estructura, tamaño y tasa de aumento de la demanda, las exigencias de los compradores)
- Industrias en relación y de apoyo (proveedores, industrias conexas competitivas capaces de coordinar y compartir ocupaciones en la cadena de valor)
- Táctica, composición de la organización y rivalidad (metas que quieren conseguir, motivación de sus empleados y directivos).
- Paralelamente se añaden 2 componentes que influyen en los 4 determinantes: el azar y el régimen.

Isenberg (como se citó en Garzozzi 2018) considera que el ecosistema emprendedor está compuesto por los siguientes dominios: liderazgo, gobierno, cultura, casos de éxito, capital humano, capital financiero, organizaciones emprendedoras, enseñanza, infraestructura, clústeres, redes de individuos, servicios de apoyo y consumidores.

## **2.6 EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y DESARROLLO GASTRONÓMICO.**

Según Santos (2018), el emprendimiento gastronómico “es la acción o ejecución de un proyecto o actividad gastronómica”, en la que se involucran capital humano para la transformación de alimentos en un producto que será ofertado y comercializado a un determinado público con el fin de saciar sus necesidades de consumo. Por otra parte, la gastronomía según la OMT (2019), es la “comprensión razonada de lo que comemos y cómo lo comemos”, ya que la gastronomía representa en el sector turístico un rol fundamental, debido a que es uno de los

sectores más valorados por los turistas, ya que los mismos cuando viajan optan por conocer el arte culinaria local del destino, explorar sus establecimientos gastronómicos, degustar sus productos típicos y tradicionales (OMT 2019), en consecuencia, la gastronomía es considerada en muchos países como un sector estratégico para el desarrollo, ya que aporta riqueza y empleo generando valor a toda la cadena de la conforma, desde la producción hasta su transformación. Por lo tanto, tal como lo afirman Armesto, et al, (2014), la gastronomía interviene como un reflejo identificativo de cada lugar y región, lo que proporciona Tangibilidad e identidad gastronómica marcando elementos diferenciadores en cuanto a competitividad turística se refiere.

Cabe destacar que el turismo representa varias cifras que permiten comprender el valor de utilizar cada vez con más frecuencia artefactos de estudios y evaluación, debido a que, ejemplificando, es un sector económico que en la actualidad auxilia con el 10% del Producto Interno Bruto mundial; genera 1 de cada 10 puestos de trabajo en el planeta; y para 2030 plan los 1.800 millones de turistas de todo el mundo (OMT 2017). Según Ahmad y Seymour (2018), manifiestan que “emprender” es el acto de la averiguación de generación de costo, por medio de la construcción o extensión de una actividad económica por medio de la identificación y desarrollo de nuevos productos, procesos o mercados. Cabe resaltar que los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para saciar las necesidades de consumo poblacional, permiten crecimiento de productividad y producen la mayoría del trabajo, sin embargo Moreira y Urriolagoitia (2011), establecen que los emprendimientos no son más que un proceso de metamorfosis de los recursos, en donde se aprovecha oportunidades para generar valor a fin de satisfacer necesidades., de esta manera se establece de acuerdo a lo expresado, que los emprendimientos generan un valor ya sea a un producto o servicio que serán ofertados en un determinado mercado con fines de satisfacer una necesidad social.

Cabe destacar que el emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, por lo que el autoempleo se convierte en una alternativa capaz de generar ingresos. La Corporación Andina de Fomento (2018), en una investigación, data que, el 28.7% de la población económicamente activa es auto empleada en toda América latina, el 54.8% es asalariada y el 4% es

empleadora. Por otra parte según Oyarvide, et al, (2016), establecen que las ideas de emprender son procesos que vinculan a los seres humanos emprendedores, a las empresas, y al estado, lo que hace que el emprendimiento se convierta en un fenómeno social y económico muy complejo; dada la razón, aquí los emprendedores deben constituir agentes de cambio e innovación, Fernández (2019), manifiesta que los “emprendimientos turísticos son formados por las condiciones externas e iniciativas propias en las que se incluye; la planificación, organización, dirección y control y elaboración de un emprendimiento turístico”, de tal forma que, Polanco, Araujo, Valdez et al, (2020), establece que este tipología de negocio surge por una necesidad latente en los moradores con la finalidad de satisfacer las necesidades de turistas extranjeros y nacionales , por lo que este tipo de emprendimiento está direccionado por sus capacidades a la generación de riqueza, desarrollo y bienestar dentro de la actividad turística que se ofrezca en el mercado. De acuerdo con la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE), los emprendimientos sociales del sector turístico se desarrollan en las tres regiones del país, tal como lo afirma Mendoza y Macías (2018), que en la región sierra se evidencia una mayor participación, ya que los emprendimientos turísticos sociales se encuentran enfocados en las áreas de servicio como: transporte, alojamiento, guías y alimentación, lo que produce una cadena de productividad que genera beneficios ya sea directa o indirecta.

Actualmente existen diferentes tendencias y modelos en las operaciones alimentarias, que se pueden vincular o relacionar con un tipo de emprendimiento gastronómico, de tal manera que Mejía (2021), menciona cuales son los tipos de emprendimientos gastronómicos de mayor relevancia y tendencia a nivel mundial, los cuales son:

- Panaderías y pastelerías
- Bares y clubes nocturnos
- Restaurantes
- Servicio a domicilio
- Food trucks (Camiones de comida)
- Catering
- Cafés

De acuerdo a lo expresado por Mejía (2012), los establecimientos turísticos gastronómicos, fundamentan la actividad turística a nivel regional y local, es decir, que proporcionan una de las principales fuentes de desarrollo económico, generando plazas de trabajo, debido a que una de las mayores motivaciones por el turista siempre va a verse reflejada en adquirir nuevas experiencias, por lo tanto la gastronomía se relaciona con este interés de los viajeros ya que la misma está enlazada con la cultura local y tradicional del destino al que se visite.

## **2.7 EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN PORTOVIEJO**

A finales del siglo XIV antes de la llegada de los españoles a territorios de quienes habitaban lo que hoy se conoce como Portoviejo, según Cabrerías, et al., (2020), manifiesta que pertenecían de la cultura Manteña, en donde los alimentos que se describen por los cronistas, fueron clasificados en frutas, verduras y carnes, en lo que hoy podemos establecer como ecosistemas terrestres, lacustres y marinos, en donde prevalecen el uso de la cocina tradicional manabita y portovejense, en donde las principales fuentes de preparaciones alimenticias, se constituían a base maní, maíz y pescado ,siendo lo más destacado la tortilla de maíz.

La República del Ecuador tiene una rica gastronomía, especialmente Portoviejo, muestra una vasta gama gastronómica donde los habitantes y turistas tienen la posibilidad de degustar de exquisitos platos, con la cual se pretende reflejar una parte importante de la identidad ecuatoriana sin que se pierdan sus verdaderas raíces en lo cual respecta al gusto por la cocina (León, et al., 2020).

Los portovejenses poseen una visión altamente productiva consciente que radica en la importancia a la hora de la preparación de alimentos tradicionales y típicos en la economía local, (Ministerio de Turismo, 2019), dichas razones, en la ciudad, cada vez se incrementan los establecimientos de carácter gastronómico en los principales puntos de interés turístico, lo que repercute en la facultad de brindar oportunidades en el ámbito laboral.

El GAD (2020) del cantón Portoviejo, manifiesta que la ciudad cuenta con un total de 135 locales de comidas y bebidas, integrando a los que se ubican dentro de los locales comerciales con el paseo shopping y el Multiplaza, que están

inventariados en el catastro, según Zambrano (2020), en cuanto a los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo, afirma que las principales debilidades están vinculadas a la deficiente motivación por parte de los emprendedores, razones las cuales radica en:

- Dificultad de accesos a financiamientos, intereses altos.
- Limitado alcance en la distribución al no disponer con los canales
- Escasa promoción de los productos.

Dada las circunstancias expuestas por Zambrano (2020), los emprendimientos gastronómicos en Portoviejo, mantienen una limitada oferta gastronómica, tanto a nivel local, regional e internacional, según el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD Portoviejo, 2020), manifiesta que la ciudad de portovejense es una de las localidades del país mayormente conocida por su gastronomía, en donde le faculta el reconocimiento, por todo lo que representa para los emprendimientos gastronómicos en las áreas económicas y socio-culturales.

Cabe destacar que la oferta gastronómica en la ciudad de Portoviejo, representa una de sus principales motivaciones en cuanto a oferta turística se refiere, ya que pese a las dificultades que presentan ciertos emprendimientos de carácter gastronómico, la demanda mantiene buena referencia de los mismos (MINTUR 2020), por lo tanto, entre sus principales ventajas que tienen los establecimientos gastronómicos destacan las siguientes:

- Alternativa en la oferta gastronómica
- Accesibilidad a los diferentes establecimientos
- Accesibilidad en precios/ costos de los menús
- Horarios de atención accesibles
- Infraestructura acorde a temáticas de los establecimientos de acuerdo a la temática
- Marca gastronómica posicionada y consolidada
- Calidad en servicio y producto

## **2.8 ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO EN EL TURISMO LOCAL**

De acuerdo a Narváez, et al., (2018), el desarrollo del turismo se basa en tres aspectos: económico, porque debe ser factible y por tanto rentable; social, al ayudar a la empresa a fortalecer el valor de visitantes y residentes de atracciones turísticas refuerzan el valor de relaciones, compromiso e intercambio de experiencias y ambiental, que debe cooperar para proteger y preservar el entorno en el que se desarrolla la actividad. Por tal motivo las comunidades juegan un papel importante en la conservación o degradación de los recursos naturales y culturales en los destinos. El interés de la comunidad en la conservación de los recursos está directamente relacionado con la existencia de los mismos y, por tanto, con el desarrollo turístico local futuro.

Según Arroyo (2018), una buena planificación turística y la protección del medio ambiente natural pueden promover el desarrollo del turismo en una localidad. Por lo tanto, es necesario implementar estrategias que involucren a los gobiernos y comunidades locales. Si esto se logra, el turismo puede crear una fuente de empleo y contribuir significativamente a los ingresos del territorio y la economía nacional.

Por otro lado, Vázquez como se citó en Aguirre, et al., (2018) el desarrollo local es un plan que, además, busca el avance social y el desarrollo sustentable. Entiende que el desarrollo es un proceso en el cual el incremento económico y el reparto de la renta son dos caras de un mismo fenómeno, debido a que los actores públicos y privados, una vez que deciden y ejecutan sus inversiones, lo elaboran con el fin de incrementar la productividad y mejorar la paz de la sociedad. El desarrollo local es, además, un plan que se fundamenta en la optimización continua de los recursos accesibles y especialmente de los recursos naturales y del patrimonio histórico y cultural, debido a que con ello se ayuda a incrementar la virtud competitiva de la región y la paz poblacional.

En la actualidad la mayor parte de negocios en todos los sectores o de todos los tamaños han sido afectados por el impacto de COVID-19 provocando el cierre de los mismos. Sin embargo; según Ortiz y Noboa (2020) existen dos opciones para

el futuro de la empresa o emprendimiento en peligro de paralizar sus operaciones, en primer lugar, quedarse en la desocupación o en segundo y más conveniente utilizar el desarrollo empresarial oportunista del momento, por ejemplo, adaptarse al nuevo modelo de trabajo utilizando internet y plataformas de comunicación.

Finalmente, Félix et al., (2021) en su investigación sobre “Destinos Turísticos Inteligentes, un nuevo aporte conceptual para el desarrollo local en Ecuador. Caso “Portoviejo Ciudad Creativa UNESCO” mencionan que la revitalización del turismo ha sido un proceso que ha iniciado gradualmente en Ecuador, los cafés y restaurantes en la actualidad han integrado a su modalidad de operación el servicio de mensajería como Ubereats, DeliveryEc, Glovo, Rappi, Tipti, Mercadoto y más. Además, señalan que el Ministerio de turismo ha tenido como prioridad comenzar por las zonas rurales cercanas a las ciudades prefiriendo así la recuperación del turismo interno y adoptando procedimientos de bioseguridad para la atención a huéspedes si es el caso de alojamientos o comensales si se trata de establecimientos que proporcionan servicios de restauración. Sin embargo; cabe recalcar que la innovación tecnológica en Ecuador ha sido una etapa compleja para adaptarse en algunos casos, no obstante, en Portoviejo el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) cantonal hace cinco años atrás ha presentado un plan de apoyo en servicios básicos y seguridad como puntos importantes luego del terremoto del año 2016, en donde se ha buscado la inclusión digital como objetivo principal, pero según los autores su implementación no ha sido posible.

## **2.9 VIABILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

Se conoce como viabilidad según Rodríguez (2017), al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto, de tal modo que cualquier empresa o proyecto que se quiere poner en marcha necesita un plan de viabilidad que deje patente las posibilidades de éxito sobre las iniciativas que pueden tener.

La viabilidad de una empresa o emprendimiento está ligada al cumplimiento de 4 aspectos fundamentales:

- Viabilidad técnica. - Infiere a todo aquello atiende a las características tecnologías y naturales involucradas en un proyecto, es decir se vincula al

control y seguridad de lo que se va a hacer, la cual responde a si es posible desarrollar eficientemente los productos o servicios.

- Viabilidad comercial. – Una vez que justifica la vida comercialmente en un mercado del producto/ servicio y las ventas estimadas son realistas con el planteamiento que se realiza en la compañía.
- Viabilidad económica. – una vez que los recursos son capaces de lograr, producir beneficios y contar con una productividad exitosa que compense los peligros en los cuales se va a incurrir.
- Viabilidad financiera. – Cuando no plantea problemas de tesorería y dispone de una estructura financiera equilibrada, en cuanto a endeudamiento, solvencia y liquidez.

Por otra parte, Calderón, San Andrés & Terán (2016) establece que, todos los emprendimientos gastronómicos deben presentar un modelo de gestión, el cual garantice su éxito como empresa es por esto que los mismos deben optar una serie de componentes claves, los mismos que son los siguientes:

- Satisfacción laboral del personal
- Ubicación del establecimiento, el menú
- Prestigio de la organización
- Apoyo familiar
- Perseverancia
- Empatía hacia el cliente
- Apariencia del local y el producto

Pertinente a lo expuesto, dado los factores que los emprendimientos deben asumir para garantizar una vida rentable, a esto se le suma la técnica de Leidecker (1984), citado Calderón, San Andrés y Terán (2016), la cual consiste en identificar los factores críticos de éxito de los emprendimientos, misma que se fundamenta en analizar el ambiente del negocio, la organización de la industria, la opinión de expertos, la competencia, de tal manera que esto consolide a dicho emprendimiento, con el fin de generar viabilidad y rentabilidad financiera, generando satisfacción a los clientes que frecuentan y consumen sus productos y servicios.

## CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

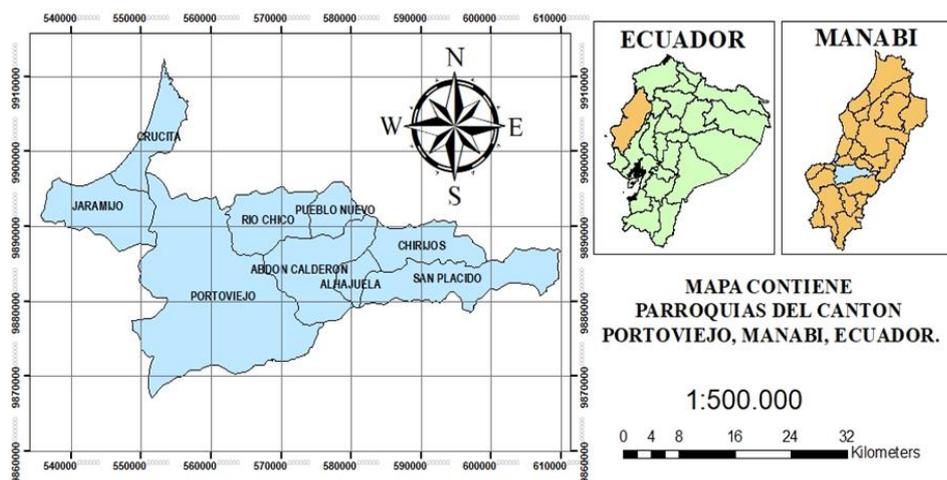
Esta investigación es de carácter exploratorio no experimental, ya que se abordarán temáticas acontecidas por la nueva pandemia del COVID-19 y su influencia en los emprendimientos Gastronómicos, además se planteó un enfoque mixto ya que se combinan los enfoques cualitativos y cuantitativos mediante la recolección de datos, análisis e interpretación, la misma que ha sido desarrollada a partir de una investigación documental-bibliográfica y de campo, todo esto permitió conocer la realidad del área de estudio y la incidencia que tuvo en la misma propuesta planteada.

### 3.1 UBICACIÓN

Portoviejo, además popular como San Gregorio de Portoviejo, es una metrópoli ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Portoviejo y capital de la Provincia de Manabí, así como la segunda ciudad más poblada de la misma. Está atravesada por el flujo de agua de Portoviejo, al centro del territorio litoral del Ecuador, en una amplia llanura, a una altitud de 53 m s. n. m. y con un clima lluvioso tropical de 26°C aproximadamente. Está formado por 13 parroquias; 7 urbanas: Andrés de Vera, 12 de marzo, Colón, Portoviejo, Picoazá, San Pablo y Simón Bolívar; y 7 parroquias rurales: Alajuela, Abdón Calderón, Chirijo, Flujo de agua Muchacho, San Placido, Crucita y Poblado Nuevo.

Ilustración 1 Ubicación geográfica Cantón Portoviejo.

#### MAPA DEL CANTON PORTOVIEJO, MANABI, ECUADOR.



Fuente. ArcGIS. Elaborado por las autoras.

Limita (ver figura 1) al norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar, al sur con el cantón Santa Ana, al oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico y al este con los cantones Pichincha y Santa Ana.

### **3.2 DURACIÓN**

La investigación se desarrolló desde el 04 de octubre de 2021 al 31 de marzo de 2022, que corresponden a 28 semanas para la ejecución de la presente investigación.

### **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la ejecución del tema de investigación Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador, se estableció una línea metodológica, que permitió valorar y escoger los artículos científicos o trabajos de titulación que aporten con la investigación que se realizó, como son Loor (2020) sobre un Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en comunidades de la Costa Norte de Manabí, Glicería (2014) con su tema Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos, Calderón, et al., (2016) sobre los factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis, en Guayaquil, Félix y García, (2020) que se trata del estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por la crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. Zárate, et al., (2020) sobre la viabilidad económica de aplicación móvil de domicilios para el sector gastronómico del Municipio De Tenjo-Cundinamarca y por último la metodología de Medina (2021) sobre el análisis en el sector gastronómico de Ambato en época de COVID-19. En la siguiente tabla a continuación, se muestran seis metodologías presentadas por distintos autores, en donde se esclarecen fases de cada investigación.

Tabla 2 Metodologías referenciales.

AUTOR/AÑO	TEMA	FASES
Loor Marcillo Gladys Maite (2020)	Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en comunidades de la Costa Norte de Manabí	<p>Diagnóstico turístico en el ámbito de la gestión comunitaria del turismo.</p> <p>Evaluación de los emprendimientos turísticos comunitarios.</p> <p>Identificación elementos, procesos, actividades y estrategias que intervienen en el subsistema emprendedor del turismo comunitario</p> <p>Selección y validación de indicadores claves para un modelo de gestión sostenible en emprendimientos Turísticos.</p> <p>Proposición de un modelo emprendedor comunitario para emprendimientos turísticos</p>
Glicería Gómez (2014)	Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos	<p>Identificación de la demanda</p> <p>Diseño del producto</p> <p>Estudios de viabilidad</p>
Calderón. E, San Andrés. P, Plúa. J & Vergara. N. (2016)	Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis, en Guayaquil	<p>Diagnóstico situacional</p> <p>Identificación de factores de éxito</p>
Félix. G & García. N (2020)	Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por la crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador.	<p>Diagnóstico situacional</p> <p>Análisis de la planta turística</p> <p>Selección de estrategias</p>
Zarate. J, Badillo. L & Gómez. M (2020)	Viabilidad económica de aplicación móvil de domicilios para el sector gastronómico del Municipio De Tenjo – Cundinamarca	<p>Estudio sectorial</p> <p>Estudio de mercado</p> <p>Estudio técnico</p>

Medina. R (2021)	Análisis en el sector gastronómico de Ambato en época de COVID	Fundamentación teórica Estudio de mercado Propuesta de modelo logístico de gestión
------------------	--	--

---

**Fuente:** Elaboración propia basada en los autores mencionados.

La propuesta de Loor (2020) hace referencia al diagnóstico turístico en el ámbito de la gestión comunitaria del turismo, la evaluación de los emprendimientos turísticos comunitarios, la identificación de elementos, procesos, actividades y estrategias que interviene en el subsistema emprendedor del turismo comunitario, además de la selección y validación de indicadores claves para un modelo de gestión sostenible en emprendimientos turísticos y como última etapa la proposición de un modelo emprendedor comunitario para emprendimientos turísticos .

El modelo metodológico que plantea Glicería (2014) en su trabajo de investigación acerca del procedimiento metodológico del diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos propone una base mediante la cual se puedan crear opciones para nuevos negocios en el contexto de su destino. Identificando la demanda en primera instancia, posteriormente, realiza el diseño del producto y se enfoca finalmente en un estudio de viabilidad.

Según Calderón, et al., (2016) presentan una metodología que aporta con la investigación acerca de los factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis en Guayaquil, en donde se ha tomado como primera fase el diagnóstico situacional sobre los emprendimientos gastronómicos que existen en el área de estudio, para luego identificar los factores de éxito como son la calidad, las recomendaciones y la perseverancia, los cuales aportan beneficios al negocio como herramientas estratégicas.

Félix y García (2020) exponen su metodología del estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por la crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador, es por eso que establece las fases de diagnóstico situacional, el análisis de la planta turística y como última fase la selección de estrategias.

La metodología que establece Zarate, et al., (2020) señala sobre la viabilidad económica de aplicación móvil de domicilios para el sector gastronómico del municipio de Tenjo - Cundinamarca en donde se ha escogido como primera etapa el estudio sectorial, el estudio de mercado y como última etapa el estudio técnico.

Medina (2021) en la metodología de su trabajo de investigación implementa métodos cualitativos, exploratorios, descriptivos y herramientas necesarias para obtener información logística en el campo culinario, además, propone fases como la fundamentación teórica, el estudio de mercado y la propuesta del modelo logístico o de gestión lo cual lo lleva a proponer la utilización de herramientas tecnológicas para el mejoramiento del servicio al cliente, tomando en cuenta la emergencia sanitaria que se efectúa en el territorio.

Siguiendo el proceso metodológico descrito anteriormente, para la definición de una propuesta que se adapte al tema de investigación, se ajustará la metodología de Félix y García (2020) mediante la cual se obtendrán puntos estratégicos aplicando técnicas y herramientas que propicien al estudio, conformando en conjunto una metodología, la cual se presenta a continuación:

**Tabla 3** Metodología para el diseño de factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos.

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS/TÉCNICAS/HERRAMIENTAS
<b>FASE 1: Diagnóstico turístico gastronómico del cantón Portoviejo.</b>	<p>1. Caracterización de la actividad turística gastronómica sobre el territorio.</p> <p>Análisis de la gestión de los emprendimientos gastronómicos en el cantón Portoviejo.</p> <p>Análisis FODA estratégico del ecosistema de los emprendimientos gastronómicos.</p>	<p><b>Métodos:</b> -Analítico sintético</p> <p><b>Técnicas:</b> -Análisis de documentos y revisión bibliográfica en fuentes primarias y secundarias. -Visitas de campo -Diagnóstico participativo -Observación directa. -Entrevista</p> <p><b>Herramientas</b> -Matriz FODA. -Fichas de inventarios del MINTUR. -Cuestionario de entrevista dirigida a los actores del emprendimiento. -ArcGIS -Matriz de involucrados</p>
<b>FASE 2: Estudio de mercado</b>	<p>Determinación de factores claves de la oferta en emprendimientos gastronómicos.</p> <p>Caracterización de la demanda en la modalidad turismo gastronómico.</p>	<p><b>Métodos:</b> -Deductivo</p> <p><b>Técnicas:</b> -Observación directa y visitas de campo. -Encuestas.</p> <p><b>Herramientas:</b> -Cuestionario de encuesta para emprendedores y clientes. -Paquete estadístico SPSS versión 23</p>
<b>FASE 3: Estrategias de viabilidad en emprendimientos gastronómicos</b>	<p>3: Definición de acciones de viabilidad legal del emprendimiento gastronómico.</p> <p>Selección de lineamientos estratégicos para emprendimientos gastronómicos</p> <p>Propuesta acciones de viabilidad en el posicionamiento de los emprendimientos gastronómicos</p>	<p><b>Métodos:</b> -Analítico sintético</p> <p><b>Técnicas:</b> Revisión documental</p>

Elaborado por los autores.

La metodología presentada evidencia tres fases las cuales contribuyen al desarrollo de estrategias que permitan que los factores claves sean viables en los emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) y así

fomente el crecimiento sostenible en el Cantón Portoviejo. A continuación, se puntualizan con mayor especificación cada una de ellas.

### **PRIMERA FASE: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO.**

Para el desarrollo del diagnóstico turístico gastronómico del cantón Portoviejo se tomó en cuenta el método analítico-sintético, mediante el cual se realizó la caracterización de la actividad turística, el análisis de la gestión de los emprendimientos y, por último, el análisis FODA estratégico utilizando distintas técnicas y herramientas. A continuación, se describe cada una de las actividades que conforman la primera fase.

#### **a) Caracterización de la actividad turística gastronómica sobre el territorio.**

Se revisaron documentos oficiales de fuentes expertas como bases de datos científicas con publicaciones de diferentes revistas. Además, se utilizó la herramienta ArcGIS para la ilustrar el mapa de ubicación del cantón Portoviejo y sus comunidades. Las principales herramientas técnicas utilizadas incluyen Google Académico, Redalyc.or, Researchgate, repositorios digitales y sitios web de instituciones de investigación ecuatorianas en donde se encuentran las fichas de inventarios del MINTUR, para obtener componentes como políticos, ambientales, económicos, turísticos, entre otros.

#### **b) Análisis de la gestión de los emprendimientos gastronómicos en el cantón Portoviejo**

Se revisó y analizó la manera en que se gestionan los emprendimientos gastronómicos del cantón Portoviejo mediante un diagnóstico participativo y observación directa utilizando como herramienta el cuestionario de entrevistas dirigido a los entes reguladores del cantón Portoviejo y distintos emprendedores, para la ejecución de la actividad se realizaron también, visitas de campo, la cuales permitieron la obtención de la información requerida. Luego de la obtención de información se logró condensar utilizando la matriz de involucrados en donde se definieron los puntos más relevantes de manera sintética y ordenada.

### **c) Análisis FODA estratégico del ecosistema de los emprendimientos gastronómicos**

Una vez realizada la caracterización de la actividad turística gastronómica en el territorio y analizar el desarrollo de emprendimientos se procedió a realizar un análisis estratégico mediante la aplicación de una matriz FODA, en la cual se pudieron determinar las principales amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades que están presentes en la zona de estudio y a su vez está facilitará la creación de estrategias que permitan contrarrestar los efectos negativos de la misma.

### **SEGUNDA FASE: ESTUDIO DE MERCADO**

Para esta fase se utilizó el método deductivo, el cual permitió determinar los factores claves de la oferta y demanda de los emprendimientos gastronómicos, dentro de esta fase se aplicó la herramienta del cuestionario de encuestas y para la ejecución de la misma se procedió a realizar visitas de campo con observación directa en el área de estudio que en este caso es el cantón Portoviejo. A continuación, se procederán a explicar el cálculo para definir la población y muestra que se debe tomar en cuenta para la investigación y luego se explica cada una de las actividades que conforman la segunda fase.

### **POBLACIÓN Y MUESTRA**

Como parte del desarrollo de la investigación se aplicaron 196 encuestas a los emprendimientos, mediante las cuales se lograron determinar los factores claves para el desarrollo de emprendimientos gastronómicos, por lo cual se procedió a partir de la aplicación de la fórmula para el cálculo de la población cuando esta se desconoce, dado a que se aplica por razones de no contar con un registro oficial del total exacto de emprendimientos con comida típica del cantón. Por lo cual se apoyó en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

Fórmula de la encuesta para caracterizar los emprendimientos gastronómicos en el cantón Portoviejo.

**Ecuación 1** Fórmula para el cálculo de la muestra en población infinita para encuestas dirigidas a emprendedores.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2} =$$

En donde,

- Z = nivel de confianza, 1,96
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- Q = probabilidad de fracaso 0,5
- D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,07

$$n = \frac{0.9604}{0.0049} = 196$$

n= 196//

Además, fueron aplicadas 385 encuestas a los clientes del cantón Portoviejo, que frecuentan los establecimientos gastronómicos entre los meses de noviembre y diciembre del 2021 en donde se pudo caracterizar la demanda en la modalidad turismo gastronómico, por lo cual se procedió a partir de la aplicación de la fórmula para el cálculo de la población cuando esta se desconoce, dado a que se aplica por razones de no contar con un registro oficial del total de los clientes que frecuentan y visitan los emprendimientos gastronómicos, principales motivos de que el área de estudio es una localidad con una gran extensión territorial tanto en la zona rural como en la urbe y además que la demanda potencial se desconoce las cifras que frecuenta dichos establecimientos en los emprendimientos gastronómicos del área de estudio. Por lo cual se apoyó en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde,

- Z = nivel de confianza, 1,96
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- Q = probabilidad de fracaso 0,5
- D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,05

**Ecuación 2** Fórmula para el cálculo de la muestra en población infinita para consumidores.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} =$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 385$$

n= 385//

#### **a) Determinación de factores claves de la oferta gastronómica en emprendimientos gastronómicos**

Para la determinación de factores claves de la oferta gastronómica se aplicaron 196 encuestas expresamente dirigidas a los emprendedores gastronómicos del cantón Portoviejo utilizando las técnicas de observación directa y visitas de campo, las cuales permitieron identificar las distintas situaciones que influyen en la toma de decisiones al momento de emprender ya sea por motivos económicos, burocráticos o sentimentales, tomando en cuenta también la seguridad y preferencias de los consumidores.

#### **b) Caracterización de la demanda en la modalidad turismo gastronómico**

En la presente actividad se caracterizó la demanda que existe en el cantón Portoviejo en cuanto a la gastronomía que ofrece el área de estudio, para esto se aplicaron 385 encuestas dirigidas a los clientes utilizando técnicas como son la observación directa y visitas de campo que permitieron identificar detenidamente la situación del área de acuerdo a los requerimientos de la investigación y, por último, luego de la recolección de los datos se realizó el análisis estadístico de multi variables, con el empleo de la herramienta del paquete estadístico SPSS versión

23, lo cual permitió condensar la información y así se logró determinar los factores de viabilidad según los consumidores.

### **TERCERA FASE: ESTRATEGIAS DE VIABILIDAD EN EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS.**

En esta fase se identificaron las estrategias que aportaran al desarrollo de los emprendimientos turísticos de manera viable y que desde ese mismo punto se puedan aplicar a emprendimientos futuros. Para esto se definieron acciones de viabilidad legal para emprendimientos gastronómicos, así como también se señalaron lineamientos estratégicos que van acorde a las necesidades que pasan los emprendimientos gastronómicos en la actualidad. Por último, se propuso acciones de viabilidad que permiten el funcionamiento de los emprendimientos gastronómicos en el canto Portoviejo, todo se realizó mediante el método Analítico-sintético y a continuación se presentan detalladas las actividades.

#### **a) Definir acciones de viabilidad legal del emprendimiento gastronómico.**

Se definieron estrategias de viabilidad legal las cuales ayudaron a identificar si existe algún impedimento en cuanto a la realización o ejecución de un emprendimiento en el área.

#### **b) Selección de lineamientos estratégicos para emprendimientos gastronómicos**

Luego se establecieron lineamientos estratégicos que van de acuerdo al emprendimiento tomando en cuenta los requisitos y situaciones por las que pasan los emprendimientos en la actualidad.

#### **c) Proponer acciones de viabilidad en el posicionamiento de los emprendimientos gastronómicos.**

Finalmente, se propusieron las estrategias de viabilidad en el posicionamiento de los emprendimientos gastronómicos.

## CAPÍTULO IV. - RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

El presente capítulo tiene como objetivo demostrar los resultados obtenidos en el proceso de estudio de la metodología previamente diseñada la cual fue desarrollada mediante la aplicación de diferentes métodos, técnicas y herramientas, mismas que permitirán el sustento de la información que se describe a continuación en cada una de las fases.

### 4.1 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO.

Para la ejecución de esta fase se recurrió al método analítico sintético utilizando como herramientas la ficha del catastro emitida por el Ministerio de Turismo, los cuestionarios de entrevistas dirigidas a los actores de los emprendimientos y al sector público, también, se aplicó la matriz estratégica FODA, tomando en cuenta, técnicas como el análisis de documentos bibliográficos, visitas de campo entre otras, para determinar la caracterización del cantón y la gestión que existe en cuanto a los emprendimientos gastronómicos.

#### 4.1.1 CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO.

Para el cumplimiento de esta primera actividad se recurrió a la información documental del Plan de Ordenamiento Territorial PDOT, emitida por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo, GAD Portoviejo, (2018) en donde se describen datos generales del área de estudio para la realización de la matriz de caracterización y cada uno de los componentes que lo conforman, tales como el político, económico, ambiental, entre otros. (Ver tabla 4)

Tabla 4 Caracterización del territorio.

1. Datos generales		
Fecha de fundación	12 de marzo de 1535	
Localización astronómica -latitud	Latitud norte	
	Latitud sur	S1°3'16.49"
	Longitud este	
	Longitud oeste	O80°27'16.02"
Ubicación	País	Ecuador

	<b>Región</b>	Costa
	<b>Provincia</b>	Manabí
	<b>Cantón</b>	Portoviejo
<b>Límites</b>	<b>Norte</b>	Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar
	<b>Sur</b>	Santa Ana
	<b>Este</b>	Pichincha y Santa Ana.
	<b>Oeste</b>	Montecristi y el Océano Pacífico
<b>Superficie</b>	967 53 km <sup>2</sup>	
<b>Demografía</b>	280 029 habitantes	
<b>Temperatura</b>	24-36°c	
<b>Pluviosidad</b>	300 milímetros al año	
<b>Altitud</b>	0 msnm a 634 msnm	
<b>Orografía</b>	La orografía es muy densa e irregular - Cerro Jaboncillo	
<b>Hidrografía</b>	Río Portoviejo	
<b>División política</b>	14 parroquias- 7 urbanas y 7 rurales	
<b>Zona administrativa</b>	4	

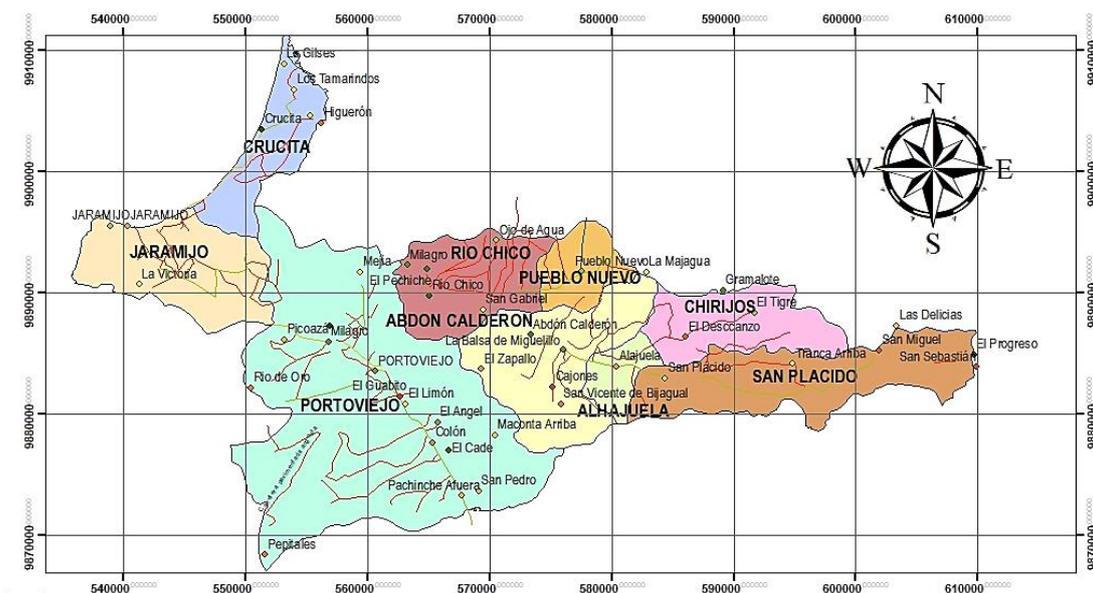
Elaborado por las autoras a partir del PDOT Portoviejo, (2018)

**Fuente:** GAD Portoviejo (2018)

#### **4.1.1.1 . COMPONENTE POLÍTICO**

El cantón Portoviejo en cuanto a división política está conformado por 13 parroquias; 7 urbanas las cuales son: Andrés de Vera, 12 de marzo, Colón, Portoviejo, Picoazá, San Pablo y Simón Bolívar; y 7 parroquias rurales: Alajuela, Abdón Calderón, Chirijo, Río Chico, San Placido, Crucita y Pueblo Nuevo. (Ver ilustración 1)

**Ilustración 2** Mapa del cantón Portoviejo. Ubicación geográfica



Fuente. ArcGIS. Elaborado por las autoras.

De acuerdo al GAD cantonal de Portoviejo, (2018), en el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Portoviejo PDOT, su estructura organizativa se encuentra bajo revisión y se desarrolla una consultoría para la construcción de la propuesta de Orgánico Funcional. Autoridades y cargos del Cantón Portoviejo. En el periodo 2014-2019 se abrieron empresas públicas municipales que fueron administradas por funcionarios de libre remoción. La administración ha buscado crear empresas públicas municipales, así como, por ejemplo, convertir unidades encargadas de la prestación de servicios públicos en empresas públicas como tal. En cuanto a la capacidad financiera del GAD entre los años 2010 al 2012 se promediaba por treinta millones de dólares, sin embargo, para el año 2014 ascendió a setenta y nueve millones de dólares, siendo un punto muy importante la tasa de aseo, seguido por el impuesto predial. El resto del presupuesto tiene que ver con préstamos al Banco del Estado o a la cooperación internacional e ingresos provenientes del Gobierno central.

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT, 2018), el GAD Cantonal direcciona en mayor porcentaje su presupuesto a la regeneración urbana, dando prioridad a los servicios públicos (alcantarillado, alumbrado público, vías, internet, entre otros), y al mantenimiento de los espacios públicos (parques, aceras y bordillos, malecones, plazas), y a la zona rural generando vías de accesos, alumbrado público, sistema de alcantarillado y red de agua potable, y

acondicionamiento de espacios de recreación y deporte como canchas, parques, balnearios, miradores. Cabe destacar que en el sector turístico la destinación de presupuesto se encuentra en una de las prioridades, ya que el cantón Portoviejo cuenta con una gran oferta de atractivos y recursos turísticos, que en su gran mayoría se encuentran en un constante desarrollo, por lo que el GAD direcciona para el turismo el 10% de su presupuesto, para el desarrollo turístico local.

#### 4.1.1.2 COMPONENTE ECONÓMICO

El componente del cantón Portoviejo está conformado por diversos sectores y sub sectores, dentro del sector primario se encuentra la actividad agropecuaria principalmente considerando así que es la actividad primordial de ingresos para la población, seguida de la explotación de minas y canteras. Dentro del sector secundario se presentan actividades como la construcción, las industrias manufactureras. Y por último en el terciario están los servicios personales y sociales, junto a los servicios vinculados con la producción. A continuación, se presenta un cuadro que muestra el Valor Agregado Bruto VAB en dólares y el número de personas que realizan cada actividad.

**Tabla 5** Valor Agregado Bruto (VAB) y población ocupada, por sectores y sub sectores.

Sectores/ sub sectores	VAB (\$)	(personas)
Primario	\$76.470,47	16.203
Actividad. Agropecuaria	\$76.378,95	16103
Explotación de minas y canteras	\$91,52	100
Secundario	\$427.959,41	14.140
Construcción	\$387.246,20	7.957
Industrias manufactureras	\$40.713,20	6.183
Terciario	\$787.370,23	61.450
Servicios personales y sociales	\$340.105,61	27.698
Servicios vinculados con la producción	\$447.264,62	33.752
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>\$1.291.800,11</b>	<b>91.793</b>

Elaborado por los autores a partir de PDOT Portoviejo. (2018)

**Fuente:** GAD Portoviejo, (2018)

Cabe destacar que el cantón Portoviejo, en lo que compete a los ingresos económicos, destaca el sector terciario, en el cual se enfoca a los servicios, ya que al ser un cantón en un constante desarrollo, y por sus condiciones en lo que respecta al crecimiento demográfico, mantiene niveles productivos en lo

competente a servicios (cadenas de restaurante, alojamiento, cines, medios de transportes, alquiler de inmobiliarios, turismo, entre otros), aporta ingresos considerables para la economía local, y por ende demanda de una gran parte de los recursos humanos para hacer producir este sector, sin embargo, el sector secundario, correspondiente a la industria y manufactura, también es un sector importante para la economía local, ya que sin este sector no será posible la venta de bienes y servicios, ya que de esta depende la transformación de la materia prima en un producto elaborado dándole un valor agregado para ser distribuido y comercializado, mismos que son demandados para complementar al sector terciario.

Por otro lado, la estructura laboral a nivel de parroquias es compleja de evidenciar por la falta de investigaciones o información económica desagregada; sin embargo, se plantean resultados en base a datos disponibles, a continuación, se presenta un cuadro con porcentajes sobre las actividades a las que se dedica la población parroquial por subsectores.

**Tabla 6** Actividades a las que se dedica la población parroquial en porcentajes.

Parroquia	Act. agropecuaria	Explotación de minas y canteras	Construcción	Industrias manufactureras	Servicios personales y sociales	Servicios vinculados con la producción	Total
Abdón Calderón	50,4%	0.1%	4,2%	6,0%	16,2%	23,1%	100%
Alajuela	43,2%	0.1%	7,1%	9,4%	16,8%	23,4%	100%
Chirijos	79,4%	0.0%	1,5%	4,1%	7,3%	7,8%	100%
Crucita	60,8%	0.2%	3,9%	7,8%	10,2%	17,0%	100%
Portoviejo	9,2%	0.1%	9,7%	7,0%	33,4%	40,6%	100%
Pueblo viejo	55,8%	0.0%	5,1%	2,9%	15,2%	21,0%	100%
Riochico	52,0%	0.0%	3,0%	3,5%	23,3%	18,3%	100%
San Placido	60,9%	0.1%	4,0%	3,4%	13,4%	18,3%	100%

Elaborado por los autores a partir de PDOT Portoviejo. (2018)

**Fuente:** GAD Portoviejo, (2018)

Determinantemente, se puede observar que a nivel de las parroquias la actividad productiva que abarca mayor parte de la población en el cantón Portoviejo se encuentra dentro del sector primario y tiene que ver con la agricultura, por lo que, de acuerdo al uso del suelo para dicha actividad según lo establecido en el PDOT en el área urbana se destina el 1,1% para dicha actividad, y en la zona rural el 42,6%, sin embargo; si se habla del sector que influye más económicamente o

que genera mejores ingresos que los otros se debe presentar al sector terciario con los servicios personales y sociales y servicios vinculados con la producción, ya que el cantón Portoviejo según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) es el más poblado de la provincia de Manabí, por lo que, la generación de bienes y servicios, tienen una gran demanda, lo que influye en que las actividades del sector terciario, sean las principales en el desarrollo de ingresos económicos.

#### 4.1.1.3 COMPONENTE SOCIAL

Según el GAD cantonal de Portoviejo, (2018), dentro del PDOT, Portoviejo cuenta con 280 029 habitantes de los cuales en la zona urbana la población es de 223 086 habitantes mientras que en la zona rural es de 56 943 habitantes. Además, 137 969 son hombres y 142 060 son mujeres. Por otro, lado en el caso de las parroquias rurales a mayor densificación más concentración y a menor densificación más dispersión como se presenta en el cuadro a continuación:

**Tabla 7** Población por parroquias del Cantón Portoviejo.

Núcleo o asentamiento	Población	Extensión KM2	Densidad bruta
Portoviejo	223086	414,8	538
Calderón	12164	122,51	116
Crucita	14050	63,27	222
Riochico	11757	83,9	140
Pueblo Nuevo	3169	39,08	81
San Placido	7687	129,44	59
Alhajuela	3754	25,66	146
Chirijos	2327	76,46	30

Elaborado por los autores a partir de PDOT Portoviejo. (2018)

**Fuente:** GAD Portoviejo, (2018)

En términos generales, el cantón Portoviejo tiene una población muy elevada a comparación con la extensión y la densidad bruta del territorio, sin embargo, existen índices propuestos por el GAD Portoviejo, (2018) que demuestran que la población total en edad económicamente activa es de 48,42% de los cuales el 91,71% están ocupados, es decir, efectivamente desempeñan un trabajo remunerado, mientras que el 8,29% no labora, ya sea porque busca trabajo por primera vez o porque simplemente se encuentran cesantes. En el cantón la población que se encuentra en el área urbana es mayormente activa que la rural.

Por lo tanto, hay evidencia de una tasa de desempleo más alta en las áreas rurales en 5.76%; mientras que en las zonas urbanas es del 9,05%.

## Salud

El cantón Portoviejo según el Ministerio de Salud Pública (MSP) cuenta con 38 unidades de salud de primer y segundo nivel, con 2 hospitales generales, 34 centros de salud, 2 puestos de salud, y 1 centro ambulatorio y se encuentran ubicados de la siguiente manera:

**Tabla 8** Establecimientos de salud por parroquia

Parroquia	N° centros de salud
Portoviejo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2 hospitales generales</li> <li>● 20 centros de salud</li> <li>● 1 centro ambulatorio</li> </ul>
Abdón Calderón	● 2 centros de salud
Alhajuela	● 1 centros de salud
Crucita	● 2 centros de salud
Pueblo Nuevo	● 1 centros de salud
Rio Chico	● 4 centros de salud
San Placido	● 3 centros de salud
Chirijos	● 1 puesto de salud y un centro de salud.

Elaborado por los autores a partir del Ministerio de Salud Pública (2021)

**Fuente:** Ministerio de Salud Pública (2021)

Cabe destacar que dentro de los objetivos del Buen Vivir, la salud es una de las prioridades, en lo que compete a la calidad de vida de los humanos, por ende el cantón Portoviejo, cuenta con uno de los centros médicos más sofisticados a nivel de país actualmente, y su distribución a nivel de parroquia, dispone de centros de salud dotados con la tecnología, equipamientos, recurso humano técnicamente capacitados, para atender cualquier calamidad que requieran los pacientes de dichas zonas, sin embargo, situaciones de emergencias son atendidas en los centros de salud ubicados en la zona urbana de la ciudad, por lo tanto de acuerdo a lo expresado en la tabla, dispone de una red de centros médicos con las capacidades de cubrir la demanda poblacional.

## Educación

La educación es un derecho humano al cual los ciudadanos deben tener acceso, además es considerado una responsabilidad social y una máxima prioridad, según GAD Portoviejo (2018). En Portoviejo existen niveles educativos

desde el primario, secundario y nivel superior, con las facultades aptas para la correspondiente formación académica de la población en cada una de sus parroquias, por lo tanto, los centros educativos se asientan en su gran mayoría en las zonas urbanas, superando el 70% de los establecimientos educativos en comparación con la zona rural.

#### **4.1.1.4 COMPONENTE AMBIENTAL**

En el cantón de Portoviejo hay dos estaciones definidas: la temporada de lluvias en (invierno), entre los meses de enero y abril, y la temporada seca (verano) que ocurre en entre los meses de mayo a diciembre y la temperatura media anual, registrada en la estación meteorológica Portoviejo, varía entre 26°C. En cuanto a su geología el cantón Portoviejo es muy variado ya que afloran rocas desde la edad cretácica, hasta los sedimentos más recientes (Cuaternarios). Y por ende la parte occidental del cantón en la cordillera costera se la detecta constituida por lavas basálticas en almohadilla correspondientes a la formación Piñón. En general, se puede decir que la geología del Cantón de Portoviejo es estable y sin anomalías significativas a corto plazo que puedan afectar a la comunidad.

El principal sistema hidrológico es el río Portoviejo, la cuenca cubre un área de aproximadamente 200 km<sup>2</sup>, con una longitud de canal de 19 km, esta se encuentra en la zona climática influenciada por Humboldt, es decir, la zona árida de la provincia, que se caracterizó por la escasez de lluvias y recursos hídricos, además, la baja pluviometría de esta cuenca contribuye en gran parte, durante la época de estiaje, a la degradación de las aguas en todos los afluentes que conforman el Río Portoviejo, este hecho se da porque la mayor parte del caudal está formada por aguas servidas.

De acuerdo a lo manifestado, la principal cuenca hidrográfica del cantón es el río Portoviejo, el mismo que abastece en su gran mayoría a la población, principalmente a los sitios ubicados en las zonas rurales, en donde es de vital importancia el agua para la producción agrícola y ganadera, pero sin embargo, cabe destacar que los niveles de contaminación y problemas ambientales, tales como la tala de árboles, la caza de fauna local indiscriminada, el uso excesivo de plástico, la deficiente gestión para reciclamiento de basura y desechos, son ocasionados por la intervención humana, ya que en gran parte de las zonas urbanas no disponen

aún del sistema de alcantarillado, y por ende los desechos son arrojados directamente al río, provocando su contaminación lo que genera problemas de salud a los humanos y al medio ambiente.

#### 4.1.1.5 COMPONENTE TURÍSTICO

De acuerdo al Ministerio de Turismo, MINTUR, (2021), el cantón Portoviejo presenta diferentes características turísticas puesto que la diversidad de atractivos naturales y culturales es muy variada, en el siguiente cuadro se muestra un registro de los recursos naturales y culturales presentados por el MINTUR, (2021) de todo el cantón: (Ver cuadro 7)

**Tabla 9** Atractivos turísticos del Cantón Portoviejo.

Atractivos naturales	Categoría	Temática
Ríos	Playa de río	<ul style="list-style-type: none"> <li>Balneario De Agua Dulce Vista Hermosa</li> </ul>
Costas o Litorales	Estuario, playas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manglar La Boca</li> <li>Playa La Boca</li> <li>Playa Crucita</li> </ul>
Manifestaciones culturales	Categoría	Temática
Arquitectura	Espacio público	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parque Ecológico El Mamey</li> </ul>
	Infraestructura recreativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parque La Rotonda</li> <li>Parque Las Vegas</li> <li>Plaza Eloy Alfaro</li> <li>Parque Central Vicente Amador Flor.</li> </ul>
	Históricas, vernácula	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iglesia La Catedral Jesús Del Buen Pastor</li> <li>Museo Histórico Portoviejo</li> <li>Zona Arqueológico Cerro Jaboncillo</li> <li>Monumento Inti Raymi</li> <li>Iglesia La Merced</li> <li>Iglesia La Central Metropolitana</li> </ul>
Realizaciones Técnicas Y Científicas	Centros De Exhibición De Flora Y Fauna	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jardín Botánico Universidad Técnica De Manabí</li> </ul>
Agrupaciones Culturales	Etnográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Artesanía</li> <li>Gastronomía</li> <li>Plantas Medicinales</li> <li>Pesca Artesanal-Crucita</li> </ul>

---

Actividades Colectivas	Acontecimientos programados
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fundación de Portoviejo</li> <li>● Fiesta de la Independencia de Portoviejo</li> <li>● Fiesta Patronales y/o religiosas</li> <li>● Verbena en el Parque Central</li> <li>● Feria Universitaria UTM</li> </ul>

---

Elaborado por los autores a partir del Inventario De Atractivos Turísticos Metodología Vigente, (2021)

**Fuente:** MINTUR, (2021)

Finalmente, el cantón Portoviejo no cuenta en la actualidad con una estructura organizativa firme, pero trabajan para lograrlo, uno de sus objetivos es la unificación y trabajo en conjunto entre empresas públicas y privadas para que se genere armonía en todos los ámbitos. Portoviejo a pesar de ser la capital de Manabí y un destino conocido abiertamente alrededor del mundo por su gastronomía, sin embargo; a pesar de su potencial futuro la actividad productiva más destacable es la agropecuaria que se ve más en áreas rurales. Por tales razones se debe potencializar o incentivar al desarrollo del turismo rural, debido a los atributos y condiciones que presenta el cantón Portoviejo, al estar dotado de atractivos y recursos naturales que disponen de los componentes necesarios para consolidar dicha actividad, a modo que se potencialice el turismo vinculando las actividades agropecuarias con un enfoque turístico.

#### **4.1.2 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PORTOVIEJO.**

El objetivo de este análisis es diferenciar el comportamiento de los emprendimientos gastronómicos en momento de crisis sanitaria COVID-19 y los nuevos emprendimientos que se han involucrado a raíz de esta pandemia, con el fin de analizar el estudio actual de los emprendimientos gastronómicos, los mismos fueron separados por categorías y subcategorías para observar a que se aferran más y que tanto se diferencian de su competencia.

Para realizar el análisis de la gestión que tienen los emprendimientos gastronómicos en Portoviejo se han implementado entrevistas, las cuales esclarecen argumentos y opiniones sobre el tema, involucrando al mismo tiempo actores que conforman el grupo. A lo largo de esta actividad planteada en la

metodología se describen las entrevistas junto a la información recolectada, se realizaron siete entrevistas que fueron dirigidas a la directora del departamento de turismo del cantón Portoviejo y al presidente de La Asociación Gastronómica de Manabí ASOGASMA.

Con base a la matriz de involucrados, se seleccionaron los representantes primordiales para la aplicación de entrevistas, destinadas a los actores públicos y sectores de emprendimiento del área de análisis con el objeto de conocer su criterio sobre la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria COVID -19.

**Tabla 10** Actores involucrados

Actores	Intereses sobre la problemática	Problemas percibidos	Recursos y Mandatos	Intereses sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Ministerio de Turismo	Se basa en el control de permisos en el funcionamiento y difusión turística.	Falta de personal capacitado	Capacidad para identificar factores de viabilidad	Aporta a la regulación de nuevos emprendimientos	Conflictos de organización y dirección
Municipio Cantonal	Disfrutan de soberanía política, administrativa y financiera, y permanecen regidos por los inicios de solidaridad, subsidiariedad, igualdad, interterritorial, incorporación y colaboración ciudadana	Falta de vinculación social	Accesibilidad vial	Eficiencia de la productividad social y económica del cantón	Conflictos de planificación social
ASOGASMA-Manabí	Se compromete a la promoción de gastronomía típica a través de medios de comunicación	Falta de planificación	Capacidad de abarcar al mercado gastronómico.	Apoio a los nuevos emprendimientos gastronómicos	Conflictos de integración social.
Emprendimientos Gastronómicos	Ofrecen un servicio gastronómico que promueve la identidad cultural	Falta de conocimiento para su posicionamiento en el	Capacidad de generar el servicio con características	Mejorar la calidad de los productos hacia los clientes.	Conflictos en la promoción gastronómica.

---

del cantón      mercado.      cas  
singulares.

---

Elaborado por las autoras

Pertinentemente a lo planteado, la posibilidad de ver en especial los intereses sobre el trabajo, refiriéndose a todos los actores involucrados, gestionar la ayuda para implementar la viabilidad en los emprendimientos gastronómicos, la cual da apertura para el mejoramiento de la productividad social y económica del cantón. Cabe destacar que, se tiene presente el valor de la participación de los actores relacionados en los emprendimientos gastronómicos, como agentes gestores en el aporte del desarrollo de la actividad gastronómica, por lo tanto, un modelo de gestión, es un instrumento imprescindible para la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos; debido a que busca fomentar por medio de una estrategia de viabilidad complementar el desarrollo del turismo gastronómico local.

Con respecto a los intereses sobre la problemática, los actores inmersos en los emprendimientos gastronómicos coinciden en que los problemas identificados se originan por la falta de personal capacitado, la vinculación social, la poca planificación y el deficiente conocimiento para posicionarse en el mercado. Por lo tanto, es fundamental e importante implementar una gestión adecuada con estrategias que generen una mayor satisfacción para todos los actores del área.

Los relacionados con los entes involucrados se ocasionan por la falta de personal capacitado, la vinculación social, no tienen una planificación y el deficiente conocimiento para posicionarse en el mercado, además estos problemas son reflejados en el desarrollo de los emprendimientos gastronómicos.

En la matriz de involucrados señala que los recursos y mandatos tiene la capacidad de identificar factores de viabilidad, accesibilidad vial, capacidad de abarcar al mercado gastronómico, lo que hace que sea algo positivo para el desarrollo de los emprendimientos gastronómicos en el cantón, también se podría mejorar el servicio de restauración con un personal capacitado para que las personas que visiten el lugar estén conformes y satisfechos, es así que, se orienta en la regulación, productividad y mejoría en la calidad del servicio dentro de los emprendimientos, tomando en cuenta que la cultura es un punto fuerte en el cantón y el emprender es una fuente generadora de ingresos. Además, considerando el

uso de los recursos de la gastronomía típica del cantón y combinado con una adecuada planificación, contribuirá al desarrollo de los emprendimientos.

Sin embargo, debemos conocer los conflictos potenciales de acuerdo a la matriz de involucrados se dan por la desorganización y dirección por parte del ministerio de turismo, también la falta de planificación social ya que no es posible el desarrollo viable de los proyectos, es por eso que, la integración social es uno de los factores claves para la viabilidad de los emprendimientos con ayuda de la promoción y gestión gastronómica

A continuación, se procede a describir las opiniones de cada uno de los actores públicos y privados involucrados en la actividad emprendedora gastronómica situada en el cantón Portoviejo ver en (anexo 2); las preguntas aplicadas en la entrevista se pueden ver en (anexo 1); con el propósito de esclarecer factores de viabilidad que influyen al momento de emprender.

En base a lo mencionado en la Matriz de involucrados por parte de los gestores públicos y dueños de emprendimientos gastronómicos se refleja la principal amenaza que es la crisis sanitaria COVID-19 que viene de la mano con la deficiencia económica y es un problema a nivel mundial, a raíz de esto, para reactivar el turismo en el cantón han surgido ideas de nuevos emprendimientos gastronómicos donde los actores del municipio han realizado actividades como incentivo para que las personas sigan invirtiendo, los requisitos que piden para abrir un establecimiento son básicos y que todos los dueños deberían tener en cuenta ya que esto les ayuda a formarse como emprendedores para así dar un mejor servicio al visitante.

Portoviejo es la capital de Manabí, una oportunidad que los emprendedores deben aprovechar para su posicionamiento, pero deben estar capacitados en todos los ámbitos necesarios ya que la gastronomía que ofrece el cantón es muy diversa e innovadora pero la falta de apoyo de instituciones y gobiernos hacia los portovejenses es notoria, es por eso que los emprendedores deben utilizar estrategias para captar la atención de los clientes ya sea dentro o fuera del cantón.

- **¿Cómo analiza usted la situación actual del turismo en el cantón Portoviejo?**

Con relación al análisis se dio como resultado de las entrevistas realizadas a emprendedores y funcionarios públicos que la situación actual del turismo en el cantón Portoviejo no está atravesando por el mejor momento ya que por la crisis sanitaria COVID-19 que está afectando mundialmente al turismo y la gastronomía ya que los turistas tienen miedo a contagiarse pero la crisis económica del país no permite que se reactive completamente, es decir que hasta el momento su desarrollo está en proceso para desplegarse de una manera efectiva.

- **Desde su óptica, ¿Cuáles son los principales factores que frenan el desarrollo de nuevos emprendimientos gastronómicos en el cantón Portoviejo?**

Según las respuestas de los entrevistados lo que aplaca el desarrollo de los emprendimientos es la falta de ingresos y el servicio que le dan a los clientes, es decir que deben mejorar sus aptitudes para un mejor desarrollo que permita en un futuro estar posicionados en el cantón, también la falta de apoyo por parte de los gobiernos hacia los emprendimientos pequeños ya que frena las posibles oportunidades para nuevos emprendedores.

- **¿Qué importancia tiene la actividad gastronómica para el desarrollo local en el cantón Portoviejo?**

De acuerdo con los entrevistados la actividad gastronómica tiene mucha importancia aparte de que es declarada como ciudad creativa, cuenta con una gran diversidad en los emprendimientos gastronómicos para todos los gustos y paladares, además cuenta con recursos turísticos tanto naturales como culturales y así las personas de otros lugares tengan la curiosidad de visitar el cantón.

- **¿Cuáles son los requisitos para el funcionamiento de un emprendimiento gastronómico en el cantón Portoviejo?**

Los grandes y pequeños emprendimientos no conocen muy bien de los requisitos que necesitan para poder abrir su negocio, pero los principales requerimientos son:

1. Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

2. Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad de Restaurantes/Cafeterías, en el sistema de permiso de funcionamiento (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>).
  3. Ser solvente
  4. Copia de cédula y del Ruc
  5. Copia de comprobante de la factura de servicio básico y la calificación artesanal.
  6. Contar con la categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (Mintur).
- **¿Cuáles son los principales establecimientos gastronómicos en el cantón?**

Existen 304 establecimientos registrados en el catastro, de los cuales nuevos emprendimientos que recién se están desarrollando, entre ellos están cafeterías, bares, restaurantes que se dividen en categorías desde la más baja hasta la más alta, entre los más importantes están: Restaurante La Olla, Ossobuco, Remini, El gordito parapente ya que están ubicados estratégicamente y las personas que lo visitan puedan llegar con facilidad.

- **¿De qué manera cree usted que incidirá el desarrollo de nuevos emprendimientos gastronómicos en el cantón?**

Según los entrevistados para el desarrollo de los emprendimientos es necesario invertir en publicidad gastronómica del cantón, implementar estrategias que capten la atención de los turistas e innovar ideas para que las personas que visiten el cantón estén más informadas de la diversidad gastronómica, de esta manera podrán posicionarse y tener mejores ingresos que les permita invertir en sus negocios.

- **Desde el sector público, ¿existen propuestas integrales dirigidas a potenciar el sector gastronómico?**

Existen algunas propuestas que son muy buenas y ayudan a las personas a desarrollarse como emprendedor, uno de los proyectos es el sello de calidad para los emprendedores de facilitar un distintivo para poder posicionarse y diferenciarse

en el cantón, otro de los proyectos se trata de que los emprendedores se hagan conocer internacionalmente por su tradición gastronómica, visitando diferentes lugares del mundo concursando con otros países, esto les permitirá salir en una revista ecuatoriana llamada Ñan donde serán más reconocidos por los lectores.

- **Según su opinión ¿Qué fortalezas tiene el cantón Portoviejo?**

La principal fortaleza del cantón Portoviejo es que cuenta con una gran variedad en gastronomía que ofrece a las personas que lo visitan, y los recursos turísticos reconocidos y frecuentados por el potencial gastronómico.

- **¿Cuáles serían las debilidades que tiene el cantón Portoviejo?**

La falta de conocimientos por parte de los emprendedores ya que no han sabido llegar a los clientes de una manera eficiente, la innovación porque han llegado a ser rutinarios y la burocracia para la apertura de un emprendimiento, son las principales debilidades del cantón Portoviejo.

- **¿Qué oportunidades considera que tiene el cantón Portoviejo?**

Es la capital de Manabí y también declarada por la Unesco como ciudad creativa es por eso que los emprendedores tienen más oportunidades que sus emprendimientos sean más conocidos y promocionados.

- **¿Cuáles son las principales amenazas que presenta el cantón?**

La principal amenaza del cantón es la crisis económica que está atravesando el país, a raíz de la crisis sanitaria COVID-19 decayeron negocios, unos quebraron, algunos siguieron y en los actuales momentos se está reactivando tanto el turismo como los emprendimientos gastronómicos.

En resumen, cabe destacar que, los emprendimientos gastronómicos cumplen un rol muy importante a la hora de acoger visitantes, dado a que una de las actividades complementarias de la actividad turística es la restauración, y que en algunos destinos esta es su principal motivación de viaje para muchos turistas, como lo es el caso del cantón Portoviejo, en donde se puede constatar a través de la información otorgada por los dueños, gerentes, administradores, empleados y

propietarios de los establecimientos gastronómicos, que afirman que una de las mayores razones por la que acuden a sus establecimientos es por la variedad gastronómica que se oferta, con la razón de adquirir la experiencia y sensación de del arte culinario autóctono de la localidad.

#### 4.1.3 ANÁLISIS FODA ESTRATÉGICO DEL ECOSISTEMA DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS.

Para el estudio de la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos se procederá a hacer la matriz FODA, herramienta que va a servir para especificar de forma descriptiva las falencias y beneficios que se obtienen o son resultados de la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos en la zona presente de análisis. Con el objeto de dar una perspectiva clara sobre el caso presente de los emprendimientos gastronómicos.

Para la ejecución de la matriz FODA, va a ser necesaria la información obtenida de las fuentes bibliográficas del cantón, como además las entrevistas aplicadas a autoridades del área pública y dueños de los emprendimientos gastronómicos; además de la información que se obtuvo por medio de la indagación de campo donde se vivencio todos sus puntos prevalecientes, misma que se plantea en el siguiente cuadro:

**Tabla 11** Matriz FODA del ecosistema de emprendimiento gastronómico.

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Conocimiento ancestral sobre la preparación de platos emblemáticos de la cocina manabita.	Red de Conectividad con organismo colaterales, diferentes ONG, fondos concursables que tienen, declarado Ciudad Creativa.
Riqueza de recursos marino-costero y agrícola que garantiza la provisión de productos elaborados gastronómicos.	Posicionamiento gastronómico a nivel provincial por su oferta gastronómica
Recursos turísticos reconocidos y frecuentados por el potencial gastronómico.	Festivales gastronómicos organizados por el GAD Municipal Portoviejo.
Diversidad cultural	Es la ciudad capital provincial
Planta turística diversa en especial a nivel gastronómico	Construcción y mantenimiento constante de obras públicas, como alcantarillado, viabilidad, red de carreteras, alumbrado público, por parte de los gobiernos provinciales y nacionales.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>

Insuficiente capacitación a emprendedores que prestan el servicio de alimentos y bebidas.	Crisis económica que afecta al sector turístico.
Falta de innovación.	Deficiencia en las medidas de seguridad.
Burocracia para la apertura de un emprendimiento.	Inundaciones en la estación invernal que afectan balnearios y afectan la imagen de las calles.
Bajos índices del desarrollo de los emprendimientos turísticos en el cantón Portoviejo a causa de la crisis sanitaria COVID-19.	Crisis Sanitaria COVID-19
Problemas de acceso a financiamientos	Falta de apoyo y cooperación.

Fuente: Elaborado por los autores.

#### 4.1.3.1 LEYENDA DE PONDERACIÓN DE LA MATRIZ FODA

0	1	2	3
Nada	Poco	Regular	Mucho

Luego de plantear la matriz FODA e identificar los distintos factores, estos se puntualizan en base a los valores de ponderación antes expuestos, para establecer las principales oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades del tema de estudio; posteriormente determinar el problema principal y la solución estratégica.

Tabla 12 Análisis estratégico de la Matriz FODA

FODA			EXTERNOS											T	TOTAL
			OPORTUNIDADES					AMENAZAS							
			O1	O2	O3	O4	O5		A1	A2	A3	A4	A5		
INTERNOS	FORTALEZAS	F1	3	3	3	1	1	11	1	0	0	0	0	1	12
		F2	2	2	2	1	2	9	3	1	2	1	0	7	16
		F3	2	3	3	0	3	11	3	3	1	1	1	9	20
		F4	3	3	3	1	0	10	2	2	0	1	0		10
		F5	2	3	2	0	3	10	3	3	0	3	3	12	22
	T			12	14	13	3	9	51	12	9	3	6	4	29

DEBILIDADES	D1	3	3	1	1	1	9	3	1	0	1	3	8	17
	D2	3	3	2	1	2	11	1	1	3	2	1	8	19
	D3	3	3	2	0	1	9	2	1	1	1	3	8	17
	D4	3	3	3	2	3	14	3	2	3	3	1	12	26
	D5	2	3	3	2	3	13	3	1	2	3	3	12	25
T	14	9	11	6	10	50	12	6	9	10	11	48	98	
TOTAL	26	23	24	9	19	101	24	15	12	16	15	77	178	

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 13 Variables principales de la Matriz FODA.

Fortaleza	<b>F5</b>	Planta turística diversa en especial a nivel gastronómico
Oportunidad	<b>O1</b>	Red de Conectividad con organismo colaterales, diferentes ONG, fondos concursables que tienen, declarado Ciudad Creativa al cantón.
Debilidad	<b>D4</b>	Bajos índices del desarrollo de los emprendimientos turísticos en el cantón Portoviejo a causa de la crisis sanitaria COVID-19.
Amenaza	<b>A1</b>	Crisis económica que afecta al sector turístico.

Fuente: Elaborado por los autores.

#### 4.1.3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

De acuerdo a los resultados obtenidos en la matriz valorativa se logró precisar el estudio se ve reflejado en el cuadrante maxi- maxi donde se da mayor incidencia de los factores de estudio, considerando que existe gran relación entre las fortalezas y oportunidades del área. Por tal motivo se establecerán estrategias ofensivas, las mismas que se encargará de maximizar las fortalezas junto a las oportunidades.

Tabla 14 Cuadrantes para el análisis estratégico

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Estrategia ofensiva	Estrategia defensiva
Debilidades	Estrategia reorientación	Estrategia de supervivencia

#### **4.1.3.3 PROBLEMA ESTRATÉGICO**

Si la crisis económica que afecta al sector turístico continúa acechando al área de estudio y esta no es capaz de darle solución a los bajos índices del desarrollo de los emprendimientos turísticos en el cantón Portoviejo a causa de la crisis sanitaria COVID-19, ni siquiera potenciando a tope el territorio gracias a su planta turística en especial a nivel gastronómico se podría aprovechar al máximo la red de conectividad con organismo colaterales, diferentes ONG, fondos concursables que tienen declarado ciudad creativa al cantón.

#### **4.1.3.4 SOLUCIÓN ESTRATÉGICA**

Si se solucionan los bajos índices del desarrollo de los emprendimientos turístico en el cantón Portoviejo a causa de la crisis sanitaria COVID-19 y se potencia a tope la planta turística diversa en especial a nivel gastronómico se podría aprovechar la red de conectividad con organismo colaterales, diferentes ONG, fondos concursables que tienen declarado ciudad creativa al cantón para atenuar los efectos que provoca la crisis económica que afecta al sector turístico.

### **4.2 ESTUDIO DE MERCADO**

Para esta fase se utilizó el método analítico, sintético y descriptivo, además, se aplicó la técnica de las encuestas con su respectivo cuestionario como herramienta, lo cual permitió obtener las respuestas necesarias para la determinación de factores claves de la oferta en emprendimientos gastronómicos y se caracterizó la demanda en el lugar de la investigación, a continuación, se presentan las actividades que se realizaron con sus respectivos resultados.

#### **4.2.1 DETERMINACIÓN DE FACTORES CLAVES DE LA OFERTA EN EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

Para el alcance de esta fase aplicaron un total de 196 encuestas los propietarios, gerentes, administradores, empleados de los restaurantes ubicados en el centro de Portoviejo, Río Chico, San Plácido, Pueblo Nuevo, mediante visitas técnicas mismas que se realizaron los 04, 05, 09, 10, 11, 12,13 y 16 de noviembre del 2021; las cuales para la obtención de los resultados se hizo la tabulación en el paquete estadístico SPSS versión 23.

Las preguntas se relacionaban al crecimiento, motivos que frenan a los emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria COVID-19, los procesos operativos de los establecimientos con el fin de caracterizarlos y proporcionar nuevas ideas que beneficien a los emprendedores, como producto de las entrevistas se utilizó la matriz de involucrados que dio a conocer de forma descriptiva sobre los actores que se hallan inmersos en los emprendimientos gastronómicos y por ende a los problemas o aportes benéficos que se lograron generar.

### 1.- Cantidad de trabajadores contratados

Los resultados evidencian en primer lugar a las microempresas que tienen de 1 a 9 trabajadores contratados la cual obtuvo un porcentaje del 100%, por lo tanto, se puede evidenciar mediante las encuestas remitidas a los emprendedores gastronómicos del Cantón Portoviejo que la cantidad de trabajadores que suelen tener en muchas ocasiones son mínimas, es por eso que son consideradas microempresas o empresas emergentes, y como su proceso de integración al mercado es reciente deben optimizar recursos para de esta manera disminuir costos y lograr que el emprendimiento crezca consecuentemente (ver tabla 15).

**Tabla 15** Cantidad de trabajadores contratados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 a 9 micro empresa	196	100%	100	100

Fuente: SPSS versión 223

Elaborado por las autoras.

### 2.- Meses de mayor afluencia (nacional)

Los meses de mayor afluencia de acuerdo a los resultados de las encuestas que se aplicaron son de enero hasta abril con un 44%, puesto que se llevan a cabo festividades que mueve masas, una de las festividades más conocidas e influyentes es el carnaval, entonces, Portoviejo por ser capital de la provincia y punto de conexión con otras ciudades el nivel de visitas en general es mayor y esto al mismo tiempo beneficia a los emprendimientos gastronómicos que se encuentran ubicados en las vías e incluso a los que se encuentran dentro de la ciudad, además, otro

factor que interviene es la novedad e interés de los clientes por probar un plato distinto al de su lugar de residencia, como son los platos típicos de comida criolla. Por otro lado, entre los meses de mayo a agosto el porcentaje tiene una disminución mostrando un porcentaje de 42,7% y de septiembre a diciembre el porcentaje baja radicalmente a 13,3% ya que en estas temporadas no hay muchas actividades vacacionales e incluso suelen ser más familiares al final del año (ver tabla 16).

**Tabla 16** Meses de mayor afluencia (nacional).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Enero-Abril</b>	86	44,0%	44,0	86,7
<b>Mayo-Agosto</b>	84	42,7%	42,7	42,7
<b>Septiembre-Diciembre</b>	26	13,3%	13,3	100,0
<b>Total</b>	196	100,0%	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

### **3.- ¿Qué método de financiamiento utilizó para emprender su negocio?**

Al momento de abrir un emprendimiento en muchos casos la mayoría de las personas no cuenta con un capital estimado para llevarlo a cabo por lo tanto se requiere acudir a diferentes tipos de financiamiento, en este estudio el mayor número de personas encuestadas con un 60% han optado por hacer créditos bancarios para abrir sus establecimientos. Por otro lado, tomando como referencia el trabajo de investigación llevado a cabo por Pincay, (2019), señala que los métodos de financiamiento que toman los comerciantes autónomos es su capital propio o ahorros.

Por lo tanto, a los encuestados para la investigación actual se les planteó este punto y comentaron que sus ingresos se detuvieron por completo en el auge de la pandemia del COVID-19, lo cual provocó el desfinanciamiento y uso de sus ahorros para abastecerse en esos momentos y cuando se quitaron las restricciones y normas muchos perdieron sus trabajos por esa razón decidieron emprender obteniendo un crédito bancario.

Luego, existe un 30% de personas que logran tener ahorros los cuales invierten en sus emprendimientos por lo tanto ya no realizan préstamos bancarios

y por último un pequeño número de emprendedores optan por hacerle préstamos a sus familiares o amigos, este método de financiamiento puede pensarse como el más seguro y sin gastos de por medio por lo que no se cobran intereses, sin embargo, podría jugar en contra el tiempo para devolverlo (ver tabla 17)

**Tabla 17** ¿Qué método de financiamiento utilizó para emprender su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Créditos bancarios</b>	119	60,7%	60,7	60,7
<b>Préstamo familiar/amigos</b>	16	8,0%	8,0	68,7
<b>Ahorros</b>	61	31,3%	31,3	100,0
<b>Total</b>	196	100,0%	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

#### 4.- ¿El establecimiento cuenta con permisos de operación?

De acuerdo a la encuesta planteada el mayor número de los emprendimientos cuenta con los permisos de funcionamiento por varios motivos, como, el hecho de que quedan en una parte céntrica del Cantón y se realizan muchas revisiones o porque llevan un tiempo prolongado operando así que debieron obtener los permisos, y solo tres establecimientos de 196 no cuentan con los permisos, estos tienen en común un motivo que es el hecho de que quedan a las afueras del Cantón y no hay entes que lo regulen constantemente (ver tabla 18).

**Tabla 18** ¿El establecimiento cuenta con permisos de operación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	192	98,0%	98,0	98,0
<b>No</b>	39	2,0%	2,0	100,0
<b>Total</b>	196	100,0%	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

#### 5.- ¿Por qué medio usted promociona su emprendimiento?

En la actualidad internet es el principal medio de comunicación para conectar a clientes con los productos que desean consumir, es por eso que el único medio por el cual los dueños de los emprendimientos los promocionan es por redes sociales como WhatsApp, Instagram y Facebook, ya que tienen mayor alcance a

los clientes, en las encuestas obtuvo el 100% de porcentaje. No obstante, se plantearon más opciones como radio, TV, periódico y flyers las cuales no fueron elegidas por ninguno de los emprendimientos. (Ver tabla 19).

**Tabla 19** ¿Por qué medio usted promociona su emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Redes sociales (WhastApp, Instagram, Twitter, Facebook, otros)</b>	196	100,0%	100,0	100,0

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 6.- ¿De acuerdo a su percepción seleccione los factores de éxito para un emprendimiento gastronómico?

Los factores de éxito para los emprendimientos gastronómicos según el criterio de los emprendedores, es en primera instancia es la localización del local puesto que el 90% de las personas entrevistados eligieron esta opción ya que juega un papel importante porque de eso podría depender la rapidez en que se haga conocido el emprendimiento y pueda tener un lugar significativo en el mercado, el siguiente factor es el menú con el 75,3% del total de encuestados, puesto que si existe variedad de productos se vuelve llamativo para los clientes, además, en tercer lugar le corresponde a la calidad del producto con 64,7%, este factor logra que tanto el emprendimiento como el producto que se ofrece pueda diferenciarse entre los demás, y por último, la recomendación de los clientes con 59,3%, este factor con el pasar del tiempo puede convertirse en una fuente de comunicación para llamar a más clientes y de esta manera abarcar más mercado (ver tabla 20).

**Tabla 20** ¿De acuerdo a su percepción seleccione los factores de éxito para un emprendimiento gastronómico?

	Respuestas	Porcentaje de casos
	N	
<b>Localización del local</b>	135	90,0%
<b>El prestigio de la organización</b>	68	45,3%
<b>La recomendación de los clientes.</b>	89	59,3%
<b>El menú</b>	113	75,3%

<b>Satisfacción laboral de empleados</b>	53	35,3%
<b>La perseverancia (persistencia)</b>	44	29,3%
<b>Precio acorde al mercado</b>	37	24,7%
<b>Definición del concepto.</b>	8	5,3%
<b>Calidad del producto</b>	97	64,7%
<b>Empatía hacia el cliente</b>	58	38,7%
<b>Material publicitario</b>	55	36,7%
<b>Opciones de financiamiento.</b>	18	12,0%
<b>Uso de la tecnología</b>	26	17,3%
<b>Rapidez en la atención</b>	49	32,7%

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

### **7.- ¿Qué factores lo motivaron a emprender? Dar una puntuación del 1 a 10 puntos, donde 1 poca motivación y 10 mucha motivación.**

Según los resultados obtenidos se evidenció que algunas de las motivaciones que fueron evaluadas mediante la escala del 1 al 10, (donde 1 poca motivación y 10 mucha motivación) el mayor porcentaje de la media es de 8,81 que corresponde a la motivación de mejorar la calidad de vida seguido de 8,73 que representa a mejorar ingresos y con un porcentaje de 8,64 por falta de empleo. Además, estos resultados coinciden con la investigación de Sánchez, (2021) en donde los resultados reflejan que el principal aspecto que los motivaron para emprender son mejorar su situación de vida en donde engloba la convergencia que existe entre mantenerse estable económicamente y al mismo tiempo tener un empleo que lo permita.

Por lo tanto, estas variables nos permiten tener una percepción sobre cuáles fueron las principales motivaciones que los impulsaron a emprender, tomando en cuenta que en la actualidad es complejo empezar un negocio por lo cual se deben tomar en cuenta todos los aspectos necesarios que conllevan a la realización del mismo (ver tabla 21).

**Tabla 21** ¿Qué factores lo motivaron a emprender? Dar una puntuación del 1 a 10 puntos, donde 1 poca motivación y 10 mucha motivación.

	N	Mínimo	Máximo	Mediana	Desviación
<b>Cultura</b>	196	1	10	7,11	1,788
<b>Oportunidades que hay en el medio</b>	196	3	10	8,31	1,215
<b>Falta de empleo</b>	196	1	10	8,64	1,230
<b>Mejores ingresos</b>	196	7	10	8,73	,857
<b>Mejorar la calidad de vida</b>	196	6	10	8,81	,857
<b>Libertad</b>	196	4	10	8,61	1,230
<b>Cumplir sueños</b>	196	7	10	8,61	,874
<b>Ganas de ser tu propio jefe</b>	196	7	10	8,61	,903

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 8.- ¿Qué suministros de bioseguridad ha implementado en su emprendimiento en su emprendimiento para la seguridad y el cuidado del cliente?

Según los resultados obtenidos el 98,7 % de los encuestados señalaron que se utiliza como principal suministro de bioseguridad hasta la actualidad el alcohol, seguido del 80,0 % que corresponde a la utilización de bandejas de desinfección y un 72,0 % que se refiere a las señaléticas de prevención. Cabe destacar que es de gran importancia el uso de las medidas de bioseguridad en los emprendimientos gastronómicos ya que de esto dependerá el nivel de confianza de los clientes a la hora de visitar el emprendimiento gastronómico.

**Tabla 22** ¿Qué suministros de bioseguridad ha implementado en su emprendimiento para la seguridad y el cuidado del cliente?

	Respuestas	Porcentaje de casos
	N	
<b>Alcohol</b>	148	98,7%
<b>Señalización</b>	108	72,0%
<b>Termómetro digital.</b>	44	29,3%

<b>Bandejas de desinfección</b>	120	80,0%
---------------------------------	-----	-------

Fuente: Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

#### 4.2.1.1 RESUMEN de las características de los emprendimientos

El cantón Portoviejo, se caracteriza por tener pequeñas, medianas y grandes empresas que se dedican a distintos tipos de comercios, para el trabajo de investigación se realizó el análisis de las encuestas aplicadas en el área de estudio que permitieron determinar los factores de éxito para un emprendimiento, en este caso en el ámbito gastronómico, este proceso buscó mejorar la potencialidad de los niveles de productividad de los emprendimientos y además prepararlos para hacer frente a un mercado competitivo. A continuación, se presenta un cuadro que resume las características de las encuestas con los porcentajes más altos.

**Tabla 23** Resumen de las principales características de los emprendimientos

N°	Características	Descripción
1	Cantidad de trabajadores contratados	El 100% es de 1 a 9 trabajadores (microempresa).
2	Meses de mayor afluencia (nacional)	El mayor porcentaje es del 44% en Enero-Abril.
3	¿Qué método de financiamiento utilizó para emprender su negocio?	El 60% eligió créditos bancarios.
4	¿El establecimiento cuenta con permisos de operación?	El 98% cuenta con permisos de funcionamiento.
5	¿Por qué medio usted promociona su emprendimiento?	El 100% utiliza redes sociales (WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook, otros)
6	¿De acuerdo a su percepción seleccione los factores de éxito para un emprendimiento gastronómico?	90% localización 75% el menú 64,7% calidad el producto

7	¿Qué factores lo motivaron a emprender? Dar una puntuación del 1 a 10 puntos, donde 1 poca motivación y 10 mucha motivación.	8,81% mejorar la calidad de vida 8,83% mejorar ingresos 8,64 falta de empleo
8	¿Qué suministros de bioseguridad ha implementado en su emprendimiento en su emprendimiento para la seguridad y el cuidado del cliente?	98% Alcohol 80% Bandejas de desinfección 72% señalización

**Fuente:** Resultados de las encuestas a emprendedores. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras

El estudio contó con el 100% de microempresas dedicadas específicamente a la gastronomía típica del cantón, como son emprendimientos se consideran al mismo tiempo Pymes por lo tanto el rango de contratación de empleados están dentro del rango de 1 a 9 trabajadores, estas microempresas, cuando requieren de financiamiento acuden en primera instancia a los créditos bancarios sobre todo por la emergencia sanitaria que pasa el país con el COVID-19, esto provocó el desfinanciamiento parcial y en algunos casos total en los emprendedores por lo tanto no pueden hacer uso de sus ahorros para financiar su emprendimiento; no obstante, el 98% de los emprendimientos cuentan con permisos de funcionamiento, puesto que de modo contrario no podrían ejercer sus actividades normalmente.

Además, en cuanto al método de promoción que optan por utilizar son directamente las redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram, entre otros ya que estos logran abarcar una cantidad más grande del mercado comparado con los medios de promoción tradicionales.

También, la investigación reveló que existen factores que contribuyen al éxito de los emprendimientos gastronómicos entre los cuales se encuentran la localización, el menú y la calidad de producto, de la misma manera se identificaron factores que sirven de motivación para emprender que son mejorar la calidad de vida, mejorar ingresos y la falta de empleo, estos puntos en conjunto permiten determinar los factores claves que la oferta de emprendimientos gastronómicos necesitan para obtener viabilidad en el mercado y poder competir con empresas medianas y grandes que existen en el Cantón.

## 4.2.2 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA EN LA MODALIDAD TURISMO GASTRONÓMICO.

Se aplicaron 385 encuestas a los clientes mediante métodos y técnicas como son la observación directa, visitas de campo y, por último, se realizó análisis estadísticos multi variables, con el empleo del paquete estadístico SPSS, se utilizará métodos como: análisis factorial exploratorio, clúster, conglomerados y contrastes de hipótesis.

### 1.- ¿DE DÓNDE PROVIENE?

Pertinente al lugar de donde provienen los turistas que visitan los establecimientos gastronómicos del Cantón Portoviejo, se evidencia que más del 90% son de origen nacional, por lo que evidentemente, el segmento internacional no ocupa ni un 10% en comparación con el segmento nacional, esto se debe a que, el segmento internacional, desconoce de la oferta gastronómica del cantón, debido a que dichos establecimientos carecen de una adecuada oferta y promoción, acerca de sus productos y servicios, lo que infiere a que los turistas internacionales no se desplacen a este destino por cuestiones gastronómicas o de otro índole (ver tabla 24).

**Tabla 24** Nacionalidad del turista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Internacional	1	,5	,5	,5
	Nacional	384	99,5	99,5	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

### 2.- PROVINCIA

En cuanto al lugar de origen de los turistas nacionales que se desplazan o visitan el destino Portoviejo, en su gran mayoría (67,9%) del total de la población, radica en los turistas son de origen Manabita, lo que manifiesta que los turistas de las demás provincias, no se desplazan al cantón Portoviejo, ya sea por razones de la escasa promoción y oferta turística que demanda el destino, o por factores de disponibilidad de accesibilidad o distancia en comparación a los demás referentes

turísticos, lo que significa que se deben generar estrategias de promoción, que permitan el aumento de desplazamiento de turistas de otras provincias al destino. (Ver tabla 25).

**Tabla 25** Provincia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>		2	,5	,5	,5
	<b>Manabí</b>	261	67,9	67,9	68,4
	<b>Pichincha</b>	35	9,2	9,2	77,6
	<b>Santo Domingo de los Tsáchilas</b>	47	12,2	12,2	89,8
	<b>Guayas</b>	33	8,7	8,7	98,5
	<b>Napo</b>	4	1,0	1,0	99,5
	<b>Loja</b>	2	,5	,5	100,0
	<b>Total</b>	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

### 3.- CANTÓN

Correspondiente al lugar de origen de los turistas locales, es decir de los cantones de la Provincia de Manabí, se evidencia que hay un gran flujo de turismo interno, ya que los turistas del cantón Portoviejo lideran la puntuación (39,8%) del total en comparación con los demás cantones, lo que indica que, los productos y servicios turísticos que oferta el cantón no son de gran interés para los turistas de los demás cantones, debido a que no están desarrollados completamente y por la desconfianza que se generan por causas de los riesgos de contagio debido al COVID-19, lo que infiere a que se debe incrementar la promoción turística y mejorar los productos y servicios del destino, y desarrollar mecanismos de viabilidad que garanticen la seguridad de los turistas y evite el contagio por COVID-19, para que de esta manera haya un mayor interés por parte de los turistas de los demás cantones en visitar el cantón Portoviejo (ver tabla 26).

Tabla 26 Cantón

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	,5	,5	,5
Portoviejo	153	39,8	39,8	40,3
San Vicente	10	2,6	2,6	42,9
Pedernales	6	1,5	1,5	44,4
24 de Mayo	22	5,6	5,6	50,0
El Carmen	8	2,0	2,0	52,0
Jipijapa	2	,5	,5	52,6
Manta	2	,5	,5	53,1
Pichincha	2	,5	,5	53,6
Santa Ana	2	,5	,5	54,1
Tena	4	1,0	1,0	55,1
Tosagua	2	,5	,5	55,6
Junín	4	1,0	1,0	56,6
Loja	2	,5	,5	57,1
Chone	33	8,7	8,7	65,8
Durán	4	1,0	1,0	66,8
Guayaquil	30	7,7	7,7	74,5
Flavio Alfaro	8	2,0	2,0	76,5
Santo Domingo	47	12,2	12,2	88,8
Quito	35	9,2	9,2	98,0
Sucre	8	2,0	2,0	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

#### 4.- ¿POR CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES VISITA EL CANTÓN?

En cuanto a las motivaciones del por qué se visita el Cantón Portoviejo, se evidencia que una de las mayores causas es por cuestiones de vacaciones (28,1%), por la gastronomía local (27,6%) y los negocios (21,6%), ya que el Cantón Portoviejo cuenta con la infraestructura, los productos y servicios correspondientes

para solventar con las necesidades de los turistas, pero sin embargo se deben mejorar aquellos productos y servicios de esta índole, garantizando así una mayor estadía y experiencia a los turistas que visitan el destino (ver tabla 27).

**Tabla 27** ¿Por cuál de las siguientes razones visita el cantón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gastronomía	106	27,6	27,6	27,6
	Vacaciones	108	28,1	28,1	55,6
	Negocios	84	21,9	21,9	77,6
	Deportes	10	2,6	2,6	80,1
	Visitas familiares	77	19,9	19,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 5.- ¿CÓMO OBTUVO INFORMACIÓN ACERCA DEL ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO?

Respecto a la obtención de información acerca de los establecimientos gastronómicos del cantón Portoviejo, es declarada como ciudad creativa ya que es un destino gastronómico reconocido mundialmente, pero los turistas manifestaron que la información obtenida de dichos establecimientos fue mediante la comunicación de boca en boca a través de familiares y amigos (69,9%), por lo que se debe hacer mayor promoción publicitaria a través de los demás medios informativos, acerca de los establecimientos gastronómicos y de la oferta de sus productos y servicios que disponen, con la finalidad de que haya más fuentes de información y los turistas estén al alcance de ella con rapidez y facilidad (ver tabla 28).

**Tabla 28** ¿Cómo obtuvo información acerca del establecimiento gastronómico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares o amigos	269	69,9	69,9	69,9

	<b>En ferias o festivales gastronómicos</b>	2	,5	,5	70,4
	<b>Anuncios en internet</b>	12	3,1	3,1	73,5
	<b>Redes sociales</b>	84	21,9	21,9	95,4
	<b>Publicidad en TV, radio, etc.</b>	4	1,0	1,0	96,4
	<b>Otro</b>	14	3,6	3,6	100,0
	<b>Total</b>	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 6.- SEÑALE EL NÚMERO DE PERSONAS QUE LO ACOMPAÑAN.

En lo referido a la cantidad de personas del grupo que visita al cantón, se evidencia que su gran mayoría lo realizan en pareja (26%), debido a las condiciones de facilidades para movilizarse y capacidad económica, ya que gran parte de los destinos turísticos siempre dan oferta de 2x1, lo cual resulta más conveniente para las parejas viajar a otros lugares, dando el segundo lugar a los grupos de tres personas (21,4%) lo que infiere que se deben desarrollar estrategias de promoción turística con ofertas para grupos familiares o de amigos, lo cual permite un aumento de divisas incrementando el consumo de los productos y servicios (ver tabla 29)

**Tabla 29** Señale el número de personas que lo acompañan.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>1</b>	61	15,8	15,8	15,8
	<b>2</b>	100	26,0	26,0	41,8
	<b>3</b>	82	21,4	21,4	63,3
	<b>4</b>	49	12,8	12,8	76,0
	<b>5</b>	41	10,7	10,7	86,7
	<b>6</b>	22	5,6	5,6	92,3
	<b>7</b>	18	4,6	4,6	96,9
	<b>8</b>	2	,5	,5	97,4
	<b>10</b>	2	,5	,5	98,0
	<b>11</b>	2	,5	,5	98,5

	12	2	,5	,5	99,0
	13	2	,5	,5	99,5
	15	2	,5	,5	100,0
	<b>Total</b>	385	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 7.- ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED NECESARIO A LA HORA DE ELEGIR UN ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO?

En cuanto a los aspectos necesarios a la hora de elegir un establecimiento gastronómico por parte de los turistas, indican que la mayoría de estos clientes tengan como prioridad considerar los más importantes a la calidad de la comida (91,3%), ubicación (87,2%), normas de bioseguridad (79,6%) y precios (79,6%) para que dichos establecimientos cumplan con sus expectativas a la hora de solicitar o requerir los productos y servicios que los mismos ofertan, por lo que es necesario que estos establecimientos estén en un constante mantenimiento y mejoramiento de los productos, servicios y las condiciones actuales de las instalaciones, con la finalidad de brindar una mayor satisfacción a los clientes (ver tabla 30).

**Tabla 30** ¿Qué aspectos considera usted necesario a la hora de elegir un establecimiento gastronómico?

		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
<b>Aspectos</b>	<b>Ubicación</b>	336	87,2%
	<b>Calidad de comida</b>	352	91,3%
	<b>Normas de Bioseguridad</b>	306	79,6%
	<b>Atención al cliente</b>	246	63,8%
	<b>Precios</b>	306	79,6%
	<b>Ambiente</b>	155	40,3%
	<b>Diversidad de opciones en el menú</b>	187	48,5%
	<b>Presentación</b>	200	52,0%
<b>Total</b>			

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 8.- ¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA/VISITARÁ USTED EL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO?

En cuanto a la frecuencia de visita a los emprendimientos gastronómicos, los turistas manifestaron que lo realizaran en un periodo de 2 a 3 veces por año (62,8%), dada las razones que, en su gran mayoría los turistas trabajan y su disponibilidad de tiempo es limitada, debido a que viajan en épocas de vacaciones o feriados, dada las circunstancias, se deben generar mecanismos o estrategias para captar mayor afluencia de turistas diarias y no sea solo estacional, a manera que haya notorio incremento en la economía local (ver tabla 31).

**Tabla 31** ¿Con qué frecuencia visita/visitará usted el emprendimiento gastronómico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diariamente	23	6,1	6,1
	Una vez al mes	2	,5	,5
	2 a 3 veces al año o menos	242	62,8	62,8
	Una vez a la semana	63	16,3	16,3
	Cada 2-3 meses	30	7,7	7,7
	No estoy seguro	25	6,6	6,6
	<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 9.- EN GENERAL, ¿CÓMO CONSIDERA USTED LA CALIDAD DEL PRODUCTO/SERVICIO QUE OFRECE EL EMPRENDIMIENTO?

En consideración de la calidad de los productos y servicios que los emprendimientos gastronómicos ofrecen, cabe destacar que la aceptación por parte de los turistas como un producto y servicio de calidad excelente (17, 3%), es baja en comparación con muy bueno (49%) y bueno (32,7%), lo que indica que, no se estén desarrollando adecuadamente los procesos y esto genera inconformidades por parte de los clientes, lo cual infiere en su total satisfacción, por

lo que es necesario mejorar dichos productos y servicios mediante la aplicación adecuada de los procesos operativos que dichos establecimientos desempeñe y así lograr una completa satisfacción de los mismos (ver tabla 32).

**Tabla 32** En general, ¿Cómo considera usted la calidad del producto/servicio que ofrece el emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Excelente</b>	67	17,3	17,3	17,3
	<b>Muy bueno</b>	189	49,0	49,0	66,3
	<b>Bueno</b>	126	32,7	32,7	99,0
	<b>Malo</b>	4	1,0	1,0	100,0
	<b>Total</b>	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 10.- ¿VA A COMPARTIR SU EXPERIENCIA EN SUS REDES SOCIALES?

Respectivamente sobre sí compartir la experiencia en las redes sociales (ver tabla 18), los turistas manifestaron en su gran mayoría que sí (75,5%), debido a que esta es una de las mejores formas de canalizar y captar turistas, ya que la opinión personal es un punto muy importante a favor a la hora de elegir un destino turístico o un producto, pero sin embargo hubieron clientes que no estaban totalmente de acuerdo, lo que indica que dichos establecimientos no cumplen con las expectativas en su totalidad de los clientes y generan una contraparte negativa para que estos clientes compartan sus experiencias por las redes sociales ya que no fueron de su total satisfacción, por ende es necesario que estos establecimientos brinden una mejor atención, sus productos sean de mayor calidad y adecuen sus instalaciones, para evitar estos aspectos negativos con los turistas (ver tabla 33).

**Tabla 33** Va a compartir su experiencia en redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Si</b>	291	75,5	75,5	75,5
	<b>No</b>	94	24,5	24,5	100,0
	<b>Total</b>	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 11.- ¿VOLVERÍA A VISITAR EL EMPRENDIMIENTO?

Correspondiente a si volvería a visitar el emprendimiento gastronómico, los turistas afirmaron que, sí lo harían en su gran totalidad (97,4%), pero a pesar que el índice de inconformidad es muy bajo, es importante señalar que a estos turistas no es agrado del todo su visita a dichos emprendimientos gastronómico, por lo que se tiene que mejorar en todos los aspectos al grado de tener cero inconformidades y lograr el 100% de aceptación y con intereses de volver nuevamente a dichos establecimientos (ver tabla 34).

**Tabla 34** ¿Volvería a visitar el emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	375	97,4	97,4	97,4
	No	10	2,6	2,6	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

## 12.- ¿RECOMENDARÍAS LA VISITA AL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO?

En cuanto a la recomendación de los emprendimientos gastronómicos, la mayoría de los clientes dan una opinión positiva, afirmando que si lo harían (96,9%), pero sin embargo hubieron clientes que no están de acuerdo en hacer tal recomendación, lo que genera un aspecto negativo para los emprendimientos al no contar con un 100% de aceptación de sus clientes a la hora de recomendarlos con nuevos turistas, por lo que es necesario que dichos establecimientos tomen en consideración darle la misma atención y brindarles productos de calidad a todos sus clientes sin excepción alguna y así evitar estas inconformidades (ver tabla 35).

**Tabla 35** Recomendarías la visita al emprendimiento gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	373	96,9	96,9	96,9
	No	12	3,1	3,1	100,0

	<b>Total</b>	385	100,0	100,0	
--	--------------	-----	-------	-------	--

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

#### 4.2.2.1 RESUMEN del perfil del cliente

Pertinente a los resultados obtenidos de los principales establecimientos gastronómicos se detalla a continuación en la siguiente tabla todas aquellas características fundamentales que se obtuvieron en dicho resultado mediante la aplicación de encuestas en el cantón Portoviejo, además de evidenciar con claridad la perspectiva que tienen los clientes acerca de los productos y servicios, en qué condiciones se encuentran y el perfil del turista.

**Tabla 36** Resumen: Principales características de los clientes en los emprendimientos gastronómicos

No	Características	Descripción
1	De donde proviene	99,5% son nacionales .
2	Provincia	La mayoría son de Manabí.
3	Cantón	39,8% son de Portoviejo.
4	Razones por la que visita el cantón	Vacaciones y gastronomía local.
5	Obtención de información acerca del establecimiento gastronómico	Los recomiendan familiares y amigos.
6	Número de personas que lo acompañan	La mayoría viaja en pareja.
7	Aspectos necesarios en un emprendimiento gastronómico	Los más importantes son la calidad de la comida, ubicación, precio y normas de bioseguridad.
8	Frecuencia con la que visita el emprendimiento	El 62,8% visitan el lugar de 2 a 3 veces al año.
9	Calidad del producto	El 49% considera que la calidad del producto es muy buena.
10	Compartir experiencia en redes sociales	El 75,5% compartirá su experiencia en las redes sociales.
11	Volvería a visitar el emprendimiento	La mayoría sí volvería a visitar el lugar.
12	Recomendación de la visita	El 96,9% recomendará el lugar.

Fuente: Resultados de las encuestas a turistas. Procesadas con SPSS versión 23

Elaborado por las autoras.

Respectivamente los resultados propuestos, se puede evidenciar que los turistas a quienes se les aplicó el cuestionario de encuestas, afirman aspectos positivos de los establecimientos gastronómicos, ya que evidentemente estos se

encuentran en condiciones aceptables para realizar sus respectivas actividades, ya que en su gran mayoría estos turistas son internos es decir locales de tal manera que están familiarizados con dichos establecimientos, pero sin embargo hay una gran objeción por parte del segmento internacional, ya que la afluencia es mínima, factores que pueden incidir en la deficiente gestión por parte de los involucrados del sector turístico, la escasa promoción turística, por lo que es necesario aplicar estrategias que incentiven a captar dicho segmento internacional a manera que la economía local se vea beneficiada tanto para los moradores y los mismos turistas.

### **4.3 FASE 3: ESTRATEGIAS DE VIABILIDAD EN EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

A continuación, se desarrolla la última fase, en la cual se proponen estrategias en base a producto, precio, distribución y servicios gastronómicos, planteando también lineamientos estratégicos para los emprendimientos gastronómicos. Por último, se establecen acciones que los emprendedores deben seguir para lograr obtener viabilidad con su emprendimiento tanto en lineamientos legales, como técnicos, comerciales y económicos-financieros.

#### **4.3.1 DEFINIR ACCIONES DE VIABILIDAD LEGAL DEL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO.**

Para la definición de las acciones de viabilidad legal del emprendimiento gastronómico, se tomaron en consideración las normas establecidas por la Ley Orgánica de emprendimiento e innovación y el Reglamento General de la Ley de Turismo, teniendo en cuenta que, en el Título Segundo, Capítulo uno, De las Actividades turísticas y su Categorización, artículo 43.- inciso b), Servicio de alimentos y bebidas, se entiende por servicios de alimentos y bebidas, a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

Dentro de las acciones legales que se deben tener en cuenta se mencionan las siguientes:

- a) Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil;
- b) Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; o, el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar;
- c) Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda;
- d) Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas;
- e) Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso;
- f) Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.
- g) Permiso de funcionamiento al cuerpo de bomberos
- h) Registro ante el ministerio de turismo para obtener la calificación de categoría del restaurante de primera, segunda o de lujo.
- i) Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública responsabilidad del ARCSA.
- j) Patente municipal
- k) Propiedad intelectual o registro de marca.

De acuerdo con el Reglamento Turístico de Alimentos y bebidas, los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasifican en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca

- e) Establecimiento móvil
- f) Plazas de comida
- g) Servicio de catering

Por lo tanto, las acciones de viabilidad legal para los emprendimientos turísticos gastronómicos se definen las siguientes:

1. Tener acceso a las instalaciones del establecimiento con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.
2. Contar con sistema de iluminación de emergencia en casos de apagones.
3. Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.

Deben contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:

1. Dispensador de jabón con este elemento disponible.
2. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.
3. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.
4. Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.
5. Debe contar con alarma de incendios y/o detector de humo.
6. Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.
7. La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso.
8. Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento.

9. Debe contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.
10. Debe contar con un equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.
11. Debe contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.
12. Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.
13. Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.
14. Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.
15. El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello
16. Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido.
17. Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.
18. Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.
19. Debe contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.
20. Debe contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).
21. Contar con un registro documental de control de plagas.
22. Debe contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción (puede aplicar el uso de moquetas antideslizantes).
23. Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y protegidas contra el ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.
24. Deben contar con trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.
25. El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.

26. Debe contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.
27. Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
28. Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.
29. Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.
30. Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.
31. Debe contar con suministro continuo de energía eléctrica.
32. Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.
33. El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.
34. El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.
35. Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.
36. Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico

#### **4.3.2 SELECCIÓN DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

Para la determinación de los factores claves que permiten la viabilidad de los emprendimientos gastronómicos, se seleccionaron lineamientos estratégicos que se presentan a continuación:

##### **Acceso y facilidad de financiación**

- Identificar diferentes mecanismos para acceder a créditos gubernamentales y no gubernamentales que permitan efectivamente a las pequeñas empresas recibir subvenciones.
- Buscar soporte técnico antes y mientras se obtiene el crédito para que los emprendedores sepan cómo invertir correctamente, esto le

dará al emprendedor una mayor ventaja para recuperar la inversión.

- Buscar ayuda de organizaciones relacionadas con el emprendimiento gastronómico para que se establezcan líneas de crédito especiales, fijando una tasa de interés moderada y accesible combinadas con requisitos acordes con las necesidades de cada emprendedor.

#### **Crecimiento en el mercado.**

- Recibir capacitación de nuevas estrategias a través de organizaciones especializadas que les permitan mejorar la forma de administrar el emprendimiento.
- Permitir al emprendimiento tener una mejor aceptación de su producto, mayor control de calidad, un programa de precios accesibles, y un seguimiento constante sobre la competencia, con el fin de ocupar significativamente una posición en el mercado.
- Que existan las mismas políticas y leyes, tanto para los negocios existentes como para los nuevos en el mercado, para que puedan competir de manera justa.
- Establecer proyectos de capacitación técnica para los emprendimientos gastronómicos introduciendo nuevos métodos de gestión empresarial y dando a conocer nuevas tecnologías que permitirán una mayor y mejor ventaja competitiva.

### **4.3.3 PROPONER ACCIONES DE VIABILIDAD EN EL POSICIONAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS.**

En lo pertinente a las acciones de viabilidad para el posicionamiento de los emprendimientos gastronómicos del cantón Portoviejo, teniendo en cuenta que los mismos tienen que ser, rentables, tener solvencia y asumir riesgos por lo cual se proponen las siguientes acciones de viabilidad:

#### **Acciones de viabilidad técnica**

- Brindar confianza y seguridad a los clientes a través de una venta directa con asesoramiento y mantenimiento eficaz.

- Incrementar el número de opciones ofertadas en la carta de pedidos.
- En cuanto al servicio se debe ofrecer una buena atención al cliente al momento de entrar al restaurante y solicitar la carta de pedidos se dará un servicio de amabilidad y respuestas con todo respeto y claridad.
- En cuanto a la calidad los platos que se preparan estarán realizados con ingredientes de calidad.
- Para ser más competitivos se afiliarán con páginas web que promocionan el servicio.
- Reducción de costos sin sacrificar la calidad.

### **Acciones de viabilidad comercial**

- Realizar un estudio de mercado lo cual permite tener un conocimiento amplio de las necesidades y expectativas del cliente.
- Incrementar el servicio a domicilio: esto a través de la contratación de personal que se dedique exclusivamente a entregar durante las horas del desayuno, almuerzo y/o merienda.

Incrementar ventas a través de estrategias de mercadotecnia como

- Espacios Publicitarios (TV, cuñas radiales), promociones, spot publicitario, hojas volantes.
- Incrementar canales de distribución.
- Estrategias de comunicación, mediante sugerencias.
- Lanzamiento de nuevas opciones en el menú.

### **Acciones de viabilidad económica/ financiera**

- Implementar estrategias de venta para los meses con menos afluencia.
- Definir el estado actual de los establecimientos de turismo gastronómico.
- Estructurar los estados financieros.
- Proyectar los estados financieros con periodos no tan extensos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

El diagnóstico turístico permitió identificar que el desarrollo de la actividad gastronómica en el cantón Portoviejo es una de las principales fuentes de ingresos económicos para el cantón y los sectores involucrados, además de que es una de las actividades con mayor relevancia, e interés turístico, ya que cuentan con una gran variedad de oferta gastronómica, lo que hace que exista el interés por parte de los turistas a visitar el destino, sin embargo, existen falencias en este campo turístico, ya que dichos emprendimientos gastronómicos no cuentan con el apoyo suficiente por parte de los agentes gubernamentales en materia de turismo que les brinde asistencia técnica y mejoramiento de las condiciones al momento de emprender, tales como servicios básicos, accesibilidad, e infraestructura turística, lo que influye directamente en que no se desarrolle por completo esta modalidad de turismo.

El estudio de la oferta y demanda evidencio que turista potencial del destino Portoviejo, es el interno local, ya que el mismo, es quien realiza la actividad turística con mayor frecuencia en dicho destino, debido a las condiciones de facilidades y accesibilidad para el mismo, por otro lado, las causas que infieren a que el turista internacional no frecuente dicho destino, radican en que no se cuenta con una adecuada campaña publicitaria, que oferte y promocióne los productos gastronómicos y turísticos del cantón Portoviejo, a manera que poseione al destino como un referente de turismo gastronómico a nivel nacional e internacional, de tal manera que se incremente la afluencia de los consumidores extranjeros.

La determinación de estrategias de viabilidad turísticas permitió que se genere un mejor enfoque acerca de la actividad turística gastronómica que se desarrolla en el cantón, de tal manera que los establecimientos gastronómicos se beneficien directamente y así logren disminuir los efectos negativos y perjudiciales que se generaron para el sector turístico y en especial a los prestadores de servicios como lo son los emprendimientos

gastronómicos por la pandemia del COVID-19. Para esto fueron establecidos los lineamientos estratégicos sobre el acceso de financiamiento y los obstáculos que pueden atravesar los emprendedores, tomando en cuenta también las acciones de viabilidad técnicas, financieras y comerciales.

## **RECOMENDACIONES**

Al GAD Cantonal de Portoviejo a desarrollar nuevos productos turísticos gastronómicos, sin perder la tradición gastronómica ancestral de la localidad, enfocados en un desarrollo turístico sostenible, con la capacidad de solventar las necesidades económicas locales.

A los emprendedores de los establecimientos gastronómicos del cantón Portoviejo, a mejorar sus servicios y productos, e instalaciones de sus establecimientos, a manera que, cumplan con las expectativas de los clientes, garantizando la satisfacción de los mismos.

Al departamento de turismo del cantón Portoviejo, a desarrollar campañas publicitarias, plataformas digitales, Web site, planes de marketing turísticos, sobre los productos y servicios que cuenta el destino, a manera que exista el conocimiento de los mismos por el segmento internacional y nacional, de tal manera que se incremente la demanda turística local.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, A., Arroyo, L., Navarro, C. (2018). Turismo alternativo como estrategia de desarrollo local en el municipio de Chalan – Sucre. *Económicas CUC*, 39(1). 117-136.  
<http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.39.1.2018.08>
- Ahmad, N., y Seymour, R. (2018). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. OCDE.  
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>
- Álvarez, V., Espinosa, J., & Torres, O. (2020). Comportamiento de la gestión de las mercancías en los restaurantes del litoral ecuatoriano. *San Gregorio*, 39, 15–30.  
<https://doi.org/http://doi.org/10.36097/rsan.v1i39.1315>
- Armesto-López, X. A. y Gómez, B. (2014) “Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat”. *Cuadernos Geográficos* (34): 83-94.  
<https://www.redalyc.org/pdf/171/17103405.pdf>
- Becerra, F., Vega, J., y Orellana, M. (2021). Covid-19’s financial impact on Ecuadorian tourism: Business strategies for reactivation. *Digital Publisher CEIT*, 3(6), 201–220.  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16729>
- Blackman, A., Moreira, M. M., Blackman, A., Ibáñez, A. M., Izquierdo, A., Keefer, P., Moreira, M., & Schady, N. (2020). La política pública frente al Covid-19. Recomendaciones para América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 46.  
<https://publications.iadb.org/es/la-politica-publica-frente-al-covid-19-recomendaciones-para--america-latina-y-el-caribe>
- Cabrera. L, Pacheco. H, & Villacreses. C (2020). El patrimonio cultural: su influencia en los emprendimientos gastronómicos post terremoto en

Portoviejo. Pol. Con. (Edición núm. 53) Vol. 5, No 12.  
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2092>

Calderón. E, San Andrés. V & Terán. V (2016). Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en Guayaquil. INNOVA. Universidad Internacional del Ecuador (UIDE). Vol. 1. Pg. 63-70.

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/73/1466>

Capetillo, V. (2013). Marketingderestaurantes.com. Normas de higiene para tu restaurante: principal síntoma de éxito o fracaso.  
<http://marketingderestaurantes.com/TipsRestaurantes/3-normasde-higiene-para-tu-restaurante-principal-sintoma-de-exito-ofracaso/>

Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. CUPEA Cuadernos de Política Exterior Argentina, 7806(131), 115–118. <https://doi.org/10.35305/cc.vi131.85>

Corporación Andina de Fomento. (2018). Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva. CAF.

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/614/1130>

De la Medina, C. 2021. Impulsar la formalización de los emprendedores ecuatorianos ahora es más fácil. Banco Mundial,  
<https://bit.ly/3pcvPH3>

Espinoza, L. (2019). Manabí y su comida milenaria. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Segunda edición.  
<http://www.munayi.uileam.edu.ec/wp-content/uploads/2019/01/Manab%C3%AD-y-su-Comida-Milenaria.pdf>

Félix, Á., Bayas, J., Vera, J., Veloz, W., & Moreira, J. (2021). Destinos Turísticos Inteligentes, un nuevo aporte conceptual para el desarrollo local en Ecuador. Caso “Portoviejo Ciudad Creativa UNESCO.”

Research, Society and Development, 10(2),  
<https://doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12754>

Félix Mendoza, A. G., & García Reinoso, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*, 4(1), 79–103.  
<https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>

GAD Portoviejo. (2020). UNESCO entrega formalmente a Portoviejo la certificación de ciudad creativa. UNESCO entrega formalmente a Portoviejo la certificación de ciudad creativa – GAD PORTOVIEJO

Garzosi, R., Jaramillo, M., Garzosi, Y. (2018). *Hablemos de Emprendimiento*. Ediciones UTMACH. Gestión de proyectos editoriales universitarios.  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12488/5/HablemosDeEmprendimiento.pdf>

García, A. (2020). Estrategia para el desarrollo de la competitividad en las PYMES del sector gastronómico, Portoviejo-Ecuador. *Revista San Gregorio*.  
<https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1378/3-melisa2>

García, N., Carreño, A. L., Doumet, Y. (2016). Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador). *Revista ECA Sinergia*. Facultad de ciencias administrativas y económicas. U.T.M., 7(2), 26-39.

Gary Flor García. (2012) *Guía para Elaborar Planes de Negocios*. 2da Edición. <http://rfd.org.ec/biblioteca/pdfs/LP-075.pdf>

Gherbal, N. (2012). Critical Success Factors of Implementing Total Quality Management in Libyan Organisations. *Proceedings of the 2012 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Pg. 80-89. <https://www.researchgate.net/profile/Dr->

Abdussalam-

Shibani/publication/282647751\_Recommending\_a\_TQM\_Guiding\_Framework\_for\_Libyan\_Organization/links/575ff05d08ae414b8e567e09/Recommending-a-TQM-Guiding-Framework-for-Libyan-Organization.pdf

Global Entrepreneurship Monitor. 2020. Informe GEM Ecuador 2019/2020. <https://bit.ly/3iyTDUe>

González, J. (2013). Estudio sobre la competitividad de PYMESs incubadas en Empreser de México A. en línea. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S2528-7907202000030003300010&lng=en](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2528-7907202000030003300010&lng=en)

Guangasi, Y., y Jácome, E. (2019). Estrategias de marketing relacional para el desarrollo del sector turismo en época de COVID-19. In Repo.Uta.Edu.Ec. <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/5301/Mg.DCEv.Ed.1859.pdf?sequence=3>

Hernández, R. (2020). Covid-19 y América Latina y el Caribe: los efectos económicos diferenciales en la región. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, 06, 50. [http://obela.org/system/files/covid\\_hernandez\\_IAESDT\\_2020\\_N06.pdf](http://obela.org/system/files/covid_hernandez_IAESDT_2020_N06.pdf)

Jaafreh, A. (2013). The effect of quality management practices on organizational Performance in Jordan: An Empirical Study Sciedu press. Pg. 93-109. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v4n1p93>

León. M, Rosillo. A, & Zambrano. J. (2020). Estrategias para el desarrollo de la competitividad en las PYMES del sector gastronómico, Portoviejo-Ecuador. Revista San Gregorio. No. 40 [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2528-79072020000300033](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072020000300033)

- López. C (2020). Los factores claves del éxito. Gestipolis.  
<https://www.gestipolis.com/factores-claves-exito/>
- López, G., & Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19. From theory to practice : entrepreneurship in Ecuador at the time of COVID 19. Revista de Investigación y Desarrollo I+D, 12, 11.  
<https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/view/982/914>
- López, T & Sánchez, SM (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 10(5).
- Menchero Sánchez, M. (2020). Tourist flows, geopolitics and covid-19: When international tourists are transmission vectors. Geopolítica(S), 11, 105–114. <https://doi.org/10.5209/GEOP.69249>
- Mendoza. M & Macías. S. 2018. Emprendimientos sociales, turismo en la costa ecuatoriana. RAN. Vol. 4. Universidad Católica de Guayaquil.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6553994>
- Ministerio de Turismo (2019). Portoviejo es un destino gastronómico reconocido en el mundo. <https://www.turismo.gob.ec/portoviejo-un-destino-gastronomico-reconocido-en-el-mundo/>
- Montalván Acosta, P. I. (2016). Turismo Comunitario: Análisis Del Desarrollo Turístico Comunitario En La Parroquia Rural San Lorenzo, Cantón Manta. Revista Magazine de Las Ciencias, 1(1), 2528–8091.[1]  
<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/44>
- Moreira, P., y Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. Revista española del tercer sector, (17), 17-40.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6553994>

- Organización Mundial del Turismo OMT, (2020). Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 – Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19. In Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 – Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19. <https://doi.org/10.18111/9789284421954>
- OMT, (2017). Organización Mundial del Turismo y Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Tourism and the Sustainable Development Goals –Journey to 2030, UNWTO, Madrid. [Archivo PDF]. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401>
- Organización de las Naciones Unidas ONU, (2020). Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo Resumen. UNWTO - ONU, 18(4), 30. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3818685](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3818685)
- Organización Panamericana de la Salud, (2015). Principios generales de Higiene de los Alimentos del Codex. [https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=)
- OMT y Basque Culinary Center (2019), Guía para el desarrollo del turismo gastronómico, OMT, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.
- Ortiz, E., & Noboa, P. (2020). Propuestas Societarias y Concursales para Mitigar el Impacto Económico del COVID-19 en Ecuador (Corporate and Insolvency Proposals to Mitigate the Economic Impact of COVID-19 in Ecuador). SSRN Electronic Journal, 4(8), 38–48 Recuperado de: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3568267>
- Oyarvide. H, Nazareno. T & Roldan. A. 2016. Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Artículo de Revista vol.10 no.1. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci_arttext&tlng=pt)

- Polanco, D, Araujo, M, Valdez, M, et al. 2020. Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1714/2426>
- Quevedo Vázquez, J. O., Pinzón-Prado, L. T., Vásquez-Lafebre, L. M., y Quevedo-Barros, M. R. (2020). Impacto del COVID -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Revista Científica Dominio De Las Ciencias*, 6(3), 1352–1367.
- Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81–108.
- Reinoso, N. G., Doumet, Y. N., & Alfonso, R. (2019). Impacto territorial do terremoto ao setor turístico do cantón Bolívar, Equador. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 21(1), 42–64. <https://doi.org/10.14210/RTVA.V21N1.P42-64>
- Rodríguez, H (2017). Viabilidad de proyectos. Universidad de Granada. Blog. <https://ugremprendedora.ugr.es/viabilidad-de-proyectos/>
- Rodríguez, A. y Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento *Revista EAN*, 82, pp.179-200. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Ruedas, G. (2019). Análisis de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos en la zona de planificación 7 – Sur del Ecuador. *Pol. Con. Edición nùm.33. vol. 4. Pg. 370-397.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164258>
- Sepúlveda, C. & Gutiérrez, W. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos, un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de gerencia*. Vol. 1. Pg. 33-49. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29045347003/html/index.html>

- Suárez, W., & Díaz, J. (201). Factores críticos claves del éxito en la investigación universitaria. Conferencia: I congresos Iberoamericano sobre gobernanza universitaria. Pg. 108-118. <https://www.redalyc.org/pdf/880/88037910005.pdf>
- Useche-Aguirre, M. C., Vásquez-Lacres, L. M., Salazar-Vázquez, F. I., & Ordóñez-Gavilanes, M. 2021. Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la covid-19. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40). 1-22. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9309>
- Vega Falcón, V., Castro Sánchez, F., & Romero Fernández, A. J. (2020). Impact of covid-19 on world tourism [Impacto de la covid-19 en el turismo mundial]. *Universidad y Sociedad*, 12(s1), 207–216. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85100839237&partnerID=40&md5=2cab5bf3ed752bcf6e904b3f62760acf>
- Viera. E & Fernández. B, (2020). Higiene y manipulación de los alimentos en los restaurantes de Playita Mía de la ciudad de Manta. *Revista electrónica cooperación Universidad Sociedad (RECUS)*. Vo 5. Pg. 60-65. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7685085>
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Espacios*, 39(7), 15. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

# **ANEXOS**

## Anexo 1 Cuestionario de entrevistas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para la tesis: **Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo**. Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

### Objetivo:

Analizar la gestión de los emprendimientos gastronómicos en el cantón Portoviejo

### Entrevista dirigida a Director(a) de Turismo en GOBIERNO Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo.

- ¿Cómo analiza usted la situación actual del turismo en el cantón Portoviejo?
- Desde su óptica, ¿Cuáles son los principales factores que frenan el desarrollo de nuevos emprendimientos gastronómicos en el cantón Portoviejo?
- ¿Qué importancia tiene la actividad gastronómica para el desarrollo local en el cantón Portoviejo?
- ¿Cuáles son los requisitos para el funcionamiento de un emprendimiento gastronómico en el cantón Portoviejo?
- ¿Cuáles son los principales establecimientos gastronómicos en el cantón?
- ¿De qué manera cree usted que incidirá el desarrollo de nuevos emprendimientos gastronómicos en el cantón?
- Desde el sector público, ¿existen propuestas integrales dirigidas a potenciar el sector gastronómico?
- Según su opinión ¿Qué fortalezas tiene el cantón Portoviejo?
- ¿Cuáles serían las debilidades que tiene el cantón Portoviejo?
- ¿Qué oportunidades considera que tiene el cantón Portoviejo?
- ¿Cuáles son las principales amenazas que presenta el cantón?

Elaborado por las autoras

## Anexo 2 Argumentos de actores involucrados.

Actores	Cargo	Argumento	
		Positivos	Negativos
Diana Bravo	Directora de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reactivación lenta.</li> <li>✓ El servicio que brindan los establecimientos</li> <li>✓ Portoviejo es declarada por la Unesco como Ciudad creativa en el ámbito de la gastronomía.</li> <li>✓ Los requisitos son: ser solvente, copia de cédula y del ruc, copia de comprobante de la factura de servicio básico y la calificación artesanal.</li> <li>✓ 304 emprendimientos gastronómicos</li> <li>✓ Actualizado el catastro</li> <li>✓ Inversión en el ámbito económico para los emprendedores si hacen un préstamo de más de \$70.000 durante 10 a 15 años no paguen impuestos, es un incentivo para los emprendedores.</li> <li>✓ Fortalezas: Gastronomía y atractivos Turísticos</li> <li>✓ Proyecto distintivo sello de calidad turística</li> <li>✓ Oportunidades: Red de Conectividad con organismo colaterales, diferentes ONG, fondos concursables que tienen, declarado Ciudad Creativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Debilidades: Falta de conocimientos por parte de los emprendedores</li> <li>✓ Amenazas: Crisis Sanitaria COVID-19</li> </ul>
Luis Andrade	Presidente de ASOGASMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiene una excelente gestión técnica, presenta políticas claras y se ha logrado el posicionamiento turístico del cantón.</li> <li>✓ Falta de conocimiento sobre los permisos de funcionamiento, el acceso a recursos indispensables para abrir un emprendimiento y la inseguridad tanto para el emprendedor como para el cliente.</li> <li>✓ Portoviejo es el cantón mejor gestionado gastronómicamente gracias al rol eficiente de la alcaldía y sus departamentos.</li> <li>✓ ASOGASMA es la asociación más grande del Cantón y existen grupos que aún están desarrollándose.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ASOGASMA no cuenta con un documento oficial sobre emprendimientos gastronómicos</li> </ul>

Picantería A la Mar	Dueño de emprendimiento gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El turismo solo está activado los fines de semana.</li> <li>✓ Tiene mucha importancia para las personas del cantón que viven del día a día.</li> <li>✓ Fortaleza: las personas de Portoviejo ya que siempre tiene proyectos innovadores.</li> <li>✓ Oportunidades: Libertad al empresario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Las clausuras frenan al desarrollo del emprendimiento, son muchos requisitos.</li> <li>✓ Los requisitos que piden son muchos ya que hay que pagar cosas que ni utiliza.</li> <li>✓ No está actualizado faltan emprendimientos, pero como no están desarrollados aun no los toman en cuenta.</li> <li>✓ Publicidad para que los emprendimientos sean más conocidos, con ayuda de volantes y sean difundidos dentro y fuera del cantón.</li> <li>✓ Debilidades: Las leyes</li> <li>✓ Amenaza: Virus COVID-19</li> </ul>
Sanduchon	Dueño de emprendimiento gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Está en desarrollo ya que están invirtiendo en nuevos proyectos que con el tiempo le dará más realce al cantón.</li> <li>✓ La gastronomía es muy importante en Manabí.</li> <li>✓ Fortaleza: Gastronomía</li> <li>✓ Oportunidad: Portoviejo es reconocida como ciudad creativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La economía frena el desarrollo de los emprendimientos gastronómicos.</li> <li>✓ No conozco los requisitos.</li> <li>✓ Debilidades: Falta de Inversión por parte de las autoridades</li> <li>✓ Amenaza: Situación Económica y crisis sanitaria</li> <li>✓ Diversidad en el cantón.</li> </ul>
Anita Test delights. Coffee Shop	Dueño de emprendimiento gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Miedo a innovar y ser rechazado por los clientes.</li> <li>✓ La gastronomía es muy importante.</li> <li>✓ Fortalezas: Diversidad de productos</li> <li>✓ Oportunidades: Es la capital de Manabí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No hay turismo en Portoviejo ya que no tiene lugares tan recorridos para que llame la atención de nuevos turistas.</li> <li>✓ Debilidades: No apoyamos lo nuestro.</li> <li>✓ Amenazas: Crisis económica.</li> </ul>

La Olla	Dueño de emprendimiento gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Está mejorando ya que por la pandemia decayó el turismo en Portoviejo.</li> <li>✓ Tiene mucha importancia ya que Portoviejo es la capital de Manabí es por eso que cada día mejoramos nuestro sistema para quedar no solo bien con los clientes sino como cantón.</li> <li>✓ Si existen buenas propuestas por parte del municipio y hace que uno como emprendedor se motive a establecer nuevas ideas para un futuro</li> <li>✓ Los requisitos los tengo en orden, estoy de acuerdo con todo y también con el personal capacitado para ejercer y posicionar nuestro emprendimiento.</li> <li>✓ Fortalezas: Gastronomía</li> <li>✓ Oportunidades: Capital de Portoviejo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La falta de inversión y la capacidad de los emprendedores.</li> <li>✓ La falta de recursos económicos hace que las personas sean innovadoras para realizar nuevos proyectos.</li> <li>✓ Amenazas: Crisis Sanitaria</li> <li>✓ Debilidades: Economía de los nuevos emprendimientos</li> </ul>
---------	--------------------------------------	--	---

Elaborado por las autoras

**.Anexo 3** Cuestionario de encuestas dirigidas a los emprendedores



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para la tesis: **Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo.** Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

**Objetivo:**

Determinar factores claves de la oferta gastronómica en emprendimientos gastronómicos.

**Encuesta dirigida a dueños de emprendimientos gastronómicos en Portoviejo.**

N° \_\_\_\_\_

**Nombre del establecimiento:** \_\_\_\_\_

**1. Cantidad de trabajadores contratados:**

- 1 a 9 micro empresa (        )
- 10 a 49 pequeña empresa (        )
- 50 a 199 mediana empresa (        )

**2. Meses de mayor afluencia (nacional)**

- Enero-Abril (        )
- Mayo-Agosto (        )
- Septiembre-Diciembre (        )

**3. ¿Qué método de financiamiento utilizó para emprender su negocio?**

- Créditos bancarios (        )
- Préstamo familiar/amigos (        )
- Ahorros (        )
- Ventas de activos (        )
- Bonos de cooperativas (        )
- Otros: \_\_\_\_\_ (        )

**4. ¿El establecimiento cuenta con permisos de operación?**

Si (        )        No (        )

**5. ¿Por qué medio usted promociona su emprendimiento?**

- Redes sociales (WhastApp, Instagram, Twitter, Facebook, otros) (        )
- Radio (        )
- TV (        )
- Periodico (        )
- Flyers (        )

**6. ¿De acuerdo a su percepción seleccione los factores de éxito para un emprendimiento gastronómico?**

Localización del local (        )        Definición del concepto. (        )

El prestigio de la organización. (        )        Calidad del producto (        )

La recomendación de los clientes.	(      )	Empatía hacia el cliente	(      )
El menú	(      )	Material publicitario	(      )
Satisfacción laboral de empleados	(      )	Opciones de financiamiento.	(      )
La perseverancia (persistencia)	(      )	Uso de la tecnología	(      )
Precio acorde al mercado	(      )	Rapidez en la atención.	(      )

**¿Qué factores lo motivaron lo motivaron a emprender? Dar una puntuación del 1 a 10 puntos, donde 1 poca motivación y 10 mucha motivación.**

- Cultura (      )
- Oportunidades que hay en el medio (      )
- Falta de empleo (      )
- Mejores ingresos (      )
- Mejorar la calidad de vida (      )
- Libertad (      )
- Cumplir sueños (      )
- Ganas de ser tu propio jefe (      )

**¿Qué suministros de bioseguridad ha implementado en su emprendimiento para la seguridad y el cuidado del cliente?**

- Alcohol
- Señalización
- Termómetro digital
- Bandejas de desinfección

• **¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!**

**Anexo 4** Cuestionario de encuestas dirigidas a los clientes.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para la tesis: **Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo**. Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

**Objetivo:**

Caracterizar la demanda en la modalidad turismo gastronómico.

**Encuesta dirigida a clientes que visitan los emprendimientos gastronómicos en Portoviejo.**

N° \_\_\_\_\_

1. **¿De donde proviene?**
  - Internacional (        )        País \_\_\_\_\_
  - Nacional        (        )        Provincia \_\_\_\_\_        Cantón \_\_\_\_\_
2. **¿Por cuál de las siguientes razones visita el cantón?**
  - Gastronomía (        )
  - Vacaciones (        )
  - Negocios (        )
  - Deportes (        )
  - Visita Familiares (        )
3. **¿Cómo obtuvo información acerca del establecimiento gastronómico?**
  - Familiares o amigos (        )
  - En ferias o festivales gastronómicos (        )
  - Anuncios en internet (        )
  - Redes sociales (        )
  - Publicidad en TV, radio, etc. (        )
4. **Señale el número de personas que lo acompañan.**  
R/A
5. **¿Qué aspectos considera usted necesario a la hora de elegir un establecimiento gastronómico?**
  - Ubicación (        )
  - Calidad de comida (        )
  - Normas de Bioseguridad (        )
  - Atención al cliente (        )
  - Precios (        )
  - Ambiente (        )
  - Diversidad de opciones en el menú (        )
  - Presentación (        )
6. **¿Con qué frecuencia visita/visitará usted el emprendimiento gastronómico?**

Diariamente	( )	Una vez a la semana	( )
Una vez al mes	( )	Cada 2-3 meses	( )
2 a 3 veces al año o menos	( )	No estoy seguro	( )

**7. En general, ¿Cómo considera usted la calidad del producto/servicio que ofrece el emprendimiento?**

Excelente	( )	Muy bueno	( )	Bueno	( )
Malo	( )	Muy malo	( )		

**8. ¿Va a compartir su experiencia en sus redes sociales?**

Sí ( ) No ( )

**9. ¿Volvería a visitar el emprendimiento?**

Sí ( ) No ( )

**10. ¿Recomendarías la visita al emprendimiento gastronómico?:**

Sí ( ) No ( )

**¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!**