



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas**

Carrera de

Tecnología en Turismo Rural

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN  
RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA EN LA  
COMUNIDAD DE SUCUS, PARROQUIA  
CHAUCHA, CANTÓN CUENCA**

Autor:

**Diana Ortiz Guarango**

Director:

**Mg. Carlos Tenesaca Pacheco**

**Cuenca – Ecuador**

**Año 2024**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico con todo mi cariño a mi familia, de manera especial a mi esposo Jobito, por su constante apoyo. Aunque hemos pasado momentos difíciles, siempre ha estado brindándome su comprensión y afecto.

A mis queridos hijos Thalía, Ronny y Salomé, por ser fuente de mi motivación e inspiración para poder superarme cada día y lograr cumplir con uno de mis sueños.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por concederme la vida y la salud; a mis padres, esposo e hijos por el apoyo y comprensión durante este periodo de preparación.

Mi gratitud sincera con la empresa ELECAUSTRO, por haberme otorgado el 100% de una beca; sin su apoyo, no hubiese sido posible alcanzar con esta meta.

Agradezco a la Universidad del Azuay a los docentes, quienes con sabiduría, paciencia y dedicación han compartido sus conocimientos y me han guiado en cada paso de esta preparación académica.

Gracias a todos.

## **RESUMEN:**

La comunidad Sucus, de la parroquia Chaucha posee una gran variedad de recursos naturales, siendo sus aguas termales el principal atractivo turístico del sector. Sin embargo, no existe un establecimiento de alimentación que brinde un servicio de calidad. En este sentido, se desarrolló la tesis titulada “Propuesta para la creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus, parroquia Chaucha, cantón Cuenca”. Para ello, se siguió una metodología compuesta de tres fases; primero, se realizó la descripción y caracterización del territorio; segundo, se planteó la propuesta de creación de restaurante de comida típica; y tercero, se socializó la propuesta con autoridades de la parroquia y actores involucrados. Como resultado se obtuvo el plan detallado para la creación del restaurante. Con esta propuesta se espera brindar un servicio de alimentación de calidad, satisfacer las necesidades básicas de las personas, promover un aumento en el número de visitantes y contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad.

**Palabras clave:** alimentación, desarrollo económico, servicio, visitantes.

## **ABSTRACT:**

The Sucus community, located in the Chaucha parish, possesses a wide variety of natural resources, with its hot springs being the main tourist attraction in the area. However, there is no food establishment that offers quality service. In this regard, the thesis titled “Proposal for the Creation of a Traditional Food Restaurant in the Sucus Community, Chaucha Parish, Cuenca Canton” was developed. To achieve this, a methodology composed of three phases was followed; first, the territory was described and characterized; second, the proposal for the creation of a traditional food restaurant was presented; and third, the proposal was shared with parish authorities and involved stakeholders. As a result, a detailed plan for the creation of the restaurant was obtained. This proposal aims to provide quality food service, meet people's basic needs, promote an increase in the number of visitors, and contribute to the economic and social development of the community.

**Keywords:** food service, economic development, service, visitors.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>III</b>
<b>RESUMEN:.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT:.....</b>	<b>V</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>I</b>
<b>MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>10</b>
1. DESCRIPCIÓN DEL TERRITORIO .....	10
1.1 Ubicación del territorio.....	10
1.2. Caracterización biofísica, social, cultural y económica.....	11
1.2.1. Caracterización biofísica.....	11
1.2.2. Caracterización social .....	13
1.2.3 Caracterización cultural .....	15
1.2.4 Caracterización económica .....	16
1.3 Matriz de stakeholders.....	21
1.4 Diagnóstico turístico.....	23
1.4.1 Oferta .....	23
1.4.2 Demanda de visitantes .....	30
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>31</b>
<b>2.PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA. ....</b>	<b>31</b>
2.2 Gestión de calidad .....	31
2.2.1 Concepto y visión del restaurante:.....	31
2.2.2 Plan de negocios: .....	33
2.2.3 Ubicación del local: .....	35

2.2.4 Recursos humanos: .....	37
2.2.5 Adquisición de equipos y suministros: .....	47
2.2.6 Sostenibilidad y responsabilidad social: .....	49
2.2.7 Monitoreo del desempeño del restaurante a través de métricas clave como la satisfacción del cliente y las ventas. ....	50
2.3 Marketing y comercialización .....	50
2.3.1 Estrategias de marketing y promoción: .....	50
2.3.2 Evaluación de la competencia local y oportunidades de diferencia .....	52
2.4 Financiamiento .....	52
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>55</b>
<b>3. CONTEXTUALIZACIÓN DE PROCESO DE SOCIALIZACIÓN:.....</b>	<b>55</b>
3.1 Propósito de la socialización. ....	55
3.2 Descripción de los actores involucrados. ....	55
3.3 Métodos y herramientas utilizadas para la socialización.....	55
4. Descripción del proceso de socialización:.....	56
4.1 Fecha y localización del evento de socialización. ....	56
4.2 Descripción del evento .....	56
5. Desarrollo del proceso de socialización: .....	57
5.1 Descripción de los temas tratados durante la socialización.....	57
5.2 Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización .....	58
5.3 Compromisos de los actores locales .....	58
6. Reflexiones y lecciones aprendidas.....	58
6.1 Evaluación del proceso de socialización .....	59
6.2 Lecciones aprendidas que podrían aplicarse en futuras iniciativas de desarrollo turístico. ....	60
7. Anexos y materiales de apoyo:.....	60
<b>Referencias .....</b>	<b>62</b>

## Índice de tablas

Tabla 1.Especies vegetales de diferentes comunidades, Parroquia Chaucha .....	12
Tabla 2.Especies animales de la Parroquia Chaucha .....	13
Tabla 3.FODA Chaucha (educación) .....	14
Tabla 4.FODA Chaucha (salud) .....	14
Tabla 5.Fiestas patronales de parroquia Chaucha.....	15
Tabla 6.FODA Chaucha (producción y economía) .....	18
Tabla 7.Sueldos del personal .....	38
Tabla 8.Suministros de cocina.....	47
Tabla 9.Orden del día. Evento de socialización.....	56

## Índice de figuras

Figura 1.Mapa político de Chaucha .....	11
Figura 2.Danza folclórica. Fiestas de San Antonio.....	16
Figura 3.Cultivo de maíz, comunidad San Antonio .....	17
Figura 4.Crianza de ganado porcino, comunidad San Antonio.....	18
Figura 5.Transporte Público .....	26
Figura 6.Ruta Cuenca-Chaucha .....	27
Figura 7.Ruta San Gabriel-Proyecto.....	35
Figura 8.Gráfico de la propuesta de diseño del restaurante .....	37
Figura 9.Propuesta de diseño para el menú de restaurante .....	40
Figura 10.Propuesta de diseño y nombre del restaurante .....	52



# **INTRODUCCIÓN**

Actualmente, muchas personas de la ciudad anhelan viajar y disfrutar de las maravillas que existe en el sector rural, sobre todo de su gastronomía ya que ésta conserva su sabor natural y en cada una de sus recetas se refleja la cultura e identidad de sus habitantes.

El presente trabajo es una propuesta para la creación de un restaurante que busca crear un servicio de alimentación a través de diferentes platos tradicionales de la gastronomía local, pensando en el bienestar de las personas que visitan la comunidad Sucus.

Para el desarrollo de la propuesta se plantearon tres capítulos: en el primer capítulo se describe la caracterización biofísica, social, cultural y económica para conocer sus problemas y potencialidades. En el capítulo 2, se detalla el planteamiento del proyecto donde se describe el proyecto a desarrollarse, así como el marketing y las posibilidades de financiamiento y; en el tercer capítulo, se realizó la socialización de la propuesta a las autoridades de la parroquia y actores interesados de la comunidad, con la finalidad de brindar una información detallada y contar con el respaldo de las partes interesadas.

## MARCO CONCEPTUAL

Implementar un servicio de comida típica en la zona rurales una actividad que presenta gran potencialidad para el desarrollo territorial ya que conecta a sectores productivos de la zona.

Según Fusté-Forné (2016), “La cocina y la gastronomía implican una indisoluble relación entre la vida rural y el sector de los servicios. Así, gastronomía es desarrollo local y también desarrollo turístico”.

En relación con la propuesta de creación de restaurante de comida típica, hay que reconocer que, actualmente, existe una demanda turística que buscan experiencias diferentes en los espacios rurales donde pueden gozar el contacto directo con la naturaleza, esto impulsa a que las familias locales se motiven a impulsar emprendimientos, de esta manera brindan un mejor servicio a los visitantes, generan un realce para la comunidad y contribuye al desarrollo económico de las familias locales.

El servicio gastronómico puede aportar mucho valor a las comunidades locales y a los productores locales de alimentos, mejorando la experiencia de los turistas y ayudando a conservar y poner en valor productos locales y tradiciones y conocimientos locales...el turismo gastronómico se puede volver una herramienta eficaz para luchar contra la despoblación de las zonas rurales. (López R. , 2021)

De acuerdo con lo que menciona el autor, el servicio de comidas en los espacios rurales es fundamental, debido a que atrae a más visitas al sector e impulsa el desarrollo económico, como también la conservación de tradiciones culinarias.

Por otro lado, (Montoya, 2023), menciona: “La gastronomía tradicional de las zonas rurales es un recurso de una gran riqueza y variedad que tiene que incorporarse a la oferta turística rural”. En relación a lo mencionado por el autor, se considera que, las zonas rurales poseen una gran riqueza en cuanto a saberes de la comida tradicional, se mantienen ocultos y en muchos casos varios de ellos han desaparecido por la falta de interés en conservar. Sin embargo, aún existe la oportunidad de darles un valor a estos saberes a través la oferta turística.

## **Concepto y visión del restaurante:**

Según el reglamento de alimentos y bebidas del Ecuador define:

Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio. (Ministerio de turismo, 2018)

## **Tipo de cocina**

El Ecuador es un país que cuenta con una gran variedad gastronómica, cuenta con una gran diversidad de materia prima debido a sus cuatro regiones (Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular) cada una de estas se diferencian por sus costumbres y tradiciones gastronómicas, teniendo como base la cocina tradicional o criolla.

La gastronomía ecuatoriana llega a ser un recurso lleno de historia de cada uno de los pueblos, usando la gastronomía para generar su desarrollo turístico, a cada uno los turistas les gusta la comida ecuatoriana, siendo una motivación principal para elegir este país como su destino. Cada pueblo del país debe considerar a la gastronomía ecuatoriana como una oportunidad para enseñar a los visitantes la cultura y su herencia a través de la comida. El Ecuador se ha figurado como uno de los destinos más importantes de Latino América gracias a la gran diversidad de gastronómica y por su calidad de materia prima usada para la elaboración de estos platos. (Vega et al., 2018)

Ecuador es un país muy diverso gracias a todas las culturas y sus regiones, existen tres elementos que marcan a la cocina ecuatoriana la flora y fauna, raíces indígenas y raíz hispánica. Lo importante de la cocina tradicional es aparte de satisfacer la necesidad de alimentarse sino recordar las emociones de cuando se es niño, la familia, amigos y transportarse a un huerto o al campo. (Pazos, 2016)

## **Ambiente**

Un establecimiento que brinde servicios de comida debe tomar en cuenta su localización, por seguridad higiénica debe estar ubicado lejos de focos de contaminación.

Debe distribuirse adecuadamente los ambientes (cocina, almacén de alimentos, salón y servicios higiénicos) y; evitarse, la contaminación de alimentos. Además, se debe mantener cada objeto en su respectiva área; de esa manera, se garantizará un ambiente limpio y ordenado.

Según Daza (2019) “Para los restaurantes es muy importante brindar satisfacción a sus clientes, no solo por el sabor de sus platos, sino también por la experiencia que ellos tengan durante su permanencia en el establecimiento”

## **Público objetivo**

Los factores culturales, sociales, personales y psicológicos influyen en la decisión de un comprador, las cuales deben ser comprendidas por parte del negocio, debido a que con ellas podrá tomar buenas decisiones y aplicar estrategias que den resultados positivos (Sánchez, 2015).

## **Análisis de mercado**

Originalmente el término mercado se utilizó para designar el lugar donde compradores y vendedores se reúnen para intercambiar sus bienes. Los economistas adoptaron directamente esta conceptualización considerando el mercado como el conjunto de compradores y vendedores que intercambiaron un determinado producto (Monteferrer, 2013).

## **Proyecciones financieras**

Las proyecciones financieras consisten en pronosticar las ventas, gastos de operación y costos variables e inversiones de un periodo de tiempo, es decir, se incluye todo lo necesario para que el escenario que se plantea pueda realizarse, para luego traducir los resultados esperados en los estados financieros como son: balance general, estado de resultados y flujo de efectivo junto con el valor presente neto y la tasa interna de rendimiento (Espinoza & Guzmán, 2012).

## **Capacitación**

La capacitación una herramienta fundamental para el éxito de las organizaciones modernas, no se puede considerar tan solo un entrenamiento, puesto que la magnitud de la capacitación es tal que traspasa el concepto educación, con la firme función de mejorar el presente y ayudar a construir el futuro en lo que a fuerza de trabajo se refiere (Alberto et al., 2016).

Para tener un mejor rendimiento del personal de trabajo se deberán realizar capacitaciones al personal nuevo como también a los que ya se encuentran laborando, esto ayudará a elevar su nivel de rendimiento en el área que desempeñe.

Las capacitaciones en el servicio al cliente son unas guías que ayudan al personal de servicio a desarrollar y mejorar sus conocimientos, formando así personas creativas y serviciales. Por medio de la capacitación puede lograrse cumplir exitosamente con los objetivos propuestos.

En el caso del restaurante las capacitaciones deben ir orientarse en temas como:

- Higiene alimentaria y seguridad
- Higiene personal
- Prevención de riesgos
- Responsabilidad social y reputación del restaurante.
- Normativas y regulaciones.
- Manejo de alimentos

## **Políticas de recursos humanos**

Según Salinas determina que:

Al realizar cualquier labor o actividad, es necesario definir pautas o políticas que serán implementadas con el fin de que el trabajo se desarrolle de la mejor forma y se alcancen los objetivos que se han trazado con antelación. Las políticas guían y

trazan el camino para las acciones que se van a realizar y ayudan ante cualquier obstáculo que pueda presentarse.

## **Menú y oferta gastronómica**

La importancia de tener un menú en un restaurante es que ayuda a informar y mostrar al cliente los platos que tiene a su disposición y, en la mayoría de los casos, el precio de cada uno de ellos. Esto facilita de gran manera el proceso de venta, debido a que el cliente puede seleccionar lo que desea consumir directamente desde allí. (Bravo et al., 2019)

## **Oferta gastronómica**

La oferta gastronómica busca satisfacer las necesidades alimenticias, a través de un conjunto de productos que se presentan en diferentes preparaciones (sopas, platos fuertes, bebidas, etc.), en un determinado tiempo y en un precio ya fijado.

## **Servicio al cliente**

Para Gonzales (2014), un servicio atento crea una sensación positiva en el cliente. En este sentido, se debe evitar tratar con excesiva confianza a los clientes habituales y seguir manteniendo esa elegancia y eficacia en el servicio, lo que atraerá nuevos clientes y hará prosperar el negocio.

Un aspecto muy importante para satisfacer e ir más allá de las expectativas de los clientes es la calidad en el servicio. Esto tiene que ver con la amabilidad, el respeto y eficacia que reciben los clientes por parte del personal a la hora de consumir un producto.

## **Adquisición de equipos y suministros:**

La importancia de utilizar utensilios adecuados en la cocina, garantizan la calidad de los alimentos, ayudando a mantener la buena textura y sabor de las comidas. Al adquirir utensilios de calidad también ahorra tiempo y esfuerzo, ya que son productos más eficientes y de larga durabilidad.

## **Proveedores**

La selección de proveedores permitirá a un restaurante fortalecer todos sus procesos de producción, almacenamiento y comercialización; si se tienen proveedores confiables y sujetos a las políticas del restaurante, se pueden mejorar tiempos y disminuir costos. (Franco, 2015)

Entre las ventajas de tener uno o más proveedores es que permite ahorrar tiempo y esfuerzo a la hora de adquirir los productos, ya que el proveedor puede entregar en el mismo sitio sus productos ya seleccionados, a una hora señalada, la cantidad solicitada y a precios justos.

## **Sostenibilidad y responsabilidad social:**

La importancia de que un restaurante actúe con responsabilidad social, ayuda a mejorar su prestigio, puede atraer a más clientes y aumentar su confianza. Al adoptar prácticas sostenibles y ecológicas, el restaurante puede reducir los gastos de energía, agua y residuos.

Cuando un restaurante aplica técnicas sostenibles no solo eleva su fama, sino que también contribuye al cuidado del medio ambiente y al bienestar social, como también ayuda a preservar los recursos naturales para las generaciones venideras.

La responsabilidad social se centra en acciones que son para las organizaciones un compromiso socialmente responsable en su entorno, contribuyendo no solo al medio ambiente sino a diversos aspectos de interés para la comunidad en general.

## **Participación en iniciativas comunitarias y apoyo a productores locales**

La planificación participativa y otras formas donde participan de forma activa los actores y agentes locales, permiten un desarrollo local que logre el bienestar común, construir un tejido social y redes sociales, para de esta forma revalorizar el ejercicio del derecho a la participación en la toma de decisiones para el desarrollo local y la formulación de políticas locales. (Quispe, Ayaviri, & Maldonado, 2018)

## **Marketing y comercialización**

El marketing es una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo, agregar valor a las determinadas marcas o productos con el fin de atribuir una importancia mayor para un determinado público objetivo, los consumidores. (Mesquita, 2018)

Para Sanmartín (2016), “En el marketing, como en cualquier actividad gerencial, la planificación constituye un factor clave para minimizar riesgos y evitar el desperdicio de recursos y esfuerzos”

## **Evaluación de la competencia local y oportunidades de diferencia**

El análisis de la competencia es una herramienta clave para entender el mercado y mejorar la posición de un restaurante. Consiste en evaluar a los competidores directos e indirectos para identificar sus fortalezas, debilidades, estrategias y tendencias, para que un restaurante tome decisiones más informadas. (Santos, Blog de HubSpot, 2023)

En cuanto al análisis de la competencia local, permite identificar a los negocios similares que se encuentren alrededor, a sí mismo, se puede obtener información que resulta esencial para identificar puntos débiles y fuertes, comprender la diferencia y mejorar los servicios ofrecidos.



## **Financiamiento**

Para la financiación de un negocio, hoy en día existen varias opciones: a través de ahorros propios, préstamos bancarios, financiamiento por inversionistas, entre otros. Cada una tiene sus propias ventajas, desventajas y costes. Quien busque financiamiento tiene la opción de elegir la opción más adecuada para él y su negocio. (Ruano, 2022)

# **CAPÍTULO 1**

## **1. DESCRIPCIÓN DEL TERRITORIO**

### **1.1 Ubicación del territorio**

La parroquia Chaucha está ubicada en el cantón Cuenca, provincia del Azuay, en la zona suroeste de la ciudad de Cuenca, Chaucha forma parte de la zona sub andina de la cordillera occidental de los Andes y cuenta con una gradiente altitudinal que va desde los 600 m.s.n.m. hasta los 4.500 msnm (GAD Chaucha, 2019)

La parroquia, limita: al norte con la parroquia Molleturo, al sur con la parroquia Zhaglli, al este con las parroquias San Joaquín y Baños, al oeste con la parroquia Carmen de Pijilí. (Espinoza, 2015). Está conformada por 22 comunidades: Tangeo, Pichilcay, Cascajo, Pimo, Can-can, Habas, Angas, Gur-gur, Naranjos, San José, San Antonio, Cedro, Zhin-alto, Llano largo, Coca, Tío, Polo, Yubar potreo, Baños yunga, Sucus, Salavina y su cabecera parroquial San Gabriel.

De acuerdo a los datos censales, la población al año 2022 cuenta con 1.721 habitantes, distribuidos en 793 hombres y 928 mujeres, lo que representa el 46.1% y 53.9% de la población total. (INEC (Instituto nacional de estadísticas y censos), 2022)

## Figura 1

Mapa de la parroquia Chaucha



Fuente: Google Earth

## 1.2. Caracterización biofísica, social, cultural y económica

### 1.2.1. Caracterización biofísica

#### Clima

La parroquia Chaucha posee una variedad rangos altitudinales que van desde los 600 m.s.n.m. hasta los 3.500 m.s.n.m. Este rango altitudinal genera una gran variedad de climas. El clima frío se encuentra en las comunidades de Tangeo, Cascajo, Pimo, Can-Can y Angas; el clima templado en las comunidades de Gur-gur, San Antonio, Naranjos, San José, Zhin-alto, Llano Largo, Cedro, Coca, San Gabriel, Tío, Yubar Potrero, Polo y Sucus; y el clima tropical semi húmedo se encuentra en la comunidad de Salavina.

#### Hidrografía

La hidrografía en la parroquia Chaucha está constituida por lagunas, vertientes y ríos que desembocan tanto en el Océano Pacífico como en el Océano Atlántico.

Las lagunas más sobresalientes: Napalé y Angas, se encuentran ubicadas en la comunidad de Angas. Los ríos Angas, Pita, Jerez, Canoas, Malacatus y Pingullo, en su trayecto se unen a otras vertientes y reciben el nombre de río Chaucha, posteriormente de río Balao, cuya desembocadura es en el Océano Pacífico. Mientras que el río Gal-gal nace de los páramos de los sectores de Can-can y Pimo, luego se une al río Yanuncay, cuya desembocadura es en el Océano Atlántico.

### Cobertura y uso del suelo

Chaucha posee una gran extensión de áreas naturales, que son espacios de bosque, arbustos, páramos y la presencia de variedades vegetales, esto está relacionado directamente a factores de clima, temperatura, suelo, entre otros. También hay espacios que están destinados para actividades agro productivas, como la agricultura y espacios para pastoreo que se han ido extendiendo por la intervención humana.

### Flora

Debido a su ubicación geográfica, clima, temperatura, suelo, entre otros factores, en la parroquia chaucha, existe una gran variedad de especies vegetales, distribuidas en diferentes comunidades.

### Tabla 1

Especies vegetales de diferentes comunidades, Parroquia Chaucha

Comunidad	Nombre común	Nombre científico
Cascajo, Pimo, Can-Can, Tangeo, Angas	-Paja -Valeriana -Quinoa o árbol de papel -Chuquiragua	-Festuca -Valeriana officinalis -Polylepis incana -Chuquiragua insignis
San Antonio, Gur-gur, Naranjos, Llano largo, Zhin-alto, Cedro, San Gabriel	-Jigua -Motilón -Laurel	-Nectandra spp -Hieronyma macrocarpa -Cordia alliodora
Coca, Yubar-potrero, Polo, San José, Baños-yunga, Tío, Sucus.	-Matapalo -Palma de cera	--Ceraxylon sp
Salavina	-Balsa -Copal -Pambil	-Heliocarpus americanus -trattinnickia glaziovii

Fuente: (Espinoza, 2015)

## Fauna

Debido a factores climáticos, vegetación, entre otros, en la parroquia Chaucha existen algunas especies de animales nativos, mismos que se localizan en diferentes comunidades.

**Tabla 2**

Especies animales de la Parroquia Chaucha

Comunidad	Nombre común	Nombre Científico
Angas, San Antonio	-Raposo	-Pseudalopex CUIpaeus
	-Conejo	-Sylvilagus Andinus
	-Venado colorado	-Mazama rufina
	-Garrapatero	-Agelaius xanthophthalmus
Naranjos, San José	-Guatusa	-Dasyprocta Fuliginosa
Tío, Polo	-Guanta	-Cuniculos Paca
	-Loro pico rojo	-Pionus sordidus
Sucus, Salavina	-Culebra X	-Botrocophias micro phthalmus
	-Gallinazo	-Coragys atratus

Fuente: (ZOO BIOPARQUE AMARU, 2023)

### 1.2.2. Caracterización Social

#### Educación

La parroquia Chaucha cuenta con 11 escuelas unidocentes, ubicadas en diferentes comunidades, cada una de ellas poseen infraestructura educativa a nivel primario y una unidad educativa ubicada en el centro parroquial, ofrece estudios desde inicial hasta el bachillerato.

La unidad educativa San Gabriel es la institución más grande de Chaucha, tiene 200 estudiantes inscritos, 11 profesores y es la única que oferta el bachillerato. La mitad de los maestros son oriundos de la parroquia, y conocen la realidad de los estudiantes. (Mazza, 2021)

#### Analfabetismo

El 80% de la población saben leer y escribir y presentan una proporción similar por sexo, esto quiere decir que el 40% son hombres y el 40% mujeres que si saben leer y escribir; mientras que el 20% de la población no saben leer ni escribir de los cuales la mayoría son mujeres analfabetas con un 12% y el 8% hombres (Naula, 2018).

**Tabla 3****Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas de Chaucha (educación)**

<b>Educación</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las comunidades cuentan con infraestructura educativa de nivel primario</li> <li>Existe una Unidad educativa en el Centro parroquial que ofrece niveles educativos desde Inicial hasta el bachillerato.</li> <li>Existen Comités de Padres de Familia en todas las escuelas y Unidad Educativa.</li> <li>Existe un Hogar Juvenil que acoge a los jóvenes que vienen a estudiar en la Unidad Educativa desde las Comunidades lejanas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No existen suficientes materiales pedagógicos para fortalecer la enseñanza.</li> <li>No existe transporte para los niños y jóvenes que llegan de comunidades lejanas a la Unidad Educativa.</li> <li>Poco interés en padres de Familia por mejorar infraestructura de la Unidad Educativa.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con el apoyo del GAD parroquial para la educación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crisis económica a nivel nacional.</li> <li>Alto índice de migración.</li> <li>Bajo interés de la población en continuar con los estudios.</li> </ul>

**Nota:** esta información es en base a conocimiento propio del autor

**Salud**

En cuanto a salud, Chaucha posee un centro de salud tipo “A”, mismo que se encuentra ubicado en el centro parroquia San Gabriel, ofrece atención de lunes a viernes en horarios de 8:00 a.m a 17 horas y en casos de emergencia las 24 horas. Dentro de sus servicios está: odontología, medicina general, vacunación y visitas a los diferentes domicilios de la parroquia.

Una situación difícil que afronta en esta área, es la falta de farmacias, la población depende únicamente de la medicina que ofrece el ministerio de salud y que en muchos veces esta es escasa. Debido a esta situación muchas personas salen a las ciudades cercanas para abastecer su necesidad.

**Tabla 4****Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas de Chaucha (salud)**

<b>Salud</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existe un centro de salud Tipo A, cuenta con equipamiento básico y se encuentra ubicado en el centro parroquial.</li> <li>Existen personas que poseen conocimientos en medicina ancestral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No hay la suficiente medicina en el centro de salud.</li> <li>Alto índice de desnutrición.</li> <li>Agua no apta para el consumo humano</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con el servicio de ambulancia del cuerpo de bomberos para cualquier emergencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de farmacias.</li> <li>Escasos recursos económicos para el tratamiento de enfermedades crónicas</li> </ul>

**Nota:** información en base a conocimiento propio del autor

### 1.2.3 Caracterización Cultural

Chaucha se caracteriza por sus fiestas de aspecto religioso, cada comunidad celebra sus fiestas en honor al Santo de su devoción en diferentes épocas del año. Durante el desarrollo de las fiestas se llevan cabo actividades religiosas, deportivas y juegos tradicionales como: palo encebado, ollas encantadas, torneo de cintas entre otras. A continuación se detalla en el cuadro las fiestas patronales por comunidad.

La población de la parroquia Chaucha, practica la religión católica. Las comunidades de San Gabriel, San Antonio, Cascajo, Pichilcay, Angas, tienen sus respectivos patronos religiosos, quienes son venerados cada año en la iglesia de su localidad. El 29 de septiembre, veneran al patrono de la comunidad de San Gabriel, mientras que, el 13 de junio veneran al patrono de San Antonio, el 19 de marzo veneran al patrono de San José de Angas. En estas fiestas, se realizan actividades deportivas y culturales como: la celebración de la santa misa, juegos de indoor-fútbol, ecuavóley, danzas folklóricas, comida típica, y juegos pirotécnicos. Respecto a la comida típica, los platos que se preparan en la parroquia Chaucha son: caldo de gallina criolla, cuy asado, chanco, mote pillo, cuchi chaquis, y en bebidas, los lugareños brindan aguardiente, guarapo, que son fabricados en las mismas comunidades de San Antonio, San Gabriel, Naranjos. (Espinoza J. , 2015)

**Tabla 5**

Fiestas patronales de parroquia Chaucha

<b>Comunidad</b>	<b>Santo que celebran</b>	<b>Mes de celebración</b>
Angas	San José	Marzo (3 días)
San Antonio	San Antonio	Junio (3 días)
Zhin-alto	San Pedro	Junio (2 días)
Naranjos	Virgen del Cisne	Agosto (1 día)
Habas	Virgen de la Nube	Septiembre (3 días)
San Gabriel	Arcángel Gabriel	Septiembre (3 días)
Cedro	Virgen del Cisne	Septiembre (2 días)
Polo	Santa Mariana de Jesús	Octubre (2 días)

**Nota:** Información en base a conocimiento propio del autor

## Figura 2

Danza folclórica. Fiestas de San Antonio



**Nota:** fotografía realizada por el autor durante las fiestas patronales

### 1.2.4 Caracterización económica

Las principales actividades económicas que se desarrollan en la parroquia Chaucha son: agricultura, ganadería y pequeños comercios, siendo éstas las principales fuentes de ingreso que permiten la subsistencia de los habitantes.

#### Agricultura

La gran parte de la agricultura es destinada para el autoconsumo. Para llevar a cabo las actividades agrícolas, los campesinos de Chaucha, utilizan la mano de obra familiar, y la fuerza animal para el cultivo de la tierra. (Espinoza J. , 2015)

La tecnología aplicada en la actividad agrícola es generalmente tradicional esto se refiere a que se realizan tareas de preparación manual de la tierra, sembrado, aporque, deshierbe, cosecha y se repite el proceso. La tecnología aplicada en la actividad agrícola en la zona alta y media es tradicional, utilizan semillas propias seleccionadas y obtenidas



de la cosecha anterior, en el caso de la zona baja la tecnología aplicada es tradicional y semitecnificada. (López M. , 2018)

Gracias a la variedad de climas que se presenta en la parroquia Chaucha, existen diferentes productos adaptados en cada comunidad de acuerdo a su clima, siendo los principales productos: papa, maíz, guineo, frutas cítricas y hortalizas.

“La gran parte de la agricultura es destinada para el autoconsumo. Para llevar a cabo las actividades agrícolas, los campesinos de Chaucha, utilizan la mano de obra familiar, y la fuerza animal para el cultivo de la tierra” (Espinoza J. , 2015)

La tecnología aplicada en la actividad agrícola es generalmente tradicional esto se refiere a que se realizan tareas de preparación manual de la tierra, sembrado, aporque, deshierbe, cosecha y se repite el proceso. La tecnología aplicada en la actividad agrícola en la zona alta y media es tradicional, utilizan semillas propias seleccionadas y obtenidas de la cosecha anterior, en el caso de la zona baja la tecnología aplicada es tradicional y semitecnificada. (López M. , 2018)

Gracias a la variedad de climas que se presenta en la parroquia Chaucha, existen diferentes productos adaptados en cada comunidad de acuerdo a su clima, siendo los principales productos: papa, maíz, guineo, frutas cítricas y hortalizas.

### **Figura 3**

Cultivo de maíz, comunidad San Antonio



**Nota:** fotografía realizada por el autor

### **Ganadería**

Actualmente, un gran número de la población de Chaucha está dedicada a la actividad ganadera, en las comunidades de Cascajo, Tangeo, Pimo y Habas se dedican a la crianza de ganado bovino y vacuno de producción lechera, para luego ser comercializada a las fábricas de lácteos, también elaboran queso, estos son vendidos dentro de la parroquia y en diferentes mercados de la ciudad de Cuenca. Por otro lado, en las comunidades de San Antonio, San Gabriel, Zhin-alto, Cedro, Baños Yunga y Salavina se dedican a la crianza de ganado porcino y vacuno de carne, siendo esta una de las actividades que generan mayores ingresos económicos para las familias de la parroquia.

#### Figura 4

Crianza de ganado porcino, comunidad San Antonio



**Nota:** fotografía realizada por el autor

#### Tabla 6

Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas de Chaucha (producción y economía)

Producción y economía	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen áreas ganaderas para la producción de leche y carne.</li> <li>Los terrenos son fértiles, aptos para la producción agropecuaria.</li> <li>La mayoría de las familias se dedican a la crianza de animales menores.</li> <li>Existen cultivos de diferentes productos como: maíz, fréjol, tubérculos, frutas y hortalizas que son utilizadas mayormente para el auto consumo y en pequeñas cantidades para el comercio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de sistemas de riego para el área ganadera y agropecuaria.</li> <li>Falta de tecnificación en la actividad agropecuaria.</li> <li>Baja calidad de animales mayores y menores.</li> <li>Jóvenes poco interesados en la actividad agrícola.</li> <li>No existen actividades artesanales.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de abonos de abonos orgánicos.</li> <li>Implementar proyectos de riego.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La distancia a los mercados impide a que la gente produzca en mayor cantidad.</li> <li>La deforestación.</li> </ul>

**Nota:** información en base a conocimiento propio del autor

### 1.3 Matriz de Stakeholders

**Tabla 7**

Actores involucrados de la propuesta

Nombre	Registro de interesados		Categoría	Plan de acción para los interesados	
	Rol	Requerimientos y expectativas		Prioridad	Estratégica de acción
-Telmo Romero -Walter sigua	Propietarios del terreno donde se enfoca el diseño de la propuesta de creación de un restaurante.	Demuestran interés y desean invertir en su terreno para construir un servicio de atención a las personas que llegan a disfrutar de las aguas termales del sector.	Peligroso	Media	Desarrollar el diseño de la propuesta, darles a conocer y establecer una alianza de manera que beneficie para las dos partes.
Roque Vera	Vecino	Es propietario de un terreno donde tiene fuentes de aguas termales, recibe constantes visitas, pero no cuenta con espacios adecuados.	Inactivo	Baja	Mantener un diálogo abierto y honesto para lograr una alianza exitosa. Planificar y establecer actividades turísticas que generen beneficios en común.
Luis Sigua	Líder comunitario	Busca mejoras para su comunidad.	Discrecional	Baja	Involucrar a personas interesadas de su comunidad a que sean partícipes de la propuesta y así se sientan motivados en crear pequeños emprendimientos que puedan aportar al desarrollo de la localidad.
Cornelio Bune	Propietario de una pequeña granja porcina	Desea comercializar sus productos.	Demandante	Baja	Integrarle dentro de la propuesta y tomar en cuenta su producto para

					sea consumido en el mismo sector.
Angelita Sigua	Fabricante artesanal de vinos	Quiero que su producto se dé a conocer a más consumidores y se comercialice en mayor cantidad.	Demandante	Baja	Establecer alianzas y compartir promociones tanto de su producto como del servicio.
Rodrigo Cortez	Presidente GAD Chaucha	Busca desarrollar proyectos para el bienestar económico y social de su parroquia.	Discrecional	Baja	Mantener una buena comunicación, de manera que podamos intercambiar información necesaria para el desarrollo de nuestros proyectos.

**Nota:** información en base a conocimiento propio del autor

## 1.4 Diagnóstico turístico


Chaucha es una parroquia que posee diversidad de paisajes, recursos naturales como lagunas, cascadas, miradores y aguas termales que son visitados por aventureros que dicen encontrar la calma al estar en contacto con la madre naturaleza. Sin embargo, estos recursos no han sido aprovechados lo suficiente en el turismo, hay escasez de servicios de alimentación, alojamiento y transporte.

### 1.4.1 Oferta

#### Catastro de prestadores de servicio

##### Tabla 8


Servicio de alojamiento, alimentos y bebidas en la comunidad de Angas.

Ficha	Número 1
	
<b>Nombre del servicio:</b>	Estancia Los Arrieros
<b>Tipo:</b>	Alojamiento
<b>Subtipo:</b>	Refugio y restaurante
<b>Dirección:</b>	Caserío Angas, Chaucha junto a la vía principal
<b>Propietario:</b>	
<b>Contacto:</b>	0959996295

**Nota:** información en base a conocimiento propio del autor

## Tabla 9

### Servicio de alimentos y bebidas en la comunidad de San Gabriel

Ficha	Número 2
	
<b>Nombre del servicio:</b>	Comedor San Gabriel
<b>Tipo:</b>	Alimentos y bebidas
<b>Subtipo:</b>	Restaurante
<b>Dirección:</b>	Caserío San Gabriel, Chaucha frente al GAD parroquial
<b>Propietario:</b>	Sr. Jorge Quinde
<b>Contacto:</b>	0994358218

**Nota:** información en base a conocimiento propio del autor

## Tabla 10

### Servicio de alimentos y bebidas en la comunidad de San Gabriel

Ficha	Número 3
-------	----------



<b>Nombre del servicio:</b>	Restaurante Alicia
<b>Tipo:</b>	Alimentos y bebidas
<b>Subtipo:</b>	Restaurante
<b>Dirección:</b>	Caserío San Gabriel, Chaucha frente a la plaza central
<b>Propietario:</b>	Sra. Alicia Fajardo
<b>Contacto:</b>	0992152426

**Nota:** esta tabla contiene información en base a conocimiento propio del autor

### Tabla 11

#### Servicio de alimentos y bebidas en la comunidad de San Gabriel

<b>Ficha</b>	<b>Número 4</b>
--------------	-----------------



<b>Nombre del servicio:</b>	Restaurante Narcy
<b>Tipo:</b>	Alimentos y bebidas
<b>Subtipo:</b>	Restaurante

<b>Dirección:</b>	Caserío San Gabriel, Chaucha a lado de la iglesia central
<b>Propietario:</b>	Sra. Narcisa Bermeo
<b>Contacto:</b>	

**Nota:** esta tabla contiene información en base a conocimiento propio del autor

## Servicio de transporte

Para llegar hacia la parroquia chaucha se cuenta con el servicio de transporte público de la empresa Occitrans, la misma que brinda su servicio un turno diario partiendo desde Cuenca a las 6:30 a.m. recorre por la vía soldados y llega hasta la cabecera parroquial San Gabriel, tardando 4 horas de recorrido y retorna desde Chaucha hacia Cuenca a las 12 p.m. su tarifa básica es de cinco dólares y varía de acuerdo a la distancia de que viajen los pasajeros. Mientras que para trasladarse desde y hacia la zona de la costa, los viajeros utilizan el servicio de alquiler de camionetas de transporte mixto, vehículos particulares y motocicletas.

### Figura 5

Transporte Público



Fuente: Facebook, compañía de transporte Occidental Occitrans C.A

En el trayecto de la ruta Cuenca – Chaucha se puede contemplar de la belleza paisajística que ofrece su entorno, como también de diferentes espacios atractivos que pueden ser visitados ya sea en grupos de amigos o con familia.



## Figura 6

### Ruta Cuenca-Chaucha




Fuente: Google Earth

## Inventario de atractivos turísticos

Tabla 12


### Recursos naturales- laguna Napalé

Ficha: Número 1		
<b>Fotografía:</b> 	<b>Nombre del atractivo:</b> Laguna Napalé	<b>Descripción:</b> Esta laguna se encuentra ubicada junto a la vía principal Chaucha-Cuenca a unos 3.965 m.s.n.m., es muy visitada por turistas y aventureros
	<b>Categoría:</b> Natural	
	<b>Tipo:</b> Ambientes Lacustres	
	<b>Subtipo:</b> Laguna	
<b>Provincia:</b> Azuay	<b>Jerarquización:</b> Recurso	<b>Amenazas:</b> Contaminación a los alrededores por parte de los visitantes.
<b>Cantón:</b> Cuenca	<b>Estado del atractivo:</b> Poco cuidado	
<b>Localidad:</b> caserío Angas, Chaucha	<b>Nivel de accesibilidad:</b> Muy accesible	

**Nota:** esta tabla contiene información de su estado actual

**Tabla 13**

Recursos naturales- cascada Jerez


<b>Ficha:</b> Número 2		
<b>Fotografía:</b> 	<b>Nombre del atractivo:</b> Cascada Jerez	<b>Descripción:</b> Este interesante recurso natural se encuentra ubicado en el sector Jerez, comunidad de Angas a unos 20 minutos de la vía principal. Está rodeado de abundante vegetación nativa, es un lugar ideal para estar en contacto con la naturaleza.
	<b>Categoría:</b> Natural	
	<b>Tipo:</b> Río	
	<b>Subtipo:</b> Cascada	<b>Amenazas:</b> Contaminación en el espacio por parte de los visitantes
<b>Provincia:</b> Azuay	<b>Jerarquización:</b> Recurso	
<b>Cantón:</b> Cuenca	<b>Estado del atractivo:</b> Poco cuidado	
<b>Localidad:</b> Angas	<b>Nivel de accesibilidad:</b> Medio accesible	

**Nota:** esta tabla contiene información de su estado actual

**Tabla 14**

Recurso natural- aguas calientes


<b>Ficha:</b> Número 3		
<b>Fotografía:</b>	<b>Nombre del atractivo:</b> Aguas calientes	<b>Descripción:</b> Estas fuentes de aguas termales se encuentran ubicadas en el sector sucus, a orillas del río Chaucha, a unos 600 m.s.n.m., se cree que provienen del volcán Patawasi, muchos consideran que posee propiedades curativas.
	<b>Categoría:</b> Natural	
	<b>Tipo:</b> Aguas subterráneas	
	<b>Subtipo:</b> Manantial de agua termal	<b>Amenazas:</b>

		Concesión de zonas mineras a su alrededor
<b>Provincia:</b> Azuay	<b>Jerarquización:</b> Recurso	
<b>Cantón:</b> Cuenca	<b>Estado del atractivo:</b> Se encuentra en estado natural, no existe ninguna modificación	
<b>Localidad:</b> Sucus	<b>Nivel de accesibilidad:</b> Medio accesible	

**Nota:** esta tabla contiene información acerca de su estado actual

## Tabla 15


### Recurso natural- cerro Patawasí

<b>Ficha:</b> Número 4		
	<b>Nombre del atractivo:</b> Cerro Patawasí	<b>Descripción:</b> Es un mirador natural, desde su cima se puede observar paisajes tanto de la costa como de la sierra. Se encuentra a unos 2462 m.s.n.m.
	<b>Categoría:</b> Natural	
	<b>Tipo:</b> Montaña	
	<b>Subtipo:</b> Baja montaña	
<b>Provincia:</b> Azuay	<b>Jerarquización:</b> Recurso	<b>Amenazas:</b> Deforestación y quema de arbustos
<b>Cantón:</b> Cuenca	<b>Estado del atractivo:</b> Abandonado	
<b>Localidad:</b> Baños Yunga	<b>Nivel de accesibilidad:</b> Difícil acceso	

**Nota:** esta tabla contiene información acerca del estado actual

**Tabla 16**

Recurso cultural - tradiciones religiosas de Chaucha

Ficha: Número 5		
<b>Fotografía.</b> 	<b>Nombre del atractivo:</b> Fiestas patronales	<b>Descripción:</b> La mayor parte de la población de la parroquia Chaucha es de religión católica, por tal motivo cada una de sus comunidades celebran sus fiestas religiosas en honor al patrono de su devoción, dentro de estas fiestas se destacan algunas tradiciones populares, deportes y la gastronomía local.
	<b>Categoría:</b> Manifestación cultural	
	<b>Tipo:</b> Acervo cultural y religioso	
	<b>Subtipo:</b> Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	
<b>Provincia:</b> Azuay	<b>Jerarquización:</b> Recurso	<b>Amenazas:</b>  Influencia de otras sectas
<b>Cantón:</b> Cuenca	<b>Estado del atractivo:</b> Conservado	
<b>Localidad:</b> Chaucha	<b>Nivel de accesibilidad:</b> Muy accesible	

**Nota:** esta tabla contiene información acerca de las manifestaciones religiosas que se desarrollan en la parroquia

### 1.4.2 Demanda de visitantes

Chaucha es una parroquia que cuenta con una diversidad de recursos naturales. Sin embargo, estos aún no han podido ser aprovechados de alguna manera que pueda atraer a un mayor número de visitantes, entre las dificultades que se manifiestan en la parroquia e impide a tener visitas, es la distancia desde la zona urbana, como también el mal estado de la vía principal, la falta de servicios de atención al cliente, entre otros factores.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA**

La propuesta para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana en la comunidad Sucus de la parroquia Chaucha, pretende ofrecer a sus clientes una variedad de platos tradicionales, platos fuertes, postres, jugos y bebidas elaboradas a base de ingredientes que son producidos dentro de la zona que se pueden tener al alcance en diferentes temporadas del año.

A través de esta propuesta se busca atraer más visitantes para el sector, tener clientes satisfechos y sobre todo dinamizar la economía local, partiendo desde un diseño que involucra a actores interesados de la comunidad.

En cuanto a la presentación de las cartas, estará basado en una lista de platos tradicionales de la localidad, mismos que estarán preparados con algunos secretos de la cocina ancestral.

Para la adecuación de la cocina se busca crear un espacio rústico, que resalte la arquitectura del territorio y que cumpla con estándares de calidad.

#### **2.2 Gestión de calidad**

##### **2.2.1 Concepto y visión del restaurante:**

El restaurante de comida típica se especializa en ofrecer platos tradicionales de la localidad, busca preservar y promover la cultura culinaria, ofreciendo a los clientes una experiencia auténtica de la gastronomía local. Además, busca destacarse en el servicio de platos utilizando ingredientes y técnicas que caracterizan a la localidad, incluyendo recetas que se han transmitido de generación en generación, así como también adaptaciones modernas de platos tradicionales.

### **2.2.1.1 Tipo de cocina**

La cocina tradicional está muy relacionada con los productos que existen en cada zona, la manera de preparar que cada una de estas posee y la ocasión propia para hacerlo.

Chaucha es reconocida por su gastronomía tradicional, entre los productos que se destacan están el tradicional; cuy asado, caldo de gallina criolla, caldo res, entre otros platos que son preparados en ocasiones especiales como; fiestas patronales, mingas comunitarias y celebraciones especiales. Por ende, la propuesta del tipo de cocina es tradicional, que busca conservar los hábitos gastronómicos con la preparación de aquellos platos que mantienen saberes campesinos, que se han venido transmitiendo de madres a hijas.

### **2.2.1.2 Ambiente**

Para crear una experiencia auténtica y acogedora para los comensales, el ambiente del restaurante se caracteriza por acoger algunos aspectos:

- Decoración temática. La decoración del restaurante refleja la cultura y la identidad de la localidad incluyendo elementos como fotografías, artesanías, utensilios de la cocina tradicional, incluso arquitectura típica.
- Música. Para mejorar el ambiente, el restaurante ofrecerá música tradicional del pueblo, de este modo los comensales se sumergirán en una experiencia más completa.
- Iluminación adecuada. Para que el ambiente sea confortable y relajado, de preferencia, el restaurante optará por el uso de luces suaves.
- Mobiliario y disposición. Para fomentar la convivencia, el restaurante dispondrá de suficientes sillas y mesas grandes para grupos amplios, como también de pequeños rincones para parejas y grupos pequeños.

En conjunto, estos elementos contribuirán a crear un ambiente acogedor y auténtico en el restaurante de comida típica, invitando a los comensales a disfrutar de una experiencia única y memorable.

### **2.2.1.3 Público objetivo**

El público objetivo proviene principalmente de parte de la provincia del Guayas, El Oro y de la zona baja de la provincia del Azuay. Este público busca realizar actividades como sumergirse en las pozas naturales de lodo y aguas calientes, buscando aliviar enfermedades reumáticas y problemas de estrés, ya que estas aguas contienen propiedades curativas, quienes buscan consumir alimentos basados en la sazón tradicional, por lo tanto, se busca un público que este orientado a grupos familiares que gustan consumir de la gastronomía local que ofrece el restaurante a través de diferentes platos que están preparados a base ingredientes propios del lugar, siendo estos mayormente orgánicos (yuca, plátano, maíz, frutas, hortalizas, etc.), como también animales que son criados por familias de la localidad (cuy, tilapia, gallina, chancho).

## **2.2.2 Plan de negocios:**

### **2.2.2.1 Análisis de mercado**

Es importante analizar el tipo de mercado, quienes son las personas que van a consumir. Contar con información confiable permitirá tomar decisiones correctas, previniendo situaciones imprevisibles.

Para realizar el análisis de mercado del restaurante de comida típica se considera los siguientes aspectos:

- **Identificación del público objetivo.** En este aspecto existen clientes potenciales, son aquellas personas que visitan con frecuencia el sector y son interesados de probar la comida local.
- **Competencia.** Al analizar otros restaurantes de comida típica en el sector, se identifica que su presencia es escasa, siendo ésta una oportunidad para conquistar un mercado que está presente.
- **Ubicación.** La ubicación es crucial para el éxito del restaurante, en este caso, es una zona turística, de fácil acceso, ya que se encuentra junto a la vía principal y cuenta con espacio para estacionamiento.
- **Precios y márgenes de beneficio.** Para asegurar que el negocio sea rentable, se determinaran los precios a cobrar por los platos y calcular los márgenes de beneficio.

- Marketing y promoción. Para atraer y retener clientes, el restaurante desarrollará estrategias de publicidad, promociones especiales, entre otros.
- Regulaciones y requisitos legales. Para entrar en operación, el restaurante deberá cumplir con todas las regulaciones y requisitos legales, permiso de salud, normativas laborales, entre otros.

Al realizar un análisis exhaustivo de estos aspectos, se podrá disponer de oportunidades para el restaurante, como también a tomar decisiones más acertadas para el éxito del negocio.

### **2.2.2.2 Estudio de viabilidad**

Para determinar la viabilidad y el potencial éxito del restaurante de comida típica se deberá hacer un estudio cuidadoso aplicando los siguientes pasos:

- Investigación de mercado: identificar al público objetivo y las preferencias de los consumidores.
- Análisis financiero: estimar los costos iniciales del establecimiento, cálculo de costos operativos mensuales, ingresos mensuales basados en las ventas esperadas y los precios de los platos.
- Evaluación de riesgos: identificar posibles riesgos y obstáculos que puedan surgir y desarrollar planes de contingencia para mitigarlos.

Al llevar a cabo un estudio de viabilidad detallado permitirá tener claro los desafíos y oportunidades asociados con la apertura y operación del restaurante.

### **2.2.2.3 Proyecciones financieras**

El costo total de la propuesta es de \$31.000. El 60% de la inversión será cubierta por el propietario del inmueble, y el 40% será financiado a través de un crédito que será adquirido en una entidad financiera para cubrir gastos de equipos de cocina, muebles e instalaciones de agua y luz. Entre las entidades financieras se cuentan con Ban Ecuador, Jardín Azuayo y Ahorrista solidario, ya que ofrecen créditos para emprendedores y con tasas de interés bajas comparado con otras entidades financieras.



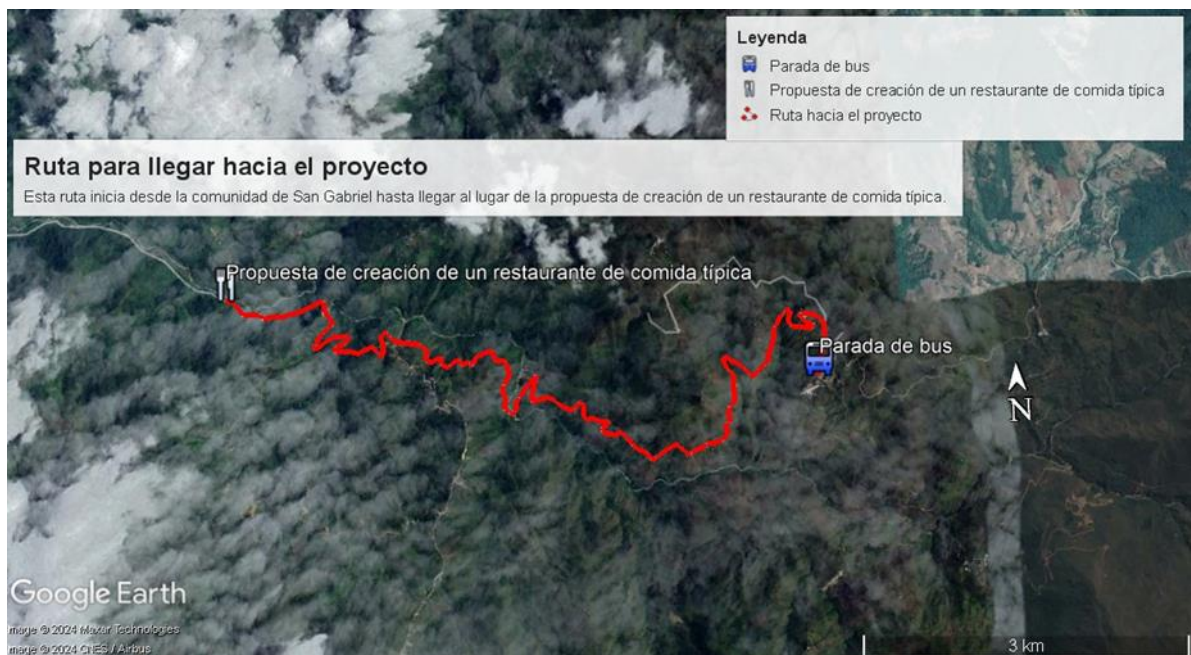
### 2.2.3 Ubicación del local:

La ubicación de un negocio es un factor determinante de la clientela y de su perduración en el mercado, para ello es muy importante analizar la ubicación en la cual va a funcionar para ver si favorece positiva o negativamente al buen funcionamiento, logrando una maximización de la capacidad para atraer clientes. (Sánchez, 2015)

Para llegar hasta el lugar donde se encuentra ubicado, debemos partir desde la comunidad de San Gabriel, para quienes visitan desde la ciudad de Cuenca, por un tiempo aproximado de 30 minutos en vehículos particulares, y para quienes visitan desde las provincias de Guayas y El Oro deben partir desde el recinto San Carlos, por la vía que conduce al recinto Abdón Calderón-Recreo-Iberia, por un tiempo aproximado de 30 minutos.

#### Figura 7

Ruta San Gabriel-Proyecto



Fuente: Google Earth

#### 2.2.3.1 Factores considerados

Para proponer su ubicación se ha tomado en cuenta diferentes factores tales como:

- La vía Chaucha-La Iberia, es una vía principal que comunica a la parroquia con la región Costa y la ciudad de Cuenca.

- El clima, al estar entre las regiones de costa y sierra posee un clima bastante agradable, se puede apreciar la diversidad de flora, es un lugar donde se adaptan productos de ambas regiones.

El lugar donde se ubicará el restaurante es una zona que recibe visitas de familias de la misma parroquia y de otros lugares cercanos, sobre todo los fines de semana y en épocas de feriados, éstas frecuentes visitas se deben a que en el lugar existen fuentes de aguas termales.

### **2.2.3.2 Diseño del espacio**

Tener un buen diseño tanto de interior, como del exterior, es importante para un restaurante, esto garantiza que los clientes pueden disfrutar de una extraordinaria experiencia y sientan el deseo de regresar, no tan solo por la comida y el servicio, sino por el ambiente que ofrece el restaurante.

El diseño para el restaurante contempla lo siguiente:

#### **Dimensiones**

Área del restaurante, 12 m x 9m; cocina, 5m x 3m; cuarto frío, 3m x 2m; cuarto de almacén, 3m x 2m; servicios higiénicos, 2m x 1.5m cada uno; comedor, 6m x 9m; punto de encuentro 6m x 4m; área de estacionamiento de vehículos, 6m x 9m.

#### **Áreas**

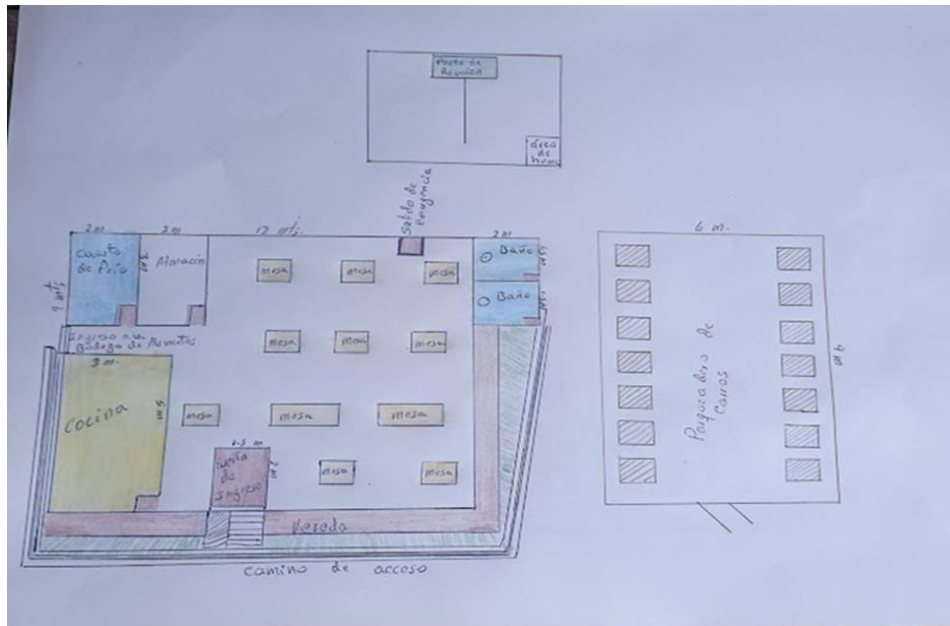
Cocina, cuarto para almacenamiento frío, cuarto de almacén, comedor apto para 58 personas, área de encuentro, servicios higiénicos para damas y caballeros, área de humo, puerta de ingreso principal, salida de emergencia, puerta de ingreso de alimentos, veredas, rampa y área de estacionamiento vehicular apto para 14 vehículos.

#### **Materiales**

Adobe para las paredes principales, ladrillo para el área de cocina, cuarto frío, almacén y baños, para el techo madera y teja, gravilla para el estacionamiento.

## Figura 8

Gráfico de la propuesta de diseño del restaurante



Fuente: gráfico realizado por el autor

### 2.2.4 Recursos Humanos:

Los recursos humanos son la parte más importante de un restaurante, ya que de ellos depende el éxito o el fracaso del negocio. Es por eso, que se debe tener un equipo comprometido y capacitado para asegurar la eficiencia y el buen funcionamiento del restaurante.

En el caso del administrador o dueño juega un papel fundamental, es quien a través de su gestión eficiente garantiza la rentabilidad y durabilidad del negocio.

La presencia de un chef en la cocina es tan importante, es quien posee una serie de conocimientos, habilidades y prácticas culinarias y depende de la preparación de sus platos para que se sumen o reste comensales satisfechos.

Las funciones de un mesero en el restaurante, es de gran importancia, su actividad va más allá de solamente tomar una orden y servir la comida, debe brindar una especial atención al cliente e ir más allá de sus expectativas.

En vista de que la mayor cantidad de visitantes acuden al lugar mayormente los fines de semana, el restaurante brindará su atención sábados y domingos, para ello se acudirá a personas que despeñen en áreas de cocina, administración y servicio de mesero, quienes percibirán una ganancia por día de acuerdo al sueldo básico, mismos que trabajarán 2 días a la semana.

**Tabla 17**

**Sueldos del personal**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo diario</b>	<b>Sueldo mensual</b>
Cocinero/a	\$26.00	\$208.00
Ayudante de cocina	\$19.50	\$156.00
Cajero	\$21.00	\$168.00
Mesero	\$19.50	\$156.00

**Nota:** esta tabla muestra los sueldos que el personal percibiría según su área de trabajo. Están divididos por días en base al sueldo básico mensual.

**Responsabilidades y funciones de cada área**

Es necesario determinar las características y funciones del personal que laborará en el establecimiento, de esa manera podemos lograr un equilibrio de trabajo y cubrir las necesidades laborales que presente el restaurante.

**Dueño/ Gerente**

Será la persona responsable de planificar los objetivos que perseguirá el restaurante, organizar el trabajo de sus colaboradores, dirigir este grupo de individuos, medir su desempeño y tomar medidas correctivas de ser necesario.

**Administrador**

Persona responsable del buen funcionamiento del restaurante en todos los aspectos de infraestructura, servicio y calidad. Coordina y lleva todas las actividades relacionadas con su equipo de trabajo. (Chala, 2021)

**Chef**

Persona encargada de diseñar y planificar el menú en conjunto con el gerente, desarrolla recetas para la elaboración de platos, gestiona el equipo de trabajo y la distribución correcta de las áreas de cocina, supervisa el correcto funcionamiento de la

maquinaria de cocina, realiza inventario sobre la adquisición y uso de la materia prima, mantiene estrictas normas de salud, higiene y seguridad alimentaria. (Porrás, 2019)

### **Ayudante de cocina**

Persona encargada de ayudar al jefe de cocina a preparar el mise en place de los alimentos, preparar y servir los platos del menú, controla e informa la recepción de la materia prima o productos, mantener limpia la cocina, utensilios y herramientas utilizadas, cumplir con normas de higiene y sanidad dispuestas por el establecimiento. (Porrás, 2019)

### **Mesero/limpieza**

Persona encargada de atender al cliente manteniendo el buen trato, mantiene el orden y limpieza del espacio, mesa y sillas. (Porrás, 2019)

#### **2.2.4.1 Selección de personal**

Dentro del proyecto se propone en que se contrate a personal con principios y valores, que estén prestos a trabajar, de preferencia que habiten en la misma zona, como requisitos mínimos, tener conocimientos básicos y con ciertas habilidades en atención al cliente. Esto con la finalidad de activar la economía del sector y que los recursos económicos circulen dentro del mismo. En este caso para la llevar un proceso de selección adecuado se tomará en cuenta algunos pasos:

- Publicación de vacante de empleo en redes sociales.
- Selección de las personas que cumplan con los requisitos solicitados.
- Contratación y delegación de tareas

#### **2.2.4.2 Capacitación**

Las capacitaciones para el personal de trabajo del restaurante estarán bajo la responsabilidad del dueño del restaurante, misma que serán dadas en el momento de su apertura, durante el proceso de su función cada 6 meses, dictadas por instituciones públicas para algunas áreas, en caso de prevención de riesgos se acudirá al cuerpo de bomberos, para higiene alimentaria y personal, centro de salud pública, en lo que es manejo de alimentos estará a cargo del chef que presta sus servicios en el restaurante.

### 2.2.4.3 Políticas de recursos humanos

El uso de políticas para el recurso humano en el restaurante permitirá asegurarse de contar con buenos elementos, mismos que ayudarán a aumentar la productividad del negocio.

Para alcanzar con los objetivos propuestos, el propietario establecerá normas que lleven al manejo adecuado del restaurante:

- Higiene y seguridad alimentaria, dentro de esta política se busca que el personal empleado asista con ropa limpia adecuada para su desempeño en el área asignada, para mantener el buen prestigio del restaurante, en el caso del chef, ayudante de cocina y los meseros deberán mantener su área de trabajo limpia y desinfectada con el fin de evitar problemas contaminación
- Atención al cliente, todo el personal que labore en el restaurante, deberá mantener cortesía y respeto con el fin de que los clientes puedan sentirse a gusto, los meseros deberán manejar bien el tiempo para entregar sus pedidos.

### 2.2.4.4 Menú y oferta gastronómica

Para el restaurante se propone establecer menús fijos impresos en papel laminado, para garantizar la durabilidad, con el respectivo nombre, fotografía y precio del producto, brindando así una mejor información y comodidad para el cliente.

Figura 9

Propuesta de diseño para el menú de restaurante



Fuente: tomado de una plantilla de menú de camva

## **Oferta gastronómica**

Según la propuesta, la gastronomía a ofrecer es variada, es decir que contiene sopas, platos fuertes, postres, bebidas calientes y frías, basada en ingredientes propios de la zona.

El menú se estructurará de la siguiente manera:

Desayunos, almuerzos, platos especiales, postres, bebidas calientes y frías.

- Los desayunos están contemplados de las siguientes opciones:

1. Bolón más bebida caliente, en las bebidas tiene opción a café, chocolate o agua aromática.

2. Tigrillo más bebida caliente opcional.

- Almuerzos:

Sopa o caldo, seco, jugo y postre. Cada uno de ellos son opcionales

- Sopa de repe, caldo de pata, caldo de bola y caldo de res.

- Seco de pollo y seco de carne

- Jugo de naranja, papaya, tomate y naranjilla.

- Postre: miel de caña con quesillo, manjar de papa china, pastel de camote y arroz con leche.

- Platos especiales:

- Cuy asado

- Tilapia frita o asada

- Trucha frita o asada

- **Opciones de desayuno**

## Figura 10

### Bolón de verde



Fuente: receta bolón de verde GoRaymi

Es un alimento tradicional muy conocido en la gastronomía de la costa ecuatoriana que se consume mayormente en el desayuno acompañado de un café, también se puede servir de entrada o de acompañante, su preparación puede estar combinada de queso o chicharrón, su principal ingrediente es el plátano verde, conocido también como plátano macho.

## Figura 11

### Comida tradicional ecuatoriana- el tigrillo



Fuente: comida tigri-shrimp

Es un plato muy conocido en la gastronomía ecuatoriana, consiste en un revuelto de plátano verde cocinado, se añade queso, huevo y cebolla colorada al gusto.

- **Platos especiales**

Dentro de estas opciones se encuentran platos que son consumidos de



manera muy tradicional y en celebraciones especiales.

### **Figura 12**

Cuy asado



**Fuente:** El comercio

Es un plato típico de la gastronomía andina, muy apetecido por las familias ecuatorianas, va siempre acompañado de papas, mote y ensalada.

### **Figura 13**

Tilapia frita



**Fuente:** Facebook / tilapia frita

Este plato es muy conocido y consumido mayormente en la zona costanera, contiene un sabor muy agradable, se consume acompañado de yuca, patacones y ensalada.

## Figura 14

Trucha frita



Fuente: Depositphotos/imágenes de trucha frita

Plato tradicional de la región andina, es un alimento nutritivo y saludable de sabor exquisito, se consume acompañado de arroz con menestra y ensalada.

- **Almuerzos**

Siendo esta la opción que más se consume, presenta diferentes platos como:

## Figura 15

Sopa de repe



Fuente: orígenes Ecuador

Esta sopa es muy conocida en la provincia de Loja, contiene un delicioso sabor, en nuestra zona se prepara con el guineo conocido con el mismo nombre, se sirve acompañado de queso.

### **Caldo de pata**

Es un plato muy tradicional, consumido desde muchos años, está preparado con las patas de res, acompañado de granos secos como mote, haba, garbanzo y verduras.

### **Caldo de bola**

Es un plato delicioso mayormente consumido en la costa ecuatoriana, contiene carne de res, verde y vegetales, su nombre se debe a que lleva bolas hechas de verde majado y por dentro carne de costilla de res.

### **Caldo de res**

Es un plato muy tradicional dentro de la cultura gastronómica de nuestro sector, se consume en fiestas populares de cada pueblo, este contiene carne de res acompañado de yuca o verde.

### **Jugos**

Son bebidas frías que están preparadas básicamente con frutas como tomate, papaya, naranja y naranjilla, estas se consiguen en el territorio en diferentes temporadas.

### **Postres**

Son preparaciones muy tradicionales dentro del sector que se consumen en épocas con motivos especiales, como carnaval, semana santa entre otras celebraciones, están elaborados a base de productos que son cultivados por las familias locales.

### **Bebidas calientes:**

Café, es un producto de gran consumo. Actualmente, existen en la parroquia asociaciones que se dedican la producción y buscan expandirse en el mercado, como es el caso de café Patawasi y café San Gabriel.

**Chocolate**, es una bebida que contiene alto valor nutritivo, Chaucha al ubicarse entre la región costa y sierra tiene la facilidad de adquirir este producto, actualmente se desarrollan emprendimientos a base de este producto, como es chocolate Patawasí.

**Aguas aromáticas**, están preparadas a base de plantas medicinales que han sido consumidas desde mucho tiempo atrás, en algunas ocasiones han sido utilizadas con fines curativos.

#### **2.2.4.5 Servicio al cliente**

Para ofrecer una experiencia memorable y satisfactoria a los comensales, el restaurante brindará un servicio de calidad siguiendo los siguientes pasos:

- Cordialidad y amabilidad. El personal del restaurante recibirá a los clientes con una sonrisa y un saludo cálido. La amabilidad y la cortesía son fundamentales para crear un ambiente acogedor y confortable desde el momento en que los clientes ingresan al restaurante.
- Conocimiento del menú. El personal deberá estar bien informado sobre los platos típicos que se ofrecen en el restaurante, así como los ingredientes y las preparaciones. Deben poder responder preguntas y ofrecer recomendaciones a los clientes que estén indecisos.
- Eficacia y rapidez. El personal deberá ser ágil y eficiente, ya que los clientes aprecian recibir sus órdenes en un tiempo razonable sin sacrificar la calidad de la comida.
- Atención a los detalles. Con el fin de marcar la diferencia en la experiencia del cliente, el personal deberá asegurarse de mantener la mesas limpias y ordenadas, como también de servir los platos a la temperatura adecuada y estar atentos a las necesidades de los clientes.
- Resolución de problemas. En caso de surgir quejas o problemas por parte de los clientes, el personal deberá estar preparado para abordar de manera rápida y efectiva, ofreciendo soluciones y disculpas si es necesario.

- Despedida y agradecimiento. Al final de la comida, el personal despedirá a los clientes con cortesía, agradeciéndole por su visita y expresando el deseo de volver a tenerlos nuevamente en el restaurante.

### 2.2.5 Adquisición de equipos y suministros:

Al ejecutarse la propuesta de la creación del restaurante, se plantea que los equipos y suministros a ser utilizados sean adquiridos de un almacén que ofrezca garantía de sus productos, esto con la finalidad de que los alimentos a ser ofrecidos dentro del restaurante garanticen la calidad y el sabor exquisito de los platos.

#### 2.2.5.1 Equipamiento de cocina

La cocina es un lugar muy especial del restaurante, es el espacio donde se planifica y elabora los platos para el deleite de los clientes.

En cuanto al equipamiento, la cocina debe contar con utensilios esenciales y adecuados para la preparación de los diferentes platos.

Para la ejecución de la propuesta se considera que es necesario adquirir algunos utensilios de buena calidad, a precios económicos y que presenten garantía por parte del proveedor.

**Tabla 18**

Suministros de cocina

Equipos	Cantidad	Precio unitario	Total
Extractor de olores	1	\$300	\$300
Cocina industrial	1	\$500	\$500
Refrigeradora	2	\$500	\$1000
Congelador	1	\$800	\$800
Micro ondas	1	\$100	\$100
Licuadaora	2	\$120	\$240
Mesa de trabajo	1	\$800	\$800
Asador de carbón	1	\$200	\$200
Olla de presión	2	\$80	\$160
Olla grande	3	\$100	\$300
Olla mediana	3	\$70	\$210
Cucharón	2	\$20	\$40
Cucharetas pequeñas	2	\$10	\$20
Cuchillo profesional	2	\$50	\$100
Cuchillo de apoyo	3	\$5	\$15

Tablas para picar	5	\$10	\$50
Sartén	2	\$20	\$40
Paila	2	\$30	\$60
Batidora	1	\$250	\$250
Bandejas	4	\$10	\$40
Mantel	5	\$2	\$10
Set de vajillas	60	\$5	\$300
Vasos	60	\$1	\$60
Set de cubiertos	60	\$3	\$180
Envases para ensaladas	4	\$5	\$20
Jarras	5	\$5	\$25
Total			\$5,720

**Nota:** esta tabla contiene precios aproximados de los utensilios de cocina

### 2.2.5.2 Proveedores

Adquirir productos de territorio tiene sus valores, el hecho de que estén cercanos y sean mucho más frescos, es mejor que comprar afuera, siempre cuando estos sean de calidad, tienen su valor añadido.

En cuanto al desarrollo de la propuesta, se pretende que los ingredientes con los que se elaboren los platos sean adquiridos de las familias que viven en el territorio, esto con la finalidad de apoyar a pequeños emprendimientos y motivar a que produzcan en mayor cantidad, aplicando técnicas de mejor calidad. Para lo cual, se plantea acuerdos:

- Comunicar con claridad las necesidades del restaurante y que se entienda bien claro las condiciones y acuerdo por las dos partes.
- Que los pagos por los productos sean puntuales.
- En caso de resultar malo algún producto, que el proveedor lo pueda recompensar
- Que el proveedor se comprometa a entregar su producto de manera puntual, en caso de no poder hacerlo, que comunique al menos con 24 horas de anticipación.
- Que el proveedor esté siempre presto a brindar un producto de buena calidad y en todo momento que se lo pida.

Con el afán de dinamizar la economía local se propone adquirir mayormente los productos a proveedores de la comunidad involucrada.

- Proveedor de productos de primera necesidad. Tienda de propiedad de la Señora Susana Cabrera.
- Carnes de pollo y cerdo. Sr Cornelio Bune

- Plátanos, yuca, frutas y tilapia Sr. Justo Macao
- Cuy y café Sra. Elsa macao

### **2.2.6 Sostenibilidad y responsabilidad social:**

Para que la presente propuesta actúe con responsabilidad social plantea lo siguiente:

- Clasificar la basura utilizando diferentes recipientes, esto con la finalidad de dar un segundo uso a cada residuo es decir haciendo una correcta clasificación ya que también se puede vender, como las botellas plásticas, cartones y obtener un ingreso económico.
- Con el fin de evitar el uso exagerado de energía la construcción tendrá ventanas grandes como también, el uso de focos adecuados de menos consumo eléctrico.
- Evitar consumo excesivo de agua utilizando técnicas actualizadas en las instalaciones.
- Utilizar vajilla de material de larga durabilidad, con el propósito de no generar basura por el uso de vajillas y utensilios descartables.

#### **2.2.6.1 Participación en iniciativas comunitarias y apoyo a productores locales**

Para que el proyecto sea sustentable e incluyente con la comunidad propone:

- Que el dueño del restaurante adquiriera los productos alimenticios directamente a los productores de la comunidad, como son: verde, carnes, yuca, mismos que se utilizarán en la elaboración de los platos. Esto motivará a que las personas produzcan en mayor cantidad.
- Elaborar compost a base de los desechos orgánicos que se generarán en el restaurante, mismo que serán destinados para los productores proveedores. Esto ayudará a mejorar la fertilidad de sus suelos y a tener productos de mejor calidad.
- Organizar eventos especiales, como concursos gastronómicos con miembros de la comunidad, para este evento deben participar con productos locales y aplicar sus conocimientos ancestrales, donde los fondos recaudados vayan en beneficio de alguna obra social. Esto ayudará a que el restaurante se vea más identificado, como también animará a los clientes a ser solidarios.

### **2.2.7 Monitoreo del desempeño del restaurante a través de métricas clave como la satisfacción del cliente y las ventas.**

Para poder determinar el éxito de un negocio es necesario realizar un seguimiento a través del uso de diferentes herramientas que permiten conocer el nivel de satisfacción del cliente, como también ayuda a crear estrategias para evitar la fuga de clientes.

Por lo cual este proyecto propone aplicar lo siguiente:

- Utilizar el sistema CSAT (índice de satisfacción del cliente), esto consiste en formular encuestas con preguntas únicas, pidiendo al cliente que seleccione su calificación del 1 al 5, posterior a ello la explicación de su calificación. Esto permitirá tener una respuesta cuantitativa de la satisfacción de los clientes.
- Observar con qué frecuencia se venden los diferentes platos o bebidas, esto ayudara a determinar si es que el producto debe seguir ofreciéndose o se debe cambiar por otro que sea más consumido.
- Analizar el costo de los ingredientes para la preparación de los platos, esto nos ayudará a determinar si los precios establecidos se mantienen o hay que variar para tener rentabilidad.

## **2.3 Marketing y comercialización**

### **2.3.1 Información en estrategias de marketing y promoción:**

Organizar un evento de inauguración, para ello enviar invitaciones a diferentes autoridades locales y de recintos cercanos, personas influyentes, por medio de correos y llamadas, utilizar las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, para hacer extensiva la invitación a familiares, amigos y futuros consumidores, ofrecer promociones de apertura, esto con la finalidad de dar a conocer el nuevo servicio y entablar relaciones con los clientes. Crear flyers publicitarios que contengan la información de los platos que ofrece el restaurante con motivo de apertura y repartir en diferentes puntos estratégicos. Para una información más precisa realizar un video descriptivo como llegar al lugar, y este sea publicado en la página social del restaurante.



### **2.3.2. Publicidad**

Actualmente, los avances tecnológicos y los medios digitales son herramientas muy utilizadas que permite tener mejores oportunidades en el mundo de los negocios, a través del uso de estos medios podemos llegar a conquistar nuevos mercados, dando a conocer nuestros servicios y productos con mayor rapidez y comodidad.

Todas estas herramientas digitales están destinadas a conectar con el público, darse a conocer no solamente como empresa o emprendedor sino también a enseñar más allá de lo que se conoce y no transmitir el mensaje de estar interesado exclusivamente en el dinero del cliente. (Pilco, 2020)

Al llevar cabo el desarrollo de este proyecto se propone:

El uso frecuente de diferentes redes sociales para dar a conocer nuestros servicios con información clara y actualizada, transmitir concursos en vivo y promociones por combos y eventos a llevar a cabo dentro del restaurante.

La publicidad es una estrategia que ayuda a que un producto o servicio se de a conocer de manera amplia en el mercado, busca llegar a su público objetivo e incentiva a ser consumido por sus usuarios o compradores.

La publicidad es uno de los principales componentes de la comunicación integral de marketing. También forma parte de la mezcla de publicidad de la promoción “tradicional”, la promoción comercial y para consumidores, y las ventas personales. (Clow & Baak, 2010)

Para que nuestro servicio se de a conocer y capte un mayor número de consumidores propone:

- Crear una página de Facebook para promocionar el local.

## Figura 16

Propuesta de diseño y nombre del restaurante



Fuente: logotipo de canva

- Pedir ayuda a instituciones reconocidas de la parroquia para que compartan la página y se dé a conocer a más personas.

### 2.3.3 Marketing digital en restaurantes

#### 2.3.1 Evaluación de la competencia local y oportunidades de diferencia

En la finca El Cafetal, sector Sucus, lugar donde se enfoca la propuesta de la creación del restaurante, el servicio de comidas es bastante escaso, como competidores un poco más cercano está:

- Aguas calientes de la Familia Pozo, es un pequeño balneario, donde ofrece servicios de alimentación únicamente bajo pedido.

Por lo cual se considera oportuno la creación de servicio de comida, mismo que se diferenciará por sus platos típicos que acogen tradiciones culinarias y productos de la misma zona, por su ubicación junto a la vía principal, es un lugar que recibe frecuentes visitas por sus paisajes y aguas termales, y cuenta con un amplio espacio para estacionamiento de vehículos.

## 2.4 Financiamiento

Las fuentes de financiamiento para la ejecución del proyecto son:

### Ban Ecuador

## **Crédito productivo 5%**

### **Características:**

- ✓ Monto: desde \$5.001 hasta \$ 20.000
- ✓ Plazo de pago: hasta 10 años para activo fijo y 3 años para capital de trabajo.
- ✓ Período de gracia: hasta 1 año para activo fijo y 3 meses para capital de trabajo.
- ✓ Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.
- ✓ Taza de interés: 5%.

### **Requisitos para evaluar el crédito:**

- ✓ Cédula de ciudadanía o pasaporte.
- ✓ Papeleta de votaciones.
- ✓ Planilla de servicios básicos.
- ✓ RUC / RIMPE u otras que avalen la actividad económica y sean legalmente reconocidos,  
con una vigencia mínima de un año.

## **Cooperativa Jardín Azuayo**

Crédito con ahorro

### **Requisitos:**

- ✓ El socio debe tener un ahorro promedio de 90 días.
- ✓ El socio debe mantener en la cuenta una base de ahorros igual al 10% del monto a solicitar.
- ✓ El plazo es hasta 7 años.
- ✓ La tasa es 12,77% anual.

✓ El monto es de acuerdo a las políticas de la Cooperativa.

### **Ahorrista solidario**

#### **Requisitos:**

- Cédula de identidad y certificado de votación
- Copia de escritura
- Pago de predio
- Estudio técnico
- Tasa de interés 14 % anual

## CAPÍTULO 3

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN DE PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

#### 3.1 Propósito de la socialización.

La socialización de la propuesta de creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus, parroquia Chaucha ha sido realizada con el propósito de difundir el trabajo realizado por el estudiante en beneficio de la comunidad.

Así mismo, esta socialización se ha llevado a cabo con el afán de generar interés, obtener respaldo y apoyo necesario por parte de los actores involucrados y comunidad para llevar a cabo el proyecto.

#### 3.2 Descripción de los actores involucrados.

**Tabla 19**

Actores involucrados dentro de la propuesta

Nombre de actor involucrado	Cargo
Sr. Telmo Romero	Propietario finca El Cafetal
Sr. Walter Sigua	Propietario finca El Cafetal
Sr. Luis Sigua	Líder comunitario
Sra. Elsa Macao	Porcicultora
Sra. Angelita Sigua	Propietaria de vinos artesanales Patawasí
Sra. María Saquinaula	Representante de asociación de pequeñas productoras de café San Gabriel
Sr. Rodrigo Cortés	Presidente GAD Chaucha

**Nota:** esta tabla contiene los nombres de las personas más involucradas en el proyecto

#### 3.3 Métodos y herramientas utilizadas para la socialización

Para el desarrollo de la socialización se estructuró en 3 fases que se describen a continuación:

Fase 1: Registro de asistencia, mediante una hoja impresa los asistentes contribuyeron con la información de sus respectivos nombres, apellidos, cargo, comunidad, número de cédula, número de teléfono y firma.

Fase 2: Presentación de la propuesta, para esta fase se utilizó una computadora y un proyector de imagen, el uso de estas herramientas permitió dar a conocer el tema de la propuesta, ubicación, a quienes está dirigido, la gastronomía a ofrecer, marketing y costo aproximado, de esta manera los asistentes alcanzaron a tener una información más clara y visible de la propuesta y puedan aportar con sus opiniones y sugerencias.

Fase 3: Coffee break, se planificó una brindar un café con empanadas de verde a todos los asistentes, para luego seguir con las propuestas de los compañeros.

Finalmente, se cierra el evento con palabras de agradecimiento e invitación a un almuerzo a todos los asistentes en el restaurante Alicia.

## **4. Descripción del proceso de socialización:**

### **4.1 Fecha y localización del evento de socialización.**

La socialización de las diferentes propuestas se llevó a cabo el día viernes 17 de mayo del 2024, desde las 10:30 am hasta las 14h00, este evento se desarrolló en salón de reuniones del GAD de chaucha.

### **4.2 Descripción del evento**

El evento de socialización se desarrolló con total normalidad, dándose inicio en el lugar y hora establecida, con una duración de 3 horas con treinta minutos y con el siguiente orden del día:

**Tabla 20**

Orden del día. Evento de socialización

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
10:30 am	Registro de asistencia	
11am	Palabras de bienvenida -Intervención del Sr. Rodrigo Cortés (presidente GAD Chaucha) -Intervención del Mg. Luis Saquinaula (rector unidad educativa San Gabriel)	Milton Urgiles

11:30am	Presentación del tema: propuesta de señalización turística y mejoramiento de los senderos de la cascada Jerez	Hilda Sigua e Irma Barros
11:50am	Presentación del tema: propuesta para potenciar un restaurante en la parroquia Chaucha, cantón Cuenca.	Julia Cárdenas y Daniela Minchalo
12:10pm	Coffe break	Sr. Jorge Quinde
12:30pm	Presentación del tema: propuesta para la creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus, parroquia Chaucha, cantón Cuenca	Diana Ortiz
12:50pm	Presentación del tema: propuesta para la creación de un mirador en la cima del volcán Patahuasi comunidad Baños Yunga, parroquia Chaucha.	Milton Urgiles y Darío Vega
13:10pm	Presentación del tema: ruta agro turística del café	Alejandro Chacho y Juan Loja
13:30pm	Debate de las propuestas por parte de los asistentes (preguntas, sugerencias), compromisos de actores.	
13:50pm	Palabras de agradecimiento y despedida.	Darío Vega
14:00 pm	Almuerzo con todos los asistentes	Restaurante Alicia

## 5. Desarrollo del proceso de socialización:

### 5.1 Descripción de los temas tratados durante la socialización.

- Concepto y temática, dando a conocer que a través de esta propuesta se pretende ofrecer un servicio de comida típica de la parroquia, preparados a base de productos agrícolas de la localidad, con la intención de conservar la tradición gastronómica y a su vez, la dinamización económica de los habitantes de la comunidad involucrada.
- Ubicación, se considera que el lugar donde se propone la creación del restaurante es punto estratégico, por estar cercano a la vía principal y el flujo de visitas que frecuentan el sector, mayormente son atraídos por las aguas termales.
- Público objetivo, la propuesta está dirigida a aquellas familias y turistas de la clase media.

- Menú y oferta gastronómica, a través de esta propuesta se pretende diseñar menús que contengan diferentes platos tradicionales de la localidad. Considerando opciones para desayuno, almuerzo, bebidas y postres.
- Marketing y promoción, actualmente, la mayor parte de la población tiene acceso a las redes sociales y es una herramienta que ofrece beneficios para ofertar un producto o servicio, es por ello que dentro de la propuesta se plantea la creación de un sitio web y el uso de redes sociales, publicidad local y colaboración de influyentes locales para que el servicio se dé a conocer mejor.
- Presupuesto, dando a conocer que los gastos aproximados que cubren costos de edificio, equipos de cocina, muebles, decoración abordan un aproximado de \$32.000

## **5.2 Desafíos y obstáculos suscitados durante la socialización**

El evento se desarrolló según lo planificado, sin obstáculo alguno. Los asistentes se vieron entusiasmados por las propuestas presentadas, considerando oportunas para el desarrollo de la parroquia.

Podría considerar como un desafío el momento en que uno de los asistentes mencionó que el costo de la propuesta de creación del restaurante de comida típica es un poco alto. Sin embargo, estima que es un proyecto viable, ya que el lugar es bastante concurrido, sobre todo los fines de semana.

## **5.3 Compromisos de los actores locales**

En cuanto a los compromisos por parte de los actores, el Sr. Rodrigo Cortés presidente del GAD de Chaucha, manifiesta su compromiso a fomentar el turismo para la parroquia, y buscar presupuesto para mantenimiento de la vía principal e impulsar proyectos turísticos.

## **6. Reflexiones y lecciones aprendidas**

La socialización de la propuesta para la creación de un restaurante de comida típica ha sido una experiencia enriquecedora, llena de lecciones y reflexiones importantes:



- Conocimiento de mercado. A través de la socialización de la propuesta, se ha podido obtener una mejor comprensión del mercado local. , La apreciación de la propuesta por parte de las personas de la comunidad, les ha parecido viable, consideran que se puede aliar con otros emprendimientos locales para mejorar la situación económica de la parroquia.
- Interactuar con el público. Para que la presentación sea más dinámica, pudo haberse realizado algunas preguntas con respecto al tema mientras se exponía, de esa manera se hubiese escuchado más comentarios o sugerencias del público, para lo cual es necesario extender un poco más el tiempo de la presentación.
- Mejorar la presentación. Para lograr que el público entienda mejor el tema podría utilizarse más imágenes de la propuesta o incluir el uso de una pizarra para explicar mejor la idea, incluso esto ayuda al presentador hablar con más fluidez.

## **6.1 Evaluación del proceso de socialización**

Para el proceso de socialización se realizó invitaciones a las diferentes autoridades de la parroquia y actores involucrados de cada propuesta, de las que se logró la asistencia de su mayoría.

En cuantos a los equipos utilizados todos funcionaron con normalidad.

La participación de la comunidad fue fundamental, se logró escuchar algunos comentarios y sugerencias de los asistentes. Sin embargo, el tiempo planificado para la participación del público considero que fue corto.

Contar con la presencia de las diferentes autoridades de la parroquia fue muy valioso, ya que aportaron con sus sugerencias al tema propuesto, a sí mismo, considero que son quienes ayudarán a difundir el mensaje al resto de la comunidad y a buscar estrategias para que estas propuestas se plasmen en la realidad.

Tener una organización previa fue clave, ya que sin haber utilizado este método no pudo haberse dado de mejor manera el evento. Sin embargo, es necesario que haya una mejor coordinación en el grupo.

## 6.2 Lecciones aprendidas que podrían aplicarse en futuras iniciativas de desarrollo turístico.

Este proceso de socialización ha sido de mucho aprendizaje, con este proceso se ha logrado la interacción con la comunidad, a través de la presentación de las propuestas las personas se ven entusiasmadas y pueden tener una visión de trabajo y oportunidades para el desarrollo de la comunidad, como también pueden darse cuenta de los recursos valiosos que posee un territorio. Por eso es importante la socialización de una propuesta, con este proceso se puede identificar las fortalezas y debilidades del mismo, como también la cooperación y compromiso de los actores.

Otra de las lecciones aprendidas, la integración de las diferentes autoridades de la parroquia y actores involucrados de las diferentes propuestas, han permitido escuchar diferentes sugerencias que se orientan a un bienestar en común.

## 7. Anexos y materiales de apoyo:

### Registro de asistencia

TECNOLOGÍA EN TURISMO RURAL  
Universidad del Azuay

SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS DE TITULACIÓN  
REGISTRO DE ASISTENTES

Proyectos:  
Propuesta de señalización turística y mejoramiento de los senderos a la Cascada Jerez / Propuesta para potenciar un restaurante en la parroquia Chaucha cantón Cuenca / Propuesta para la creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus, parroquia Chaucha, cantón Cuenca / Propuesta para la creación de un "Mirador Turístico en la Cima del Volcán Patahuasi" ubicado en la comunidad de Baños Yunga, Parroquia Chaucha del cantón Cuenca, Provincia del Azuay / Ruta Agro turística del café.

Estudiantes encargados:  
Irma Barros, Hilda Sigua, Julia Cárdenas, Daniela Minchalo, Diana Ortiz, Milton Urgiles, Dario Vega, Alejandro Chacho y Juan Loja.

Lugar: Salón de reuniones del GAD parroquial de Chaucha. Fecha: Viernes 17 de mayo de 2024. Hora: 10H15 am.

Nombres y Apellidos	Cédula de identidad	Comunidad/Institución	Cargo	N° Celular	Firma
Edwin Jarama	0102055464	San Antonio		0919355271	
Cecilia Sigua	010238293-2	Habela	Lider comunitario	0919351047	
Mariano Valencia	010206162-8	San Gabriel	Lider comunitario	999490284	
Edwin Acosta	0102061062	GAD - CHAUCHA	Vocal Sociales	0920842260	
Mario Sarmiento	010234057-1	Cuevas		0919353181	
Frautlin Barrios Murco	0102340440	Bombarras	Sub oficial	0984731752	

German Pozo	010176463	Playa Sucas	comercio	099132012	J.P.
Rol Espino Segura Dinaia	010025553	Punto Vista Centro	Fac. L.A.S.P.	099132074	Interventor
Lucinda Noya Pardo Suarez	0100555051	Empedrado	Bocaa	096102250	J.P.
Edgar Jonathan Torres Barona	0100501024	C.S. CHAUCHA	Cajamarca de Seguridad	096327610	J.P.
Rosin Davis Balcasa Medina	092578132	C.S. Chauca	medico rural	098838342	J.P.
Julia Edison Naranjo Baudino	010077212	UPS	Policia	097340638	R.P.
Mariana Leon Cruz Lopez	093129259	UPC	PNN	055581145	J.P.
Violata del Rocío Bustamante Saldaña	0103947548	San Gabriel	Holguin	0990401897	J.P.
Walter Justo Siquera Leon	010040503	San Gabriel	U. Azuay	090222210	J.P.
Walter Romero Ortega Pachon	010000222	San Gabriel	Parque Policia	0909921100	J.P.
Daniel Manuel Barrantin F.	010009042	Parque Policia	Parque	099915316	J.P.
María Emma Vega V.	0910384	San Gabriel	Holguin	4045010	J.P.
Abel Encarnacion Landa Lopez	091125782	San Gabriel	Bullerocera	0900201074	J.P.

## Fotografías de evento



## Referencias

- Alberto, O., Dimas, B., Jarba, L., Cervantes, S., & Cervantes, V. (2016). *La capacitación de personal como fundamento del desarrollo humano y productivo en las organizaciones modernas*. Revistas científicas Universidad Simón Bolívar.
- Betancourt, J., Aldana, L., & Gómez, G. (2014). *Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar*. Cali, Colombia.
- Bravo, J., Castillo, A., Leones, J., Murillo, M., & Pinza, N. (2019). *La importancia del menú [Universidad Estatal Amazónica]*.
- Chala, A. (2021). *Manual de funciones administrador*.
- Clow, K., & Baak, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. México.
- Daza, J. (2019). *El ambiente de un restaurante*.
- Espinoza, J. (2015). *El Paisaje Rural en la parroquia Chaucha*. Cuenca.
- Espinoza, J., & Guzmán, T. (2012). *Propuesta de implementación de estrategias financieras para la reapertura de del hostel y restaurante "Las perlas" en el cantón Gualaceo [Universidad politécnica salesiana]*. Cuenca.
- Espinoza, J., & Guzmán, T. (2012). *Propuesta de implementación de estrategias financieras para la reapertura del hostel y restaurante "Las perlas" en el cantón Gualaceo. [Universidad politécnica salesiana]*. Cuenca.
- Espinoza, J., & Tatiana, G. (2012). *Propuesta de implementación de estrategias financieras para la reapertura del hostel y restaurante Las Perlas en el cantón Gualaceo [Universidad Politécnica Salesiana]*. Cuenca.
- Franco, M. (2015). *Manual de evaluación, selección y revaluación de proveedores del restaurante mi gran parrilla Boyacence*. Bogotá.
- Fusté-Forné, Francesc. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16. Recuperado en 09 de junio de 2024, de [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0797-36912016000100001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001&lng=es&tlng=es).

- GAD Chaucha. (2019). *Ubicación geográfica*.
- Gonzales, F. (2014). *servicio y atención al cliente en restaurantes. Normas de servicio, protocolo de comunicación y técnicas de venta*.
- INEC (Instituto nacional de estadísticas y censos). (2022).
- López, M. (2018). *Informe Final de Actividades de Vinculación con la Sociedad*. Cuenca.
- López, R. (04 de 11 de 2021). *Marketing turístico digital*. Obtenido de Casarrubia, E., & Esquivel, M. (2022). Análisis del comportamiento de la responsabilidad social ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en lo años 2020 y 2021.
- Mesquita, R. (23 de 07 de 2018). *Rock Content*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Ministerio de turismo. (2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas*.
- Monteferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing [Universitat Jaume]*.
- Montoya, T. (2023). *La gastronomía tradicional en el turismo rural*.
- Neufert, E. (s.f.). *El arte de proyectar en arquitectura*. Mexico.
- Pazos, J. (2016). *Elogio de las cocinas trdicionales del Ecuador* . Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Pilco, J. (2020). *Influencia del marketing digital para impulsar el consumo de comida rápida*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana-Ecuador.
- Poaquiza, S. (s.f.). *Nombre Científico de fauna Representativa de la región*.
- Ponce, B. (2017). *Evaluación de la oferta gastronómica de la comuna de Ayange, para el desarrollo de un plan de promoción turística*. Guayaquil.
- Porras, R. (2019). *Propuesta para la creaciónn de un restaurante de comida tradicional lojana en la ciudad de Loja-Ecuador*. Loja.
- Quispe, G., Ayaviri, D., & Maldonado, R. (2018). *Participación de los actores en el desarrollo local en entornos rurales [Universidad del Zulia]*.

Ruano, S. (20 de 07 de 2022). *Verza asesores empresariales*. Obtenido de <https://verza.com.ec/fuentes-de-financiamiento/>

Salinas, O. (s.f.). *Políticas de recursos humanos*.

Sánchez, K. (2015). *Propuesta de un plan de negocios para la creación del restaurante La Kasa ubicado en la ciudad de Sucúa*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca.

Sanmartín, R. (2016). *Plan de marketing para el restaurante Romasag de la ciudad de Loja*. Loja.

Santos, D. (04 de 04 de 2023). *Blog de HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>

Santos, D. (2024). *Cómo hacer un análisis de tu competencia*.

Universidad Politécnica de Cartagena. (s.f.). *Estudio de viabilidad*.

Vega, V., Freire, D., Guananga, N., Real, E., Alarcón, M., & Aguilera, P. (2018). *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

ZOO BIOPARQUE AMARU. (2023). Obtenido de <https://www.zoobioparqueamaru.com>