



# Uleam

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Plan estratégico como aporte a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento  
Bebbamburg en Barquero, Chone.

Autora:

Zambrano Saltos Gema Julexy

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Tutora:

Espinoza Arauz Mayra Yasmina

Enero de 2025 – Bahía de Caráquez

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez, de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado el artículo científico, bajo la autoría de la estudiante Zambrano Saltos Gema Julexy, legalmente matriculada en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2024 (1) (2), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del artículo es “Plan estratégico como aporte a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento Bebbamburg en Barquero, Chone”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Bahía de Caráquez, enero de 2025


Lo certifico,

RECIBIDO

Fecha: 21/11/2024

Hora: 11:40



  
Ing. Mayra Espinoza Arauz  
Docente Tutor

Área: Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la "Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión Sucre 1016E011- Bahía de Caráquez.

La autora



---

Gema Julexy Zambrano Saltos

1314337013

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO**

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal del grado otorga la calificación de:

_____	_____
<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
_____	_____
<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>

\_\_\_\_\_  
S.E. Ana Isabel Zambrano Loor  
**SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA**

## DEDICATORIA

A **Dios**, por ser mi guía y darme fortaleza en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis padres, **Emilio Zambrano y María Saltos**, por su amor y apoyo incondicional a lo largo de mi vida, gracias por enseñarme los valores fundamentales que hoy me forjan como persona, el esfuerzo, la dedicación, la honestidad y la perseverancia. Aprecio cada uno de sus consejos y comprensión, su apoyo ha sido el pilar de mi vida.

A mis hermanos **Jonathan, Carmen y Ena**, por siempre confiar en mí y en mis capacidades, me han motivado a seguir adelante incluso en mis momentos más oscuros.

A **mis sobrinos**, quienes con una sonrisa han curado mis días y los han llenado de alegría, su inocencia y energía han sido el regalo que más atesoro.

A mi compañero de vida **Javier Baluarte**, quién a lo largo de estos años ha sido una pieza fundamental en este proceso, su apoyo incondicional, amor y protección han sido esenciales para perseguir mis sueños, gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba, a él y su familia quienes siempre me esperan con los brazos abiertos.

Sin dejar atrás a toda mi familia, mis abuelitos, tíos, primos, su confianza y aliento me han motivado a seguir adelante en cada paso de este largo camino.

**Con cariño**

Gema Zambrano

## RECONOCIMIENTO

Expreso mi más sincera gratitud a la **Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez**, así como a todos sus catedráticos quienes han sido los mentores fundamentales en mi formación académica.

Asimismo, deseo expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a mi tutora **Ing. Mayra Espinoza Arauz. Mg.** Ella quien, con sus valiosos conocimientos, aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo. Agradezco sinceramente su capacidad para brindarme el apoyo en cada etapa de este proceso, su nobleza, paciencia y dedicación con mi desarrollo académico han dejado una huella en mi vida.

A mi amiga **Elizabeth Zambrano**, quien ha sido mi dupla en esta travesía de formación académica, le agradezco su apoyo incondicional, su compañía, sus enseñanzas y el cariño que me ha brindado dentro y fuera del aula.

**Con cariño**

Gema Zambrano.

## **Plan estratégico como aporte a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento Bebbamburg en Barquero, Chone.**

Strategic plan as a contribution to the sustainable business management of the Bebbamburg venture in Barquero, Chone.

### **Autores:**

Gema Julexy Zambrano Saltos  
Estudiante en la Universidad Laica  
Eloy Alfaro de Manabí – Ecuador  
[e1314337013@live.ulead.edu.ec](mailto:e1314337013@live.ulead.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0001-2531-7480>

Mayra Yasmina Espinoza Arauz  
Docente en la Universidad Laica  
Eloy Alfaro de Manabí – Ecuador  
[mayra.espinoza@uleam.edu.ec](mailto:mayra.espinoza@uleam.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-1207-9804>

### **Resumen**

La investigación se centró en un plan estratégico que aporte a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento Bebbamburg en la comunidad de Barquero, Chone, Manabí-Ecuador. El objetivo fue desarrollar un diagnóstico organizacional que sirviera como base para un plan estratégico que aporte a la gestión empresarial sostenible de Rancho Bebbamburg. Se utilizaron métodos descriptivos con un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo; métodos teóricos, inductivo–deductivo, analítico-sintético, histórico–lógico. Las técnicas prácticas como FODA, matrices MEFE y MEFI, mapa estratégico, filosofía empresarial y plan de acción. Además, se realizó una entrevista al administrador y se aplicó una encuesta que constó de 5 preguntas a los clientes reales del emprendimiento utilizando la escala Nominal -Likert y donde se obtuvo una estadística de fiabilidad según el Alpha de Cronbach de 912 de acuerdo al SPSS 26. Como resultado de las técnicas se pudo evidenciar las fortalezas, debilidades, reconocer el impacto negativo y positivo, tanto interno como externo, conocer los competidores directos del mercado a través del análisis de competencia y mapa estratégico, definir su filosofía de acuerdo a su misión, visión y valores, asimismo, plantear objetivos, estrategias, actividades, recursos y costos en un plan de acción que influirá positivamente en la viabilidad y crecimiento del negocio. Por ello, este estudio determina cuán importante es un plan estratégico formal para Rancho Bebbamburg, proporcionando una ruta clara para su desarrollo, expansión y crecimiento, convirtiéndose en una herramienta fundamental para tomar mejores decisiones y asegurar su viabilidad en un mercado que cada vez es más competitivo.

**Palabras clave:** Plan estratégico, Diagnostico organizacional, Gestión empresarial, Sostenibilidad.

### **Abstract**

*The research focused on a strategic plan that contributes to the sustainable business management of the Bebbamburg project in the community of Barquero, Chone, Manabí-Ecuador. The objective was to develop an organizational diagnosis that would serve as a basis for a strategic plan that contributes to the sustainable business management of Rancho Bebbamburg. Descriptive methods were used with a mixed, qualitative and quantitative approach; theoretical methods, inductive-deductive, analytical-synthetic, historical-logical. Practical techniques such as SWOT, MEFE and MEFI matrices, strategic map, business philosophy and action plan. In addition, an interview was conducted with the administrator and a survey consisting of 5 questions was applied to the real clients of the enterprise using the Nominal-Likert scale and where a reliability statistic was obtained according to Cronbach's Alpha of 912 according to SPSS 26. As a result of the techniques, it was possible to evidence the strengths, weaknesses, recognize the negative and positive impact, both internal and external, know the direct competitors of the market through the analysis of competition*

*and strategic map, define its philosophy according to its mission, vision and values, also, raise objectives, strategies, activities, resources and costs in an action plan that will positively influence the viability and growth of the business. Therefore, this study determines how important a formal strategic plan is for Rancho Bebbamburg, providing a clear route for its development, expansion, and growth, becoming a fundamental tool to make better decisions and ensure its viability in a market that is increasingly competitive.*

**Keywords:** *Strategic plan, Organizational diagnosis, Business management, Sustainability.*

## **Introducción**

El cantón Chone es uno de los 22 cantones en los que está organizada políticamente la provincia de Manabí - Ecuador. En el cantón Chone, está situado Barquero que es una de sus comunidades rurales, la misma está asentada en una zona de relieve tabular en donde se puede apreciar el estuario del Humedal la Segua, con presencia de ríos y arroyos que desembocan en el Océano Pacífico (Cevallos, 2020, p.18).

Su riqueza en cuanto a recursos naturales y atractiva geográfica hace propicio el desarrollo de Bebbamburg, un emprendimiento situado en una parroquia rural que inicio sus actividades el 22 de junio del año 2022, por lo que se considera un negocio joven. Según el Licenciado Javier Baluarte (comunicación personal, 7 de mayo de 2024). Menciona que, es un lugar ideal para el desarrollo de actividades turísticas diversas; entre estas destacan los ranchos culturales, que permite a sus visitantes conocer la cultura local, aprender sobre las tradiciones, costumbres y disfrutar de su gastronomía ancestral manabita.

Bebbamburg está ubicado en Barquero, es un restaurante que ha sido testigo del crecimiento y desarrollo económico de la zona rural de Chone. Sin embargo, a pesar de su potencial, el restaurante enfrenta un desafío crucial que amenaza su competitividad en el mercado, la ausencia de un plan estratégico que integre prácticas sostenibles en todas sus áreas de operación, esta carencia se traduce en una falta de visión clara y coherente para abordar los desafíos económicos, sociales y ambientales que enfrenta el negocio actualmente.

Lo anterior, genera una serie de consecuencias negativas, como la falta de visibilidad y competitividad, la pérdida de oportunidades de crecimiento y expansión, riesgos para la sostenibilidad a largo plazo, a su vez un impacto negativo en la economía local. Como lo mencionan Chong Delgado et al. (2019) el proceso de una correcta planificación se convierte en un instrumento que coadyuvará a una mayor eficacia y eficiencia de las actividades del negocio, impulsando de esta manera a que los objetivos empresariales se cumplan (p.8).

De esta manera, es necesario determinar: ¿Cómo impacta la ausencia de un plan estratégico que integre prácticas sostenibles y en su capacidad para abordar los desafíos económicos, sociales y ambientales en el emprendimiento Bebbamburg? Por ello, se torna crucial abordar el objetivo principal de esta investigación que es desarrollar un diagnóstico organizacional que sirva como base para un plan estratégico que aporte a la gestión empresarial sostenible del Rancho Bebbamburg.

A lo largo de este proceso, surgen interrogantes específicas, tales como: ¿Cuál es el rumbo estratégico en cuanto a visión, misión, los objetivos y estrategias del negocio para dar un sentido de dirección a Bebbamburg? ¿Qué oportunidades de crecimiento hay en el mercado que pueden ser aprovechadas? ¿Cómo aporta el plan estratégico a la toma de decisiones empresariales? ¿Cuáles son las situaciones emergentes en el contexto interno y externo al negocio que permita adaptarse a un entorno empresarial cambiante? ¿Cuáles son las estrategias de sostenibilidad que aportan a la gestión empresarial sostenible a corto y largo plazo del emprendimiento?

A partir de estos interrogantes y base de a una indagación preliminar, se evidencia que la ausencia de decisión, inversión, capacitación, información y cooperación constituyen un punto débil. Por tanto, resulta esencial desarrollar un diagnóstico organizacional para conocer el escenario interno y externo, como base para la correcta formulación de un plan estratégico que defina la dirección del negocio (Fierro Barragán et al., 2023). Además, esto implica identificar las fortalezas internas del negocio, las limitantes que enfrenta actualmente, detectar las oportunidades de crecimiento sostenible y evidenciar las amenazas que pueden impactar negativamente en las



actividades. Con ello, determinar la contribución del plan estratégico a las decisiones empresariales a corto y largo plazo (Urquiza Andrade, 2023, p. 70).

La investigación se justifica en la necesidad de desarrollar un plan estratégico que integre prácticas sostenibles para el emprendimiento Bebbamburg. De hecho, actualmente la ausencia de planificación estratégica limita la capacidad de los negocios para abordar los desafíos económicos, sociales y ambientales, lo que se traduce en falta de visibilidad, competitividad y esto a menudo en riesgos para su sostenibilidad a largo plazo. Al proponer este plan estratégico, se podrá establecer una visión más clara para el emprendimiento, se podrá definir correctamente los objetivos empresariales, identificar las oportunidades de crecimiento y establecer estrategias que sean más efectivas y que contribuyan a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento, esto no solo impulsará su desarrollo, sino que también generará un impacto en su economía. Así al integrar un plan estratégico Bebbamburg podrá adaptarse a las expectativas del mercado actual, que hoy en día exige un compromiso con prácticas amigables con el medio ambiente. Por ende, se convierte en una herramienta que coadyuvará el éxito y la viabilidad a largo plazo del restaurante en un entorno empresarial que cada vez es más competitivo.

Como parte de los antecedentes investigativos, se encontró una investigación realizada por Valle Ospino & Niebles Núñez (2017) titulada "Planificación estratégica como instrumento de la sostenibilidad ambiental en Pymes de Barranquilla, Colombia". Los resultados de este estudio han concluido la importancia de incorporar estándares internacionales de sostenibilidad en la planificación estratégica, así como la necesidad de recursos y apoyo para implementar estrategias de innovación sostenible. Por otra parte, en la ciudad de Loja-Ecuador, Robles Mendoza & Carreño Arteaga (2020) en su investigación "Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmanicar" cuyos resultados concluyen que la planeación estratégica es fundamental para el éxito de cualquier organización, puesto que permite definir la visión, misión y objetivos para alcanzar metas de crecimiento y sostenibilidad. También, implica identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, lo que permite tomar decisiones informadas y adaptarse al entorno. En el caso de la escuela de conducción, la falta de planificación estratégica ha generado problemas internos que afectan su funcionamiento. Sin embargo, implementar un plan estratégico puede ayudar a la escuela a conocer su realidad, tomar acciones correctivas y alcanzar su misión y visión.

Además, se encuentra en Manabí, Zaruma Pincay & Sánchez Chancay (2023) con su trabajo de investigación titulado "Planificación Estratégica y Crecimiento Empresarial de la imprenta Graficas Guevara, ciudad de Manta" y cuyos resultados indican que la empresa carece de una planificación estratégica efectiva, lo que ha generado una serie de problemas que afectan negativamente su rendimiento, la falta de un plan claro para alcanzar sus objetivos ha llevado a la empresa a incumplir sus metas y perder oportunidades importantes. Concluye, que la empresa no puede competir efectivamente en el mercado y su rendimiento empresarial ha disminuido significativamente y además recomienda implementar un plan estratégico que fortalezca los procesos organizativos y mejore el rendimiento empresarial. A nivel local se encuentra la investigación desollada por Espinoza Arauz et al., (2022) en el cantón Sucre de la provincia de Manabí en el cual realizaron un diagnóstico organizacional donde evaluaron la situación estratégica de la empaedora DUFER que tiene como tema "Organizational Diagnosis of The Internal and External Environment for Strategic Business Management", en la cual se conoció la necesidad de actualizar, alinear y poner en marcha la planeación estratégica como imperativo para operar y competir en el contexto de la pandemia por la Covid-19.

## **Plan estratégico**

Un plan estratégico es una herramienta fundamental para el éxito organizacional. Permite definir la visión, misión y objetivos de la empresa, en él se establece estrategias y acciones claves para poder adaptarse al entorno cambiante y alcanzar el crecimiento institucional; asimismo, brinda un enfoque claro y coherente en el que alinea a los miembros de la organización hacia un solo objetivo común, es una herramienta que sirve a los dueños de los negocios para tomar las mejores decisiones, en una plaza tan cambiante (Altamirano Taica et al., 2023; Briones Bravo & Ramírez Alcívar, 2023; Hans Jhordan, 2020).

El plan estratégico es fundamental dado que permite a una organización establecer su visión a largo plazo, definir su misión y establecer objetivos empresariales para lograr el crecimiento y la

sostenibilidad. Además, facilita la identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, lo que es esencial para el desarrollo de estrategias efectivas y la toma de decisiones fundamentadas en el futuro de la empresa (Robles Mendoza & Carreño Arteaga, 2020).

La falta de planeación estratégica en una empresa puede llegar a tener consecuencias significativas en su desempeño y competitividad (Serrano Rodríguez, 2023). De hecho, un plan bien estructurado es una herramienta fundamental para cualquier empresa que desee lograr su visión y misión. Por lo tanto, proporciona dirección y estrategias claras, mejora la eficiencia, facilita la comunicación y permite adaptarse a cambios, lo que es crucial para el éxito a largo plazo de la organización (Ore Quiroz et al., 2020).

En la investigación realizada por González (2024) manifiesta que, para mejorar tanto la economía como la imagen corporativa de los emprendimientos, es esencial contar con una planificación estratégica claramente definida. Esta planificación debe incluir de manera precisa la misión, visión, valores corporativos, objetivos, estrategias y otros elementos relevantes. Al hacerlo, los emprendimientos pueden aumentar la confianza y satisfacción de sus clientes internos y externos.

Actualmente el negocio no cuenta con un plan estratégico lo que dificulta la definición de objetivos claros y una dirección formal debido a que, sin un modelo claro, no se pueden tomar buenas decisiones, llevando a la empresa sin dirección. Además, impide establecer metas concretas y alinear los esfuerzos del personal hacia un objetivo común, lo que redundaría en dificultad para tomar decisiones fundamentadas y la gestión empresarial efectiva.

Desde el punto de vista de Aldaz Morales (2022) si existe una planificación formal, esta puede proporcionar tanto a las personas como a las organizaciones un mapa claro de las actividades que se deben seguir para poder conseguir los objetivos determinados, una buena organización y planificación estratégica son esenciales para el éxito y el crecimiento sostenible de cualquier entidad (p.10).

Un plan estratégico es sustancial para cualquier organización, esto lo incluye a Bebbamburg, de modo que, proporciona un marco claro para la toma de decisiones y la alineación de esfuerzos, asegurando que todos los miembros del negocio remen en una misma dirección para cumplir con los objetivos deseados. De hecho, reside en su capacidad para poder abordar y superar los desafíos en un entorno que cada día es más competitivo y cambiante. Sin un plan estratégico definido, podría el negocio enfrentar dificultades que afectarían su desempeño y su sostenibilidad a largo plazo. Un ejemplo de ello es la falta de una dirección clara lo que puede llevar a decisiones incorrectas esto repercute a que la organización llegue a tener problemas y no poder anticiparse a los cambios en el mercado, lo que la haría vulnerable ante la competencia. En esencia, el plan estratégico es fundamental para que Bebbamburg pueda establecer un camino claro y cumplir con sus objetivos encaminándolo al éxito empresarial.

### **Elementos de la planificación estratégica**

Los elementos principales de la planificación estratégica son: la misión, visión, valores, objetivos, estrategias.

- **La misión:** Tal como lo menciona Hospital Simón (2023) la misión de una empresa es esencial, a medida en que define su razón de ser y su propósito fundamental, el objetivo principal por el cual la empresa existe y cuál es su función dentro de la sociedad.
- **La visión:** De acuerdo a García Guiliary et al. (2022) “la visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse” (p.6).
- **Los valores:** Según Vargas Santi (2023) “Los valores organizacionales son cualidades, virtudes y principios que emplea un grupo de trabajo para conservar un ambiente pacífico, agradable, respetuoso y eficaz. De esta manera, comprenden un elemento clave al perseguir un objetivo” (p.37).
- **Los objetivos organizacionales:** Como lo menciona Puentes Clavijo (2020) “Los objetivos organizacionales son un conjunto de ideas realizables que tiene la alta gerencia en distintas áreas de su interés, las cuales son plasmadas en su proyección futura y que se encuentran contenidas en la misión y visión” (p.4).
- **Las estrategias:** La estrategia es un plan de acción que ayuda a la empresa a lograr su objetivo, construyendo una ventaja competitiva y generando valor para sus grupos

de interés. Debe estar bien diseñado y formulado para impulsar la competitividad y alcanzar niveles superiores en el mercado, garantizando de esta manera el éxito empresarial (Romero et al., 2020, p.5).

### **Gestión empresarial sostenible**

Como afirma Quintana (2020) la gestión empresarial es un concepto fundamental que abarca todo el conocimiento y las prácticas de la ciencia administrativa. A través de la gestión, se lleva a cabo la acción de administrar y se cumplen las cuatro fases del proceso administrativo establecidas por Henry Fayol: planificación, organización, dirección y control (p.6).

De acuerdo con Riquetti Carrasco (2023) el concepto de gestión empresarial sostenible es un enfoque estratégico que busca equilibrar los objetivos económicos, sociales y ambientales de una organización para garantizar su viabilidad a largo plazo y de tal manera contribuir al desarrollo sostenible a nivel global. Es decir, la gestión empresarial sostenible es una forma de trabajo en donde la sostenibilidad toma fuerza como valor agregado para que los negocios alcancen sus objetivos empresariales (p.4).

La sostenibilidad en las empresas no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede generar ahorros de costos a largo plazo, mejorar la reputación del negocio y atraer a clientes que buscan opciones más sostenibles (Castro Díaz et al., 2023). Al adoptar estas prácticas, Bebbamburg puede desempeñar un papel importante en la construcción de un futuro más amigable con el medio ambiente y la comunidad (Quezada Correa & Tandazo Acaro, 2024, p.21).

Varios estudios afirman que la sostenibilidad empresarial es la capacidad de una organización para generar valor económico, social y ambiental de manera duradera, a través de la administración responsable de sus recursos y además de la consideración de los impactos de sus operaciones en el entorno, la sociedad y las generaciones futuras, logrando así mantener su éxito financiero a largo plazo mientras equilibra las ganancias, la responsabilidad social y la protección del medio ambiente (Carrasquero Ferrer, 2024; Alonso Martínez et al., 2023; Vera Castillo, 2023).

Citando a Araque Jaramillo (2021) "La incorporación de los principios del desarrollo sostenible (DS) en las actividades de las empresas se convierte en un desafío al promover estilos de gestión empresarial más responsables que garantizan la satisfacción de las necesidades de generaciones presentes y futuras" (p.2). Ser socialmente responsable no sólo es lo correcto, sino que además beneficia a las organizaciones, mejora la reputación, atrae y retiene a los mejores talentos y fortalece la lealtad de los clientes o consumidores del bien o servicio ofrecido, se considera que es una forma de hacer negocios que crea valor compartido para todos (Schebesta, 2024; Vera, 2024; Toriz, 2022).

En cuanto a la incorporación de los principios del Desarrollo Sostenible, actualmente Bebbamburg aplica logística inversa. Su estrategia es la reducción de desperdicios de alimentos, los cuales son utilizados como provisiones para ganado porcino que son criados para luego ser consumidos en el restaurante. Además, este emprendimiento implementa prácticas de conservación del agua, como la instalación de dispositivos de ahorro en grifos y lavavajillas, con una instalación artesanal realizada por los dueños. Esto permite el riego de las plantas y sembríos que tiene el rancho. De este modo, se influye a los clientes para concientizar sobre el uso responsable del agua, contribuyendo a la sostenibilidad en área de restaurante. Para culminar, el restaurante también implementa un programa de reciclaje de botellas para reducir la cantidad de desechos que terminan en los vertederos. Estas botellas son vendidas en las recicladoras aledañas al establecimiento lo menciona Javier Baluarte (comunicación personal, 7 de mayo de 2024).

Lo que sea desea conocer con esta investigación es la situación actual interna y externa del rancho Bebbamburg, incluyendo sus capacidades y limitaciones actuales. Además, se espera que este estudio ayude a fortalecer su emprendimiento en el sector económico, permitiendo de esta manera aprovechar oportunidades de crecimiento y reformar estrategias para mejorar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Si el problema que radica en la ausencia de un plan estratégico que integre prácticas sostenibles en el emprendimiento Bebbamburg no se resuelve, podrían surgir una serie de consecuencias negativas que afectarían el buen funcionamiento tanto a la empresa como a su entorno.

El aporte a la investigación realizada sobre el plan estratégico de Bebbamburg ofrece un valioso apoyo práctico a los propietarios del negocio, de modo que este estudio es técnico-organizacional proporcione información confiable que resulta fundamental para la toma de decisiones

empresariales. El plan estratégico propuesto, si es aceptado e implementado por los dueños del negocio les brindará alternativas concretas para abordar los problemas actuales que enfrenta el emprendimiento.

## Metodología

### Tipo de estudio

El tipo de estudio empleado es descriptivo porque se centra en describir y analizar la situación actual del emprendimiento Bebbamburg tales como: su estructura, sus fortalezas y debilidades, y su capacidad para abordar desafíos económicos, sociales y ambientales, este enfoque permite comprender mejor el contexto y las necesidades del negocio, lo que es fundamental para la formulación de un plan estratégico como aporte a la gestión empresarial sostenible. Este estudio es adecuado para la investigación de Bebbamburg porque permite analizar detalladamente la estructura del negocio, sus fortalezas, sus debilidades y la capacidad que tiene el negocio para abordar los desafíos, permitiendo de esta manera una comprensión profunda del contexto actual del restaurante. Cabe recalcar que, la investigación descriptiva facilita la recolección de datos a través de encuestas, entrevistas y de observación; por ende, permitirá obtener información clave de los clientes, colaboradores sobre cómo perciben la situación actual del negocio.

El enfoque de investigación es mixto, el enfoque cualitativo por la recopilación de datos a través de entrevista; como también cuantitativos, por el análisis de datos, estadísticas en cuanto a las métricas y la evaluación de la situación actual del negocio. La integración de los datos cualitativos y cuantitativos, es decir un enfoque mixto permite llegar a obtener una visión más completa de la investigación. Por un lado, los datos cualitativos, como la entrevista, ofrecen historias y además argumentos que ayudan a entender las experiencias y opiniones que tienen las personas. Por otro lado, los datos cuantitativos, provienen de las encuestas, estas llegan a proporcionar cifras y porcentajes que pueden ser más fáciles de analizar y comparar.

### Métodos

Los métodos de la investigación en el orden teórico son:

- **Inductivo – deductivo.** Por un lado, el método inductivo parte de la situación actual del negocio Bebbamburg, que es la falta de un plan estratégico, para llegar a conclusiones generales sobre la importancia de contar con un plan estratégico que integre prácticas sostenibles para el negocio. Por otro lado, deductivo por los elementos que Bebbamburg necesita desarrollar para mejorar su gestión y competitividad en el mercado a partir de la definición de misión, visión, valores, objetivos y estrategias organizacionales.
- **Analítico – sintético.** El método analítico descompone el estudio de esta investigación en cuanto al negocio Bebbamburg en sus partes constituyentes para comprenderlo mejor, un ejemplo de ello es que se inicia con un análisis FODA, esta fase a su vez permite identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del negocio, dado por sentando las bases para la correcta toma de decisiones estratégicas. Asimismo, se concluye sintetizando las problemáticas fuertes y recomendaciones.
- **Histórico – lógico.** El método histórico, examina la información y antecedentes pasados del negocio como la evolución de la empresa a lo largo de los años, para comprender la investigación de mejor forma; y el enfoque lógico, que analiza la información de manera racional y coherente, basándose de esta manera en evidencias y argumentos sólidos proporcionados por el propio negocio. Al integrar ambas perspectivas, permite obtener una comprensión integral de la trayectoria y la situación actual de la organización, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre su futuro y éxito a largo plazo.

### Técnicas

- **Entrevista:** La técnica empleada consistió en una conversación con el Lic. Javier Baluarte Moreira, actual administrador de Bebbamburg, el objetivo fue la de recopilar la mayor cantidad de información que pudiera aportar para la presente investigación. Cabe recalcar, fue fundamental contar con una conversación fluida, con argumentos y preguntas estructurados al momento de iniciar la conversación, de modo que esto permitió obtener mayor credibilidad durante la entrevista y lograr recopilar la mayor cantidad de información deseada. Con la aplicación de esta técnica, se logró recopilar información valiosa y

detallada sobre la percepción y enfoque de Bebbamburg en relación con la implementación de prácticas sostenibles y la planificación estratégica del negocio.

- **Encuesta:** La encuesta se aplicó a una muestra representativa de clientes reales de Bebbamburg en Barquero, Chone. Se la realizó para recopilar información sobre la percepción que tienen los consumidores sobre la calidad de los servicios ofrecidos, las prácticas sostenibles implementadas y las áreas de mejora del negocio. El instrumento de esta investigación es un cuestionario; mismo que se desarrolló en la herramienta Google Forms.
- **Métricas:** Se utilizaron matrices aplicadas directamente a la empresa como son:
  - MIE (Matriz Interna-Externa), esta matriz analizará el macroentorno permitiendo indicar si para Bebbamburg se representa como oportunidades o amenazas.
  - MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos), esta matriz tendrá una ponderación de valor (0,1 a 1) donde 0,1 es menor y 1 mayor; en la importancia de la variable para el éxito del sector, una calificación de cómo afecta la variable a la empresa, y su valor ponderado.
  - MEI (Matriz de Evaluación Interna), esta profundiza en el análisis funcional del frente interno, permitiendo reconocer a Bebbamburg a raíz de sus variables cuáles son sus fortalezas y debilidades.
  - MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) esta matriz tendrá una ponderación de valor (0,1 a 1) en la importancia de la variable, una calificación de cómo afecta la variable a la empresa, y su valor ponderado.
  - **FODA:** Esta matriz es una herramienta estratégica que permite identificar y evaluar los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) del negocio, este análisis proporciona las bases para la toma de decisiones y la formulación de estrategias que permitan mejorar a largo plazo.
- **Mapa estratégico:** Esta estrategia se aplicará para analizar la competencia del mercado, se basa en el estudio detallado de las características de los competidores, incluyendo el nombre del negocio en competencia, análisis de los productos o servicios que ofrecen, sus características, precios, la cantidad y su alcance geográfico. Además, el mapa estratégico implica el mapeo en función de dos variables clave: la cantidad (posicionamiento en términos de volumen de producción o venta) y el precio (estrategia de precios en relación con la competencia), al cruzar estas variables, se obtiene una matriz que permite visualizar la posición relativa de la empresa y sus competidores, facilitando la toma de decisiones estratégicas para mejorar el posicionamiento y aprovechar las oportunidades en el mercado. Para ello, el mapeo será por observación, lo que implicará la recopilación de datos de los comportamientos e interacciones de los clientes en los diferentes puntos de venta y además el análisis del comportamiento de los competidores de Bebbamburg en el mercado.

## Población y muestra

La población sujeta de estudio son los clientes reales del negocio que han accedido a sus servicios, los cuales ascienden a 5760 clientes según el Licenciado Javier Baluarte (comunicación personal, 7 de mayo de 2024). Con la finalidad de conocer las expectativas y percepciones de quienes conocen sus instalaciones, espacios y tienen la experiencia en el servicio. Empleando una fórmula estadística con un margen de error (d) de 5 por ciento y un nivel de confianza ( $Z\alpha$ ) de 1,96 se obtuvo una muestra (n) de clientes reales de 360 a encuestar. La combinación de un margen de error de (5%) y un nivel de confianza del 1,96 se considera adecuada para este estudio, de modo que, ofrece un equilibrio óptimo entre precisión, viabilidad y la confianza en los resultados obtenidos a través de la entrevista. Esta elección permite obtener una visión significativa sobre las percepciones de los clientes, asegurando de tal manera que los hallazgos sean representativos y además útiles para la toma de decisiones estratégicas de Bebbamburg. Para la recolección de información se utilizará el muestreo probabilístico sistemático, se tomó la base de clientes y se seleccionó contando cada cinco usuarios, en el cual todos tuvieron la probabilidad de ser escogidos. Para la tabulación de los resultados se lo realizará en el software estadístico SPSS, para procesar los datos en tablas y gráficas, y lograr obtener la fiabilidad del instrumento utilizado.

## Resultados

- **Resultados de entrevista: al Administrador del emprendimiento Rancho Bebbamburg**

Se aplicó una entrevista al actual administrador de Rancho Bebbamburg con el objetivo de conocer el diagnóstico organizacional del restaurante y que este sirva como base para un plan estratégico que aporte a la gestión empresarial sostenible, en donde se pudo obtener información sobre la situación actual interna de la empresa, para esto se aplicaron 11 preguntas abiertas y cerradas, en el caso de esta investigación se presenta los análisis y se adjunta el link del cuestionario de la entrevista que se diseñó en la herramienta Google Forms. [https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?prevorigin=shell&origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=AHmhMYI1\\_EyxGvToPCe47V6\\_HRUX49xGooTObEz-hiBUM0U5S01MTVVQVENKSERRQVdEU1JKSDAwVC4u](https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?prevorigin=shell&origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=AHmhMYI1_EyxGvToPCe47V6_HRUX49xGooTObEz-hiBUM0U5S01MTVVQVENKSERRQVdEU1JKSDAwVC4u)

A continuación, se presentan las preguntas principales:

### Datos informativos:

**Nombre:** Javier Vinicio Baluarte Moreira.

**Formación:** Lic. Administración de Empresas Hoteleras.

**Cargo:** Administrador.

**Años en el cargo:** 2.

### Análisis de preguntas abiertas.

1. **¿Qué prácticas eco-amigables ha implementado el restaurante? ¿A qué tipo de clientes se orienta principalmente el restaurante, a qué estrato socioeconómico? ¿Cuáles considera que son sus principales competidores en la comunidad y qué los diferencia de ellos?**

Rancho Bebbamburg “la casita del girasol” es un restaurante que se implantó el 22 de junio del año 2022, se estableció por una pareja de esposos apasionada por la gastronomía manabita el Sr. Emilio Antonio Zambrano Farías y la Sra. María Magaly Saltos Campuzano. Con el tiempo, el restaurante fue ganando reputación gracias a la comida deliciosa y auténtica, de esta manera comenzó a atraer a más clientes. Su administrador el Lic. Javier Vinicio Baluarte Moreira, quién además se comprometió con la sostenibilidad del restaurante, implementando de esta manera prácticas eco-amigables como son la gestión de residuos, la conservación del agua, el reciclaje, entre otras.

Por su ubicación geográfica Bebbamburg se orienta principalmente a clientes locales de su comunidad, sin embargo, al contar con áreas turísticas atrae a residentes de otras comunidades y ciudades del país, el estrato socioeconómico del restaurante se especializa en atraer a un estrato bajo o medio, está orientado a familias ofreciendo menús que agraden tanto a adultos como a niños, lo que hace que su público sea más amplio y diverso. Además, el restaurante en la actualidad cuenta con los permisos necesarios para poder operar legalmente en el sector gastronómico; como: permiso de funcionamiento, patente municipal, licencia de actividad económica en el SRI, permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, esto, lo diferencia de la competencia local.

### Análisis de preguntas cerradas

2. **¿Cuál es su nivel de satisfacción con la gestión y servicio actual del emprendimiento Bebbamburg en Barquero, Chone?**

De acuerdo a la primera interrogante, considera que el emprendimiento hoy en día se ha convertido en una fuente vital de ingresos económicos, de acuerdo a la gestión actual, menciona que mantienen un ambiente laboral positivo y que gracias a que sus colaboradores pertenecen a un mismo grupo familiar esta convivencia repercute en un alto grado de satisfacción para sus clientes. Sin embargo, considera que para tener un mayor grado de satisfacción se necesita ir más allá e implementar algunas mejoras, una de ellas es poder innovar en el menú.

### 3. ¿Qué nivel de compromiso tiene con el objetivo de hacer que Bebbamburg sea más sostenible?

Menciona que está muy comprometido con Rancho Bebbamburg respecto a la sostenibilidad, manifiesta que aplican prácticas eco-amigables desde el primer día de su apertura, estas consisten en la conservación del agua, el reciclaje, la gestión del residuo, la reutilización de materiales de construcción para un nuevo uso adecuado a sus instalaciones.

### 4. ¿Qué aspectos de la sostenibilidad cree que es más importante para el emprendimiento Bebbamburg?

De acuerdo a las alternativas de esta interrogante, indica que el aspecto en cuanto a la sostenibilidad que cree más importante es el económico, de modo que en la actualidad es fundamental que los negocios seas sostenibles a largo plazo, es decir, considera muy importante que los emprendimientos cuenten con una base económica sólida, además, también se puede construir un ambiente próspero y sostenible en donde no solo se atiendan las necesidades del negocio, sino que además, las de la comunidad y el medio ambiente.

### 5. ¿Considera usted que Bebbamburg debería implementar un plan estratégico para mejorar su gestión empresarial?

En efecto de esta interrogante, se concuerda en las diez interrogantes anteriores, que es esencial implementar un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial y optimizar el uso de recursos en el restaurante. Mencionan que este enfoque permitirá que se puedan adaptar de manera más efectiva a los cambios en un mercado que día a día es más competitivo; y que el mismo este alineado con las necesidades sus clientes. Además, concuerdan que un plan estratégico mejorará en gran medida la comunicación interna y externa, facilitando la colaboración entre los colaboradores. Asimismo, se podrá aumentar la transparencia en cuanto a la gestión financiera y operativa del negocio, lo que fomentará la confianza en los stakeholders. En última instancia, consideran que un plan estratégico no solo los hará más competitivos, sino que también les permitirá saber cuáles son sus debilidades y amenazas para implementar correctivos, esto les permitirá innovar y mejorar la satisfacción del cliente, asegurando de esta manera el éxito a largo plazo de Rancho Bebbamburg en un entorno empresarial que hoy es más dinámico y competitivo.

#### • Resultados de la Encuesta a clientes reales

La encuesta se realizó a 360 clientes reales de Rancho Bebbamburg con el objetivo de conocer la percepción que tienen sobre el servicio que se les ofrece, se utilizó la herramienta Google Forms (<https://forms.office.com/r/vaHBYmx9dK>) para aplicar la encuesta, misma que constó de 5 preguntas. A continuación, se presentan la tabla y los gráficos, correspondientes a la información recolectada en las encuestas de esta investigación, en donde se pudo obtener los siguientes resultados.

**Tabla 1**

*Estadísticos de fiabilidad*

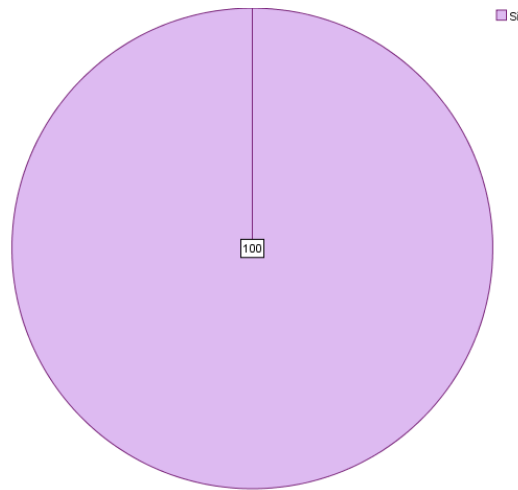
Alfa de Cronbach	N de elementos
,912	9

Nota. En la tabla consta el valor obtenido del coeficiente Alfa de Cronbach y el número de elementos que se pasaron por el software Spss 26.

Como se puede evidenciar en el análisis de fiabilidad, según el Alfa de Cronbach, es de ,912 esto figura que el instrumento de encuesta utilizado es fiable, puesto que a la obtención que más se aproxime a 1, será mayor la validez que tenga el instrumento aplicado.

### Gráfico 1

¿Ha visitado Rancho Bebbamburg en Barquero, Chone?



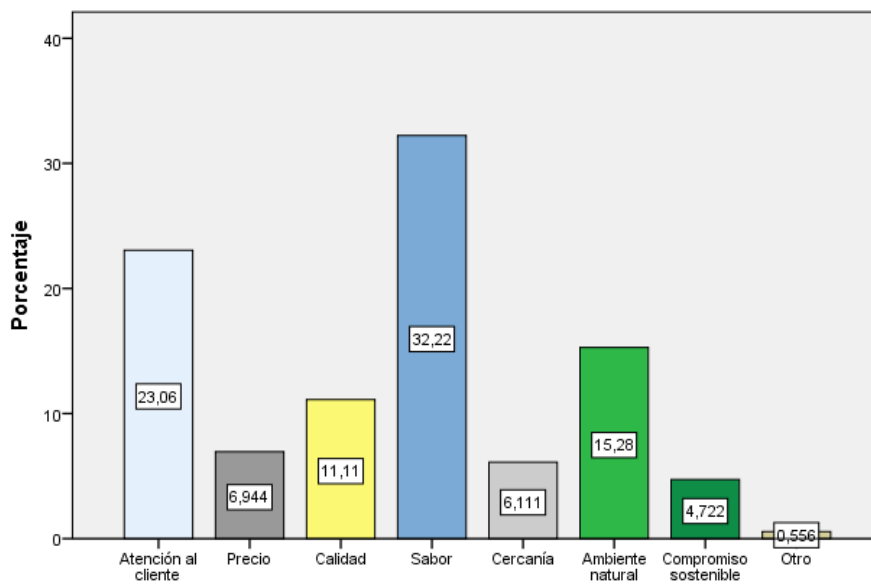
Nota. Encuesta realizada a los clientes reales de Rancho Bebbamburg.

### Análisis

En primera instancia se realizó una pregunta filtro para determinar si las personas encuestadas tienen conocimiento y experiencias directa con el lugar. En este caso, dado que todas las 360 personas encuestadas respondieron afirmativamente, se desglosa para poder continuar con la encuesta y tener respuestas de quienes ya han tenido experiencia en el servicio.

### Gráfico 2

¿Cuál fue el factor más importante que influyó en su decisión de hacer uso de los servicios de este negocio?



Nota. Encuesta realizada a los clientes reales de Rancho Bebbamburg.

### Análisis

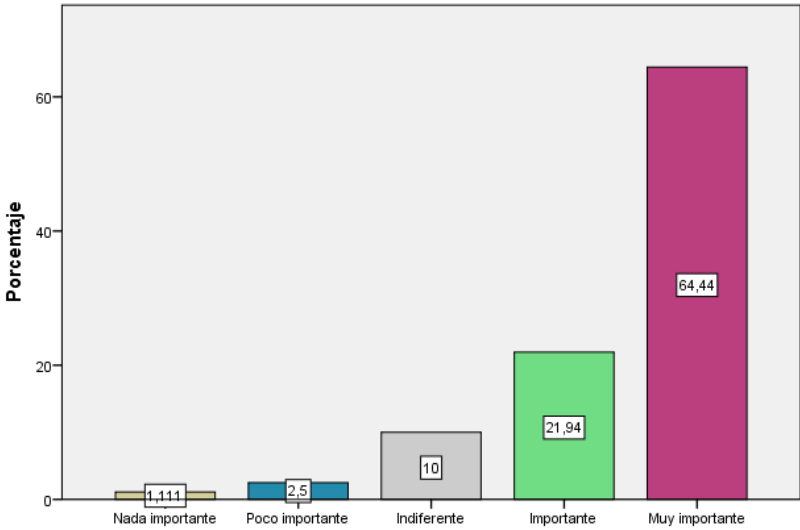
De acuerdo a la interrogante, se evidencia que el factor más importante que influyó en que los clientes tomen la decisión de utilizar los servicios de Rancho Bebbamburg es el sabor, con una notable puntuación del 32,22%, esto figura que la calidad de la comida es primordial para los consumidores. Cabe destacar que la atención al cliente también es relevante con un 23.06%, y que los clientes desean ser atendidos en un ambiente natural lo que contribuye con un 15.28%, el sabor se destaca como el aspecto más decisivo que atrae a los comensales, superando de tal



manera a otros factores como la cercanía, el precio y el compromiso sostenible que tienen un impacto menor al momento de elegir visitar el restaurante.

**Gráfico 3**

*¿Es importante al decidir consumir en un restaurante que este realice acciones de responsabilidad social y ambiental?*



Nota. Encuesta realizada a los clientes reales de Rancho Bebbamburg.

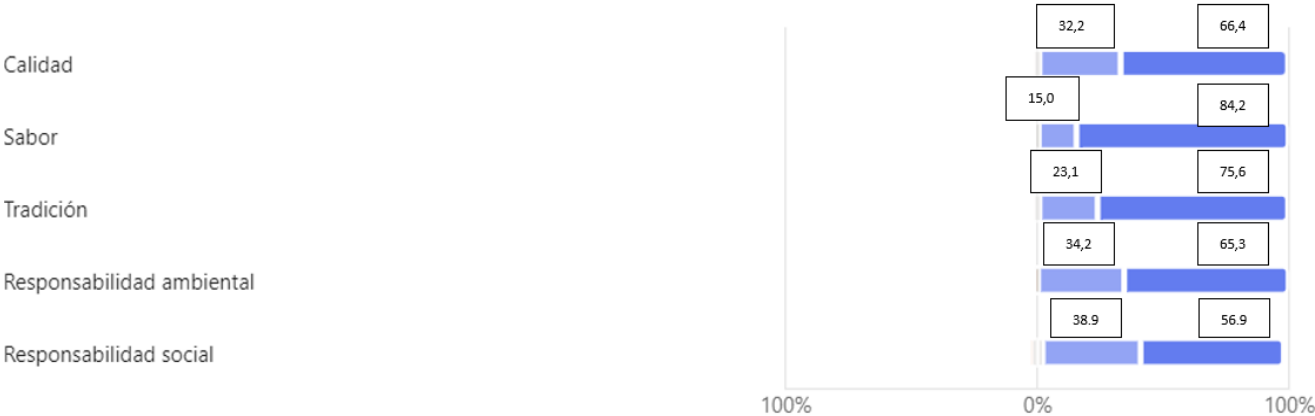
**Análisis**

De acuerdo a los resultados obtenidos, las personas encuestadas consideran notablemente importante que los restaurantes realicen acciones que tengan que ver con de responsabilidad social y ambiental, esto lo afirma el 64.44% que considera este aspecto como muy importante al momento de decidir servirse los alimentos. Además, un 21.94% lo califica como importante, esto sugiere que la gran mayoría de los clientes valora positivamente las prácticas sostenibles y la ética. Sin embargo, existe un pequeño porcentaje que muestra indiferencia o considera estas como poco o nada importante, con cifras de 10%, 2,5% y 1,11%, respectivamente. Esto indica que los negocios que implementan estas políticas de responsabilidad social y ambiental no solo cumplen con las expectativas de los consumidores, sino que además pueden atraer a un público más amplio y comprometido.

**Gráfico 4**

*Pensando en la marca Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, en una escala del 1 al 5 donde 1 es 'Nada' y 5 es 'Mucho'.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5



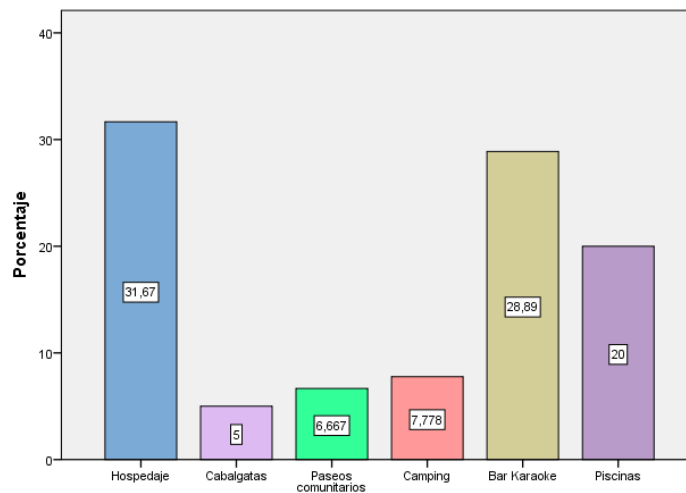
Nota. Encuesta realizada a los clientes reales de Rancho Bebbamburg.

## Análisis

La marca Rancho Bebbamburg es percibida por sus clientes como se evidencia con calificaciones de 4 y 5 lo que claramente significa que tiene cualidades positivas, sumando estos dos porcentajes resalta el sabor con un 99,2% y la tradición 98,7%, lo anterior sugiere que estos aspectos son esenciales en la preferencia de los clientes. Además, la calidad también juega un papel muy importante, con un 98,6% de asociación, esto claramente se ve reflejado la percepción que tienen los consumidores con la marca. Además, la responsabilidad ambiental 99,5% y social 95,8% son valoradas. En conjunto, estos resultados indican que como tal la marca Bebbamburg ha logrado establecer una conexión significativa con sus consumidores, basada en su tradición con gastronomía deliciosa, la calidad de sus productos y su compromiso con prácticas responsables.

### Gráfico 5

¿Qué servicios adicionales le gustaría que oferte Bebbamburg?



Nota. Encuesta realizada a los clientes reales de Rancho Bebbamburg.

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que las personas encuestadas tienen un interés variado. El hospedaje es una de las opciones más demandadas, con un 31,67% de preferencia, esto indica que los clientes valoran la posibilidad de alojarse en el establecimiento. A esto le sigue el bar karaoke con un 28,89% en esto se evidencia que los clientes buscan la socialización y entretenimiento. Por consiguiente las piscinas también son de interés de los clientes, con un 20%, esto refleja el deseo de los usuarios en tener opciones recreativas. Mientras que en menor medida se encuentran las cabalgatas con un 5%, los paseos comunitarios 6,67% y camping 7,78%. A pesar de que estas últimas tienen su atractivo no son de gran prioridad para los encuestados. En conjunto estos resultados servirán como guía para el establecimiento, para diversificar sus servicios y llegar a satisfacer las expectativas que tienen sus clientes a futuro.

- **Resultados de Matriz de Factores Externos (MEFE)**

**Tabla 2**

*Matriz de Factores Externos (MEFE)*

MATRIZ MEFE: Evaluación de Factores Externos				
Factores Externos		Valor	Calificación	Ponderado
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Las familias manabitas tratan de seguir sus tradiciones y costumbres, por ello, visitan el restaurante Bebbamburg, de modo que brinda una experiencia gastronómica única, como lo es la comida ancestral manabita.	0.20	4	0.8

2	Gracias a la innovación tecnológica, el restaurante cuenta con cámaras de seguridad lo que permiten monitorear y vigilar en tiempo real diferentes espacios del establecimiento lo que proporciona seguridad, y tranquilidad a los clientes.	0.05	3	0.15
3	El restaurante implementa prácticas de conservación del agua, como: instalación de dispositivos de ahorro en grifos y lavavajillas, con una instalación artesanal realizada por los dueños del restaurante, permitiendo el riego de plantas y sembríos que tiene el establecimiento, de este modo se influye a los clientes para concientizar el uso responsable del agua, contribuyendo a la sostenibilidad en los restaurantes.	0.15	3	0.45
4	En la Ley de Gestión Ambiental; en el Art.2 indica qué, esta se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales.	0.1	4	0.4
5	Ciudades y comunidades sostenibles	0.1	3	0.3
		<b>0.6</b>		<b>2.10</b>
<b>AMENAZAS</b>				
1	La falta de un gobierno estable en el país y la crisis política que se ha vivido los últimos años han generado un vacío de poder que permite el aumento de la delincuencia y la violencia, esto repercute en que las familias ecuatorianas no deseen salir de sus casas por miedo y visitar en este caso la gastronomía con la que cuenta Bebbamburg.	0.15	4	0.6
2	El acceso limitado a la banca tradicional ha dificultado a Bebbamburg el acceso a servicios financieros formales, debido al historial crediticio, por ello, se ha encontrado obstáculos para obtener un microcrédito, créditos de consumo, etc. Esto por la falta de documentación o la falta de garantías.	0.1	4	0.4
3	Cambios en las necesidades y gustos del consumidor, lo cual puede alejar a los clientes del restaurante.	0.1	3	0.3
4	Las RRSS permiten que los negocios se conecten directamente con sus clientes y establezcan una comunicación bidireccional. Esto brinda la oportunidad de obtener retroalimentación, conocer sus necesidades, sus preferencias y construir relaciones sólidas. Mediante estas herramientas tecnológicas llegar a más consumidores o clientes. Sin embargo, Bebbamburg actualmente no está del todo pendiente de estas, lo cual repercute en llegar a un público más amplio.	0.05	2	0.1
		<b>0.40</b>		<b>1.40</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.0</b>		<b>3.50</b>

*Nota.* Para la elaboración de la matriz MEFE, se extrajo información de la Matriz PESTARI, ver en Anexos.

### **Análisis**

La matriz de evaluación de factores externos (MEFE) muestra que existe más oportunidades que amenazas para el restaurante Bebbamburg, debido a que la puntuación de oportunidades es mayor que la de las amenazas (2.10 frente a 1.40). Sin embargo, las amenazas identificadas como son la inseguridad, los cambios en las necesidades del consumidor, el acceso limitado a la banca tradicional, y el no manejo correcto de las RRSS deben de ser tomadas en cuenta para la toma de decisiones estratégicas de este emprendimiento.

- **Resultados de Matriz de Factores Internos (MEFI)**

**Tabla 3**

*Matriz de Factores Internos (MEFI)*

<b>MATRIZ MEFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos</b>				
<b>Factores Internos</b>		<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Bebbamburg adopta un estilo de gerencia participativo, que se basa en la participación de los empleados en la toma de decisiones y la resolución de problemas, en donde se fomenta la colaboración y la comunicación abierta, lo que puede ayudar a crear un ambiente de trabajo positivo y motivador. Además, opta el estilo de gerencia que va orientado a la satisfacción del cliente, en donde la experiencia que obtengan sea fundamental para el crecimiento de este emprendimiento.	0.15	4	0.6
2	Uno de los principales valores del restaurante Bebbamburg es la sostenibilidad ya que promueve prácticas sostenibles, cómo es la conservación del agua, la autenticidad de su cocina rural que hace resaltar sus sabores y tradiciones, además de su hospitalidad que se centra en crear un ambiente acogedor y familiar para sus visitantes.	0.1	3	0.3
3	La toma de decisiones en este emprendimiento se basa en ofrecer platos que sean atractivos para los clientes locales y que se adapten a los recursos disponibles. En donde definir el precio es otro factor importante que influye al éxito del restaurante, fijando precios que sean flexibles y adaptables a sus clientes y consumidores.	0.1	3	0.3
4	Gracias a sus ventas, este emprendimiento se ha mantenido manejable, ya que cuenta con un presupuesto claro de sus gastos e ingresos, lo que le ha permitido no generar endeudamiento con sus proveedores o entidades financieras, de esta manera asegura su estabilidad económica	0.1	4	0.4
5	La sostenibilidad en los restaurantes no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede generar ahorros de costos a largo plazo, mejorar la reputación del emprendimiento y además atrae a clientes que buscan opciones más sostenibles, por ello, Bebbamburg aplica estrategias como la reducción de desperdicios, el reciclaje y la conservación del agua lo que ayuda a optimizar sus ingresos.	0.05	4	0.2
6	La identidad de este emprendimiento se diferencia por su nombre Rancho Bebbamburg (más conocido como la casita del girasol) que nace de una fortaleza en la edad media de la antigua Northumbria (Inglaterra). Su historia inspira a ser una fortaleza y se decidió tomar este nombre ya que posee paisajes similares, al encontrarse en unas de las pendientes ubicadas en la vía a las cabeceras de Barquero en donde se puede observar una gran parte del estuario del Rio Chone que desemboca con el océano pacífico.	0.05	3	0.15

7	Bebbamburg, aprovecha la fidelidad de los clientes o consumidores que genera el marketing de recomendación o más reconocido como voz a voz, generando un aumento en las ventas y ahorrando costos en marketing ya que la recomendación es una forma rentable y no requiere de grandes presupuestos para publicidad.	0.1	3	0.3
8	El e-commerce es utilizado en el restaurante, lo que permite el desarrollo de diferentes modalidades de venta online: como reservaciones, venta anticipada, pedidos para llevar y entregas a domicilio. En donde juegan un papel importante el marketing offline y online. Página de Facebook: <a href="https://www.facebook.com/share/jb7fALVZshbajcrs/">https://www.facebook.com/share/jb7fALVZshbajcrs/</a> WhatsApp: <a href="https://wa.me/message/Z3FWJ2RODQ6TE1">https://wa.me/message/Z3FWJ2RODQ6TE1</a>	0.05	4	0.2
9	La infraestructura de este emprendimiento es óptima, ya que permite la gestión de las operaciones diarias, optimizando el espacio de almacenamiento	0.05	3	0.15
10	Bebbamburg, al ser un restaurante familiar, no ejecuta este proceso, sin embargo, los miembros de la familia están dispuestos a asumir diversos roles para garantizar la operatividad del negocio. Esto puede ayudar a reducir costos y mantener la flexibilidad en la gestión del restaurante.	0.05	3	0.15
		<b>0.8</b>		<b>2.75</b>
<b>DEBILIDADES</b>				
1	El restaurante no ha demostrado innovación en el desarrollo de nuevos menús, dado que su estrategia de venta implica la comida manabita ancestral, lo que es una fortaleza para sus competidores.	0.10	4	0.4
2	Es importante invertir en la capacitación de los empleados para garantizar que tengan habilidades y conocimientos necesarios para ofrecer un servicio excelente, sin embargo, Bebbamburg no realiza este rol, puesto que, es un emprendimiento y cuenta con un número pequeño de personal	0.10	4	0.4
		<b>0.2</b>		<b>0.80</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.0</b>		<b>3.55</b>

*Nota.* Para la elaboración de la matriz MEFI, se extrajo información de la Matriz MII, ver en Anexos.

### **Análisis**

La matriz de evaluación de factores internos (MEFI) muestra que existe más fortalezas que debilidades para el restaurante Bebbamburg, debido a que la puntuación de fortalezas es mayor que la de las debilidades (2.75 frente a 0,80). Sin embargo, las debilidades identificadas como la falta de capacitación y la innovación de menú, es una oportunidad para la competencia que los acecha, por lo cual, estas debilidades deben ser tomadas en cuenta para la toma de futuras decisiones estratégicas del restaurante.

**Tabla 4**

*Análisis Estratégico FODA*

Análisis Estratégico FODA									
OPORTUNIDADES					AMENAZAS				
		El Art. 2 de la Ley de Gestión Ambiental se rige por principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, reciclaje, reutilización de desechos.	Las familias manabitas siguen sus tradiciones y costumbres, buscando una experiencia gastronómica única, como lo es la comida ancestral manabita.	Innovación tecnológica, el restaurante cuenta con cámaras de seguridad lo que permiten monitorear y vigilar en tiempo real diferentes espacios, lo que proporciona seguridad, y tranquilidad a los clientes.	ODS 12 Cuidado y comunidades sostenibles	La falta de un gobierno estable en el país y la crisis política que se ha vivido los últimos años han generado un vacío de poder que permite el aumento de la delincuencia y la violencia.	El acceso limitado a la banca tradicional ha dificultado a Bebbamburg el acceso a servicios financieros. Esto por la falta de documentación o la falta de garantías.	Se presentan muchos cambios y el más común es la exigencia en las necesidades y gustos del consumidor, lo cual puede alejar a los clientes del restaurante.	Bebbamburg actualmente no está del todo pendiente de las RRSS, lo cual repercute en llegar a un público más amplio.
		<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>	<b>O4</b>	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A3</b>	<b>A4</b>
<b>FORTALEZAS</b>		<b>Estrategias Ofensivas (FO)</b>				<b>Estrategias Sostenibles (FA)</b>			
Uno de los principales valores del restaurante Bebbamburg es la sostenibilidad, promoviendo prácticas eco-amigables.	<b>F 1</b>	Crear un sistema de acumulación de puntos por acciones eco-amigables que realicen los consumidores, como traer sus propios envases o reciclar. Posterior estos puntos pueden ser canjeados por descuentos o productos.				A partir de las adquisiciones de las cámaras de vigilancia; estas deben estar en puntos estratégicos del establecimiento, tanto en el interior como en el exterior, esto con el fin de disuadir las actividades delictivas y llegar a proporcionar evidencia en caso de algún incidente.			
Gracias a sus ventas, este emprendimiento se ha mantenido manejable, lo que le ha permitido no generar endeudamiento con sus proveedores o entidades financieras.	<b>F 2</b>	A partir del buen manejo Bebbamburg no tiene deudas con entidades financieras, de esta manera asegura su estabilidad económica. Por ello, sería factible poder invertir en campañas de marketing en sus RRSS, en donde se resalte la riqueza cultural que tiene Manabí, con el fin de atraer a turistas y nuevos clientes interesados en la gastronomía ancestral manabita.				Establecer un ahorro empresarial, esto permitirá que los responsables del negocio puedan acceder a estos fondos en caso de emergencias o necesidades financieras, de esta manera, se reduce la dependencia de instituciones bancarias.			
Bebbamburg, aprovecha la fidelidad de los clientes o consumidores que genera el marketing de recomendación o más reconocido como voz a voz, generando un aumento en las ventas y ahorrando costos en marketing	<b>F 3</b>	Gracias a la adquisición de cámaras, Bebbamburg podría implementar publicidad en donde se destaque las características de seguridad con la que cuentan, llegando a utilizar testimonios de sus clientes en donde resalten la tranquilidad que sienten al visitar el establecimiento.				Ampliar y mejorar las opciones de menú e incluir nuevas opciones con el fin de adaptarse a los nuevos cambios del mercado y poder siempre estar a la par de la competencia, esto no solo atraerá a nuevos clientes, sino que también fortalecerá la relación con los que ya existen.			
La infraestructura de este emprendimiento es óptima, ya que permite la gestión de las operaciones diarias, optimizando el espacio de almacenamiento	<b>F 4</b>	Gracias a que la infraestructura es óptima, poder implementar un huerto con más variedad de ingredientes y estos al ser frescos utilizarlos en la preparación de los alimentos, así se fomenta una agricultura sostenible; además, de educación sobre prácticas ecológicas.				Crear un cronograma y que en este se detalle el tipo de contenido que se debe publicar, cuándo y en qué plataforma. Esto permitirá al establecimiento a certificar una presencia constante y más organizada en las RRSS.			
<b>DEBILIDADES</b>		<b>Estrategias Defensivas (DO)</b>				<b>Estrategias Evasivas (DA)</b>			
El restaurante no ha demostrado innovación en el desarrollo de nuevos menús, ya que su estrategia de venta implica la comida manabita ancestral, lo que es una fortaleza para sus competidores.	<b>D 1</b>	Diseñar un menú más variado en donde se incluya desde opciones rápidas, hasta platos ancestrales manabitas, todo ello debe mantenerse con su enfoque amigable.				Proporcionar información y capacitación a los colaboradores sobre cómo manejar situaciones de emergencias. Puede incluir como identificar comportamientos sospechosos y cómo actuar frente a incidentes.			
Bebbamburg no invierte en capacitación para sus colaboradores puesto que, es un emprendimiento y cuenta con un número pequeño de personal.	<b>D 2</b>	Invertir en capacitaciones sobre la atención al cliente, hospitalidad, taller cultural; en donde se pueda conocer la cultura manabita: como sus costumbres, su historia. Esto beneficiará a los colaboradores a conocer a comprender mejor el servicio gastronómico que ofrecen.				Aprovechar las diferentes plataformas que brindan capacitaciones en línea de manera gratuita o de bajo costo para poder capacitar a los colaboradores en diferentes áreas.			
Restaurante Virginia, representa una debilidad para Bebbamburg, quién es su competidor directo.	<b>D 3</b>	Analizar las preferencias gastronómicas de los clientes a través de encuestas y recoger feedback, esto con el fin de estar un paso delante de la competencia.				Con la implementación de un menú más variado, implementar sistemas de recompensas para clientes frecuentes, incentivando su regreso. Además, mantener los precios accesibles y el sabor delicioso de sus platillos.			

Nota. En la tabla se muestra el análisis estratégico FODA, además las estrategias según el caso; ofensivas, sostenibles, evasivas y defensivas.

- **Mapa estratégico**

**Tabla 5**

*Características de la Competencia.*

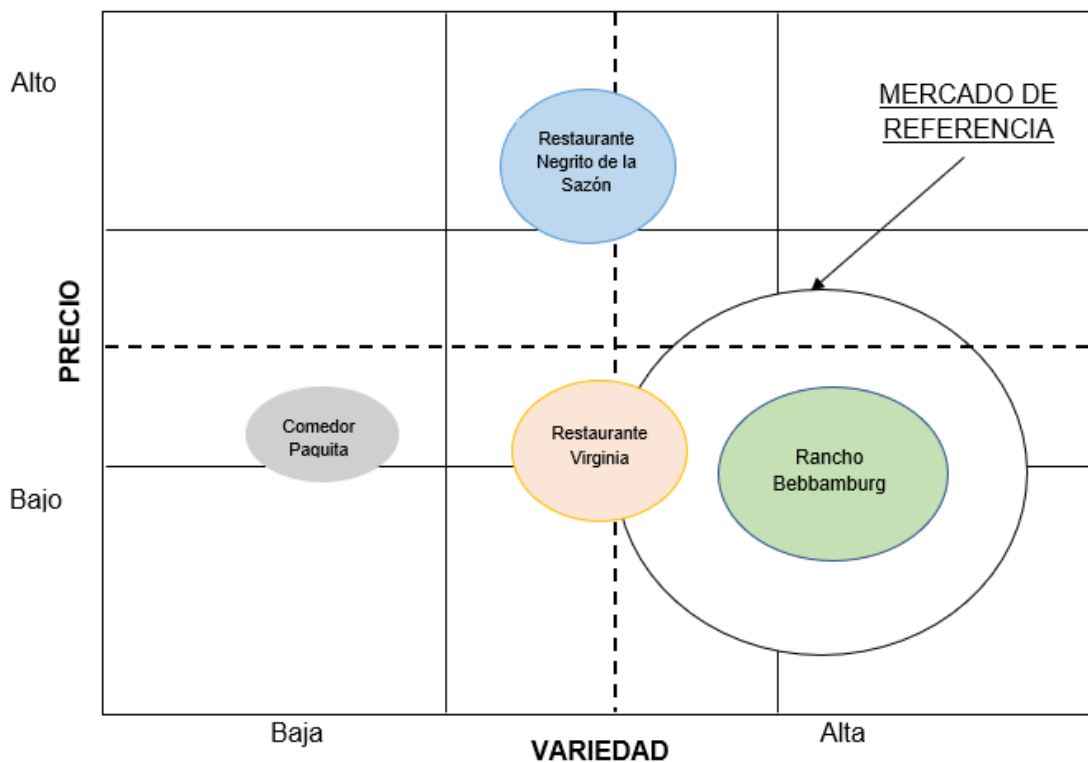
COMPETIDOR	SERVICIO QUE OFRECE	CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS	PRECIO	VARIEDAD	ALCANCE GEOGRÁFICO
Comedor Paquita	Servicio de restauración	Ninguno	\$ 3,00.	Almuerzo	Alcance local
El Negrito de la Sazón	Servicio de restauración	Ninguno	\$4,00- \$5,00	Almuerzo. Merienda.	Alcance local
Restaurante Virginia	Servicio de restauración	Ninguno	\$2,50- \$4,50	Almuerzo. Merienda.	Alcance local
Rancho Bebbamburg	Servicio de restauración	Áreas de recreación.	\$2,25- \$5,00	Desayuno. Almuerzo. Merienda.	Alcance local

Nota. Se muestra los diferentes competidores que tiene Rancho Bebbamburg, además se visualiza los servicios que ofrece, sus características, el precio que disponen, su variedad y alcance.

**Gráfico 6**

*Mapeo Estratégico*

Los competidores directos del restaurante Bebbamburg son los establecimientos gastronómicos como: Comedor Paquita, El Negrito de la Sazón, Restaurante Virginia.



Nota. En el Mapeo Estratégico se ha podido comprobar en qué nivel de precios y variedad se encuentran los restaurantes, es así como podemos constatar que el competidor principal para Bebbamburg, en este caso es el restaurante Virginia, su variedad incide en ofrecer almuerzos y meriendas y sus precios también son accesibles.

- **Propuesta de solución: Plan Estratégico para Bebbamburg**

**Tabla 6.**

*Filosofía Empresarial*

PLAN ESTRATÉGICO		
Filosofía empresarial		
Misión	Visión	Valores
Satisfacer las expectativas y preferencias de nuestros clientes, ofreciendo comida típica y ancestral manabita, a través de un servicio de calidad, con precios accesibles y en un ambiente familiar, natural y de recreación.	Ser reconocidos como un Rancho Turístico de referencia en la comunidad y mantener su esencia con una identidad sostenible, cultural y gastronómica, aumentando la preferencia de nuestros clientes.	<b>Organizacionales</b>
		<b>Sostenibilidad:</b> Nos preocupamos por el bienestar del medio ambiente, teniendo compromisos con prácticas eco-amigables.
		<b>Cultura ancestral-tradicional:</b> valorar y promocionar las tradiciones y costumbres manabitas.
		<b>Calidad:</b> constante búsqueda de la excelencia del servicio y productos ofrecidos.
		<b>Responsabilidad Social:</b> compromiso por el bienestar de la comunidad.
		<b>Diversidad e inclusión:</b> respetar y valorar la diversidad social y cultural de los clientes, asegurando que se sientan bienvenidos y valorados.
		<b>Operativos</b>
		<b>Orientación al cliente:</b> satisfacer y priorizar las necesidades de los clientes en todo momento.
		<b>Trabajo en equipo:</b> colaboración entre todo el personal para alcanzar los objetivos empresariales.
		<b>Eficiencia:</b> Optimizar procesos internamente para reducir costos y mejorar la calidad del servicio ofrecido.
<b>Respeto:</b> El restaurante enfatiza el respeto por los clientes, los colaboradores y el medio ambiente. Proporcionando un servicio amable y respetuoso.		
<b>Motivación:</b> proviene de una variedad de factores como; el amor por la gastronomía, la hospitalidad, el deseo de crear un negocio exitoso, y la oportunidad de contribuir a la familia.		

Nota. Esta tabla menciona la filosofía empresarial de “Rancho Bebbamburg” destacando así su misión, visión, valores organizacionales y operativos que guían sus operaciones diarias con los clientes.



**Tabla 7.**

*Plan de acción*

PLAN ESTRATÉGICO					
Plan de acción					
Objetivos	Estrategias	Actividades	Recursos	Responsables	Costos
<b>Objetivos Corporativos de Crecimiento</b>					
Implementar estrategias de marketing digital.	Incrementar la visibilidad para el posicionamiento de la marca.	Crear perfiles en Tiktok e Instagram y publicar contenido regularmente.	Presupuesto para la publicidad en RRSS.	Administrador Bebbamburg	\$15,00
	Realizar anuncios publicitarios para promocionar Bebbamburg.	Diseñar campañas pagadas en Facebook	Presupuesto publicitario.	Administrador Bebbamburg	\$10,00
Elevar el nivel de fidelización de los clientes.	Implementar un programa de fidelización de clientes.	Descuento en la siguiente compra.	Tickets con el 10% de descuento, entregados a clientes.	Administrador Bebbamburg	-
Ofrecer eventos trimestralmente para atraer a más visitas.	Organizar eventos gastronómicos, deportivos, culturales, artísticos, otros.	Ofrecer eventos como; bingos, bailes con temática, juegos deportivos, ferias culinarias.	Material publicitario, flayers, video, abastecimiento de productos.	Administrador Bebbamburg	\$300
<b>Objetivos Corporativos de Rentabilidad:</b>					
Disminuir los costos operativos, mediante la implementación de prácticas sostenibles.	Implementar sistemas de reducción de energía, reducción de desperdicios, optimizar residuos para elaborar otros platillos.	Reemplazar las luces tradicionales por luces LED, para reducir costos, además, debido al problema energético. Realizar compostaje, o nuevos productos con residuos.	Luces LED. Residuos.	Administrador Bebbamburg	\$20,00
Aumentar la rentabilidad por cliente a través de la introducción de nuevos productos en el menú.	Desarrollar nuevos productos, como el incluir, postres y bebidas frozen.	Investigación de receta. Creación de receta. Pruebas pequeñas de sabor con clientes	Ingredientes Utensilios de cocina.	Encargado de cocina en Bebbamburg	\$35,00
<b>Objetivos Corporativos de Desarrollo:</b>					
Implementar programas de capacitación para todos los colaboradores.	Capacitar a los colaboradores, para mejorar la experiencia del cliente.	Realizar capacitaciones sobre atención al cliente, prácticas sostenibles, gestión administrativa. Estas actividades se llevarán a cabo semestralmente.	Talleres teóricos y prácticos. MIES, MIPRO, UNIVERSIDADES, OTROS.	Administrador Bebbamburg	\$15,00
Implementar mejoras como sistemas más eficientes en temas, sostenibles.	Mejorar la infraestructura sostenible de Bebbamburg, que minimicen el impacto ambiental y mejorar la imagen corporativa.	Ubicar contenedores que estén claramente etiquetados para separar residuos, según su origen en: (orgánicos, reciclables, no reciclables).	Redactar un oficio solicitando un contenedor de reciclaje al municipio de Chone. Materiales para etiquetar	Administrador Bebbamburg	\$10,00

Nota. La tabla muestra los objetivos de acuerdo a: crecimiento, rentabilidad y desarrollo, las estrategias, actividades, los recursos, el responsable y el costo.

## Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidencia la importancia de un plan estratégico y que este integre prácticas sostenibles en sus operaciones diarias, cabe mencionar que la correcta planificación mejorará la eficiencia y eficacia de las actividades diarias del negocio. En este contexto, el diagnóstico organizacional a través de las matrices se convirtió en una herramienta esencial para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, internas y externas. Lo anterior, corresponde directamente al objetivo de la investigación que fue la de desarrollar un diagnóstico organizacional que sirva como base para un plan estratégico que aporte a la gestión empresarial sostenible del restaurante Bebbamburg.

De esta manera, la matriz MEFE revela que Bebbamburg enfrenta un entorno competitivo desafiante, en donde las oportunidades que se reflejan se encuentran qué; brindan una experiencia gastronómica única, prevalecen en innovación tecnológica, cuentan con un ambiente natural e implementación de prácticas sostenibles. Mientras que las amenazas directas, se encuentran, el acceso limitado a la banca tradicional, la inseguridad, los problemas energéticos; y aunque existen más oportunidades que amenazas, está última deben ser tomadas en cuenta para mejorar la administración estratégica del emprendimiento, a decir de Burbano & Funes (2022) es una herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas que le permitirán a la empresa sobrevivir, prosperar, desarrollarse y sostenerse con una ventaja más competitiva.

Asimismo, de acuerdo a la matriz MEFI en donde se pueden visualizar las fortalezas; como el hecho de que el negocio cuenta con instalaciones amplias, en un ambiente natural, eco-amigable y en donde se pueden realizar diferentes actividades, mientras que sus debilidades; se encuentra que no existen capacitaciones al personal referentes a temas de atención al cliente, sostenibilidad y gestión administrativa. Respecto a Soledispa et al., (2022) una adecuada gestión administrativa se forma de sinergia constante, en donde las decisiones acertadas y a tiempo provocan un impacto positivo en las organizaciones, mientras que al no ser adecuadas y en el tiempo oportuno el impacto en el negocio será negativo.

Por consiguiente, el análisis FODA permitió identificar los aspectos negativos y positivos que tiene el emprendimiento, desarrollando estrategias ofensivas, sostenibles, defensivas y evasivas siendo estas una herramienta que ayuda a llegar a planificar estratégicamente, poder tomar decisiones informadas, identificar las oportunidades de crecimiento y mejorar notablemente el negocio. De acuerdo a Leguizamón (2020) el ejercicio FODA se define como un proceso para llegar a identificar de forma sistemática, tanto las oportunidades como las amenazas que se prevén en el futuro, con el fin de poder explotar las primeras y llegar a evitar las segundas (p.15).

Dentro de este orden de ideas, el análisis precedente del Mapa Estratégico, se evidencia que Rancho Bebbamburg ofrece más variedad y además que mantiene precios accesibles a sus clientes, Socateli (2013) menciona que, es esencial que exista un análisis de la competencia, este permite examinar las características de los rivales existentes a los que se tendrá que enfrentar, de igual manera las particularidades de los productos o servicios que ofrecen, este análisis es clave para poder llegar a evaluar la viabilidad comercial de un nuevo emprendimiento o negocio, lo anterior, repercute en que los negocios puedan comprender su entorno competitivo, con el fin tomar decisiones efectivas y poder identificar y aprovechar las oportunidades en el mercado.

Finalmente existen autores quienes destacan la importancia de que las empresas cuenten con una planificación estratégica para llevarla al éxito organizacional. Según Chong et al., (2019) un plan de acción es un instrumento clave en el rendimiento, productividad y efectividad del negocio.

Asimismo, Robles & Carreño (2020) enfatizan que la planeación es fundamental para el éxito de las organizaciones, de modo que esta permite definir correctamente la misión, visión, objetivos y estrategias que sean necesarias para poder lograr el crecimiento y la sostenibilidad que buscan las empresas hoy en día. Además, Aldaz Morales (2022) concuerda en que un plan formal le proporciona a las empresas un mapa claro de las actividades que deben realizar para poder alcanzar sus objetivos, esto es vital para el entorno empresarial que cada vez es mas competitivo.

## Conclusiones

- De acuerdo al rumbo estratégico que está tomando Rancho Bebbamburg se centra en tener una visión y misión claras que son una guía para sus operaciones diarias hacia un futuro más competitivo y sostenible. Su visión es ser reconocidos como un Rancho Turístico de referencia, en un ambiente natural, creando una identidad sostenible, cultural y gastronómica en sus clientes. Mientras que su misión, se centra en ofrecer una experiencia inolvidable, natural y familiar, ofreciendo su gastronomía, sus áreas de recreación, espacios verdes, y diversidad ecológica; manteniendo la satisfacción de sus clientes con precios realmente accesibles. Mientras que en sus objetivos y estrategia se encuentran; elevar el nivel de fidelización de clientes, aumentar la visibilidad para el posicionamiento de la marca en el mercado, desarrollar nuevos productos, disminuir sus costos operativos mediante la implementación de prácticas sostenibles, entre otros.
- Considerando las nuevas oportunidades que Rancho Bebbamburg deberá aprovechar, se encuentran la demanda por la experiencia gastronómica tradicional y ancestral entre los consumidores, asimismo el interés de los viajeros en el turismo rural y cultural de Manabí que se ofrece en el emprendimiento. Cabe recalcar que de acuerdo al plan de acción para el crecimiento del negocio será eficaz que implementen las estrategias de marketing digital, elevar el nivel de fidelización de los clientes y ofrecer eventos trimestralmente para ampliar su mercado.
- La planeación estratégica para el emprendimiento ha proporcionado un mapa claro tanto en la filosofía empresarial como en el plan de acción, en donde se puede observar que las acciones están alineadas con los objetivos de crecimiento, rentabilidad y desarrollo ya establecidos, permitiendo a Bebbamburg ajustar sus operaciones diarias según sea necesario.
- Por otra parte, de acuerdo a las situaciones emergentes en el contexto interno; Bebbamburg se encuentra la falta de capacitación del personal que labora en el emprendimiento; esto con el fin de mejorar la experiencia que tiene el cliente en su establecimiento, por ello, en el plan de acción una de las estrategias claves son la de realizar capacitaciones sobre atención al cliente, prácticas sostenibles, gestión administrativa, estas actividades se llevarán a cabo semestralmente. Por otro lado, la falta de innovación en el menú, repercutiendo en el plan con el objetivo de aumentar la rentabilidad por cliente a través de la introducción de nuevos productos en el menú, para esto se deberá desarrollar nuevos productos, como el incluir, postres y bebidas frozen. Mientras que, en el contexto externo, se encuentran la inestabilidad política que redundo en la inseguridad y en la crisis energética lo que afecta a la influencia de los clientes, de modo que las personas eviten salir de sus hogares y visitar el establecimiento, de igual manera la dificultad que ha tenido Bebbamburg para acceder a servicios bancarios lo que limita las opciones de financiamiento y expansión que desean sus clientes reales de acuerdo a la encuesta realizada y que son necesarias para mantenerse competitivo en el mercado.
- Finalmente, las estrategias de sostenibilidad con las que cuenta Rancho Bebbamburg aportan a la gestión empresarial sostenible a corto y largo plazo, en donde incluyen la logística inversa, prácticas de conservación del agua, el reciclaje. Sin embargo, para potenciar estas estrategias en el plan de acción se estableció objetivos como el de disminuir los costos operativos mediante la implementación de prácticas sostenibles; implementando sistemas de reducción de energía, optimizar los residuos para elaborar nuevos productos, reemplazando las luces tradicionales por luces LED, realizar compostaje o nuevos productos, así mismo para mejorar la imagen corporativa en el momento de reciclar: se deberán ubicar contenedores que estén claramente etiquetados para poder separar bien los residuos según su origen.

## Referencias

- Aldaz Morales , J. R. (2022). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL SITIO TURÍSTICO "CASCADAS SAN MATEO", CANTÓN LAS NAVES-PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2022*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO. FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN. <https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12239>
- Alonso Martínez , D., Jiménez Parra, B., & González Álvarez, N. (2023). *Fomentando la sostenibilidad empresarial a través del aprendizaje colaborativo*. Universidad de León. <https://doi.org/https://buleria.unileon.es/handle/10612/20128>
- Altamirano Taica, A., Gamboa Cruzado, J., & Hidalgo Sánchez , A. (2023). Planeamiento estratégico y su impacto en la administración pública. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(102), 477-498. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890862>
- Araque Jaramillo, W. (2021). *Lento avance de la gestión empresarial sostenible de las Pyme*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://doi.org/https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/No.-13.-Lento-avance-de-la-gestion-empresarial-sostenible-de-las-Pyme.pdf>
- Briones Bravo, K. N., & Ramírez Alcívar, A. J. (2023). *Plan estratégico para la Avícola Mia de la ciudad de Calceta*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. <https://doi.org/https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/2183>
- Burbano, A., & Funes, L. (2022). La Administración Estratégica Dentro de las Pymes. *Polo del Conocimiento*, 7(5), 1167-1174. <https://doi.org/https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4019/9379>
- Carrasquero Ferrer, S. J. (2024). Buenas prácticas ambientales para la sostenibilidad empresarial: un estudio de caso de PYMES en la provincia del Guayas, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 16(1), 79-88. [https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202024000100079&script=sci\\_arttext](https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202024000100079&script=sci_arttext)
- Castro Díaz, Y., Jiménez Osorio, J., & Garibello Santa, R. (2023). Contabilidad sostenible. Un análisis de las 10 tendencias más importantes a nivel mundial y su influencia en las empresas y la sociedad. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 11(21), 1-29. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9183045>
- Cevallos López, C. M. (2020). *Intervención en la arquitectura vernácula y la arquitectura contemporánea en varios cantones de la Provincia de Manabí, Ecuador*. UNIVERSIDAD DE VALLADOLID. <https://doi.org/file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TFM-A-058.pdf>
- Chong Delgado, I. R., Macías Delgado, I. F., & Parrales Ponce, J. D. (2019). Plan estratégico para mejorar el proceso de atención en el Hospital Básico Jipijapa. *Recimundo*, 3(1), 8. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(1\).enero.2019.670-723](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(1).enero.2019.670-723)
- Fierro Barrgán, S. E., Baéz Yunapanta, S. J., & Pasto Sisa, B. R. (2023). "PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SUMAK SAMY, AGENCIA CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA CAÑAR, AÑO 2023". UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR. <https://doi.org/https://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/6804/1/BAEZ.%20Y%20PASTO.pdf>
- García Guiliany, J., Paz Marcano, A., & Suarez Barros, H. (2022). Elementos de la Filosofía de Gestión que sustentan la competitividad en empresas del sector construcción. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 28(5), 6. <https://doi.org/file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElementosDeLaFilosofiaDeGestionQueSustentanLaCompe-8471683.pdf>

- González Rodríguez, J. E. (2024). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SU APOORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO PARA LAS SALAS DE EVENTOS DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2023*. UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA. FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. <https://doi.org/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10874/1/UPSE-TAE-2024-0017.pdf>
- Hans Jhordan, S. T. (2020). Planeamiento estratégico y presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles del Emporio Comercial de Gamarra. *Quipukamayoc*, 28(58), 27-34. <https://doi.org/https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/19261>
- Hospital Simón , A. (2023). *“Plan Empresarial Sector Textil Ciclismo VALCYCLING”*. Universidad de Valladolid. Facultad de Comercio. <https://doi.org/https://uvadoc.uva.es/handle/10324/63543>
- Julio Quintana, P. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 4(16), 272-283. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/6219/621965988007/621965988007.pdf>
- Leguizamón, C. (2020). *F.O.D.A Proyecto Estratégico de Estudio e Innovación del P.E.I.* . Universidad siglo 21. <https://doi.org/https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/18741>
- Ore Quiroz, H., Olórtegui López, E. J., & Ponce Yactayo, D. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4), 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.37787/zzg09z21>
- Puentes Clavijo, D. (2020). *CÓMO LOGRAR OBJETIVOS ORGANIZACIONALES EN EMPRESAS DEL SECTOR REAL*. UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA. FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA. <https://doi.org/https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/35151/PuentesClavijoDaniel2020.pdf?sequence=1>
- Quezada Correa, S., & Tandazo Acaro, D. C. (2024). *Aplicación de políticas de desarrollo sostenible con enfoque ambiental como estrategia de negocio en las pymes del cantón Machala*. Universidad Técnica de Machala. Facultad de Ciencias Empresariales. <https://doi.org/https://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/22610>
- Riquetti Carrasco, M. M. (2023). *La gestión empresarial sostenible como mecanismo para disminuir la huella de carbono en la Operación Turística de Campus Adventures*. Universidad de las Américas. <https://doi.org/https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/15230>
- Robles Mendoza, D. A., & Carreño Arteaga, N. P. (2020). Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar. *Polo del Conocimiento* , 5(3), 1. <https://doi.org/https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1348/2432>
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., & Romero, M. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 465-475. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/280/28065077034/html/>
- Schebesta Acea, B. D. (2024). *Responsabilidad Social Empresarial, nuevas economías.*, Universidad de Palermo. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Facultad de Diseño y Comunicación. <https://doi.org/http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n128/1853-3523-ccedce-128-225.pdf>
- Serrano Rodríguez, E. J. (2023). *La integración de la estrategia y la inteligencia organizacional en la gestión de proyectos: impulsando el éxito empresarial de la construcción en Bogotá*. Universidad Militar Nueva Granada. <https://doi.org/https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/45307>

- Socateli, M. (2013). *Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles. La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. <https://doi.org/https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.5.pdf>
- Soledispa , X., Pionce, J., & Sierra, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 280-294. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2571>
- Toriz Chong, A. L. (2022). Responsabilidad social empresarial, ¿requisito o compromiso? *Revista Finanzas y Negocios*, 3(1), 72-83. <https://doi.org/https://revistas.ulatina.edu.pa/index.php/Finanzasynegocios/article/view/302/349>
- Urquizo Andrade , P. B. (2023). *Plan de negocios de la empresa restaurante de comida rápida "Hey What's Up"*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://doi.org/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9163/1/T4009-MAE-Urquizo-Plan.pdf>
- Valle Ospino, A., & Niebles Núñez, W. (2017). Planificación estratégica como instrumento de la sostenibilidad ambiental en Pymes de Barranquilla Colombia. *Espacios*, 38(58), 1. <https://doi.org/https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/a17v38n58p06.pdf>
- Vallejo, B. (2023). *Cafetería temática que contribuya a la revalorización de la cultura en la parroquia De San Antonio de Ibarra, Imbabura-Ecuador*. Universidad Técnica del Norte. <https://doi.org/https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13895>
- Vargas Santi, Y. G. (2023). *DISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA HOTELERA KAPAWI ECOLOGDE, UBICADA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA, COMUNIDAD ACHUAR KAPAWI. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*. <https://doi.org/http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18989/1/12T01670.pdf>
- Vera Castillo, C. A. (2023). *Diagnóstico de la Responsabilidad Social de las Empresas Familiares en Pamplona, Norte de Santander*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <https://doi.org/https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55701>
- Vera Castro , M. P. (2024). Responsabilidad social sostenible y las herramientas de gestión empresarial caso: Empresa agroexportadora MISTI S.A. Periodo 2020 -2022. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica Alpha Centauri*, 5(2), 2-8. <https://doi.org/http://www.journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/167/349>
- Zaruma Pincay, M., & Sánchez Chancay, M. R. (2023). *"PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA IMPRENTA GRAFICAS GUEVARA, CIUDAD DE MANTA"*. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Facultad de Ciencias Económicas. <https://doi.org/http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5270>

**Anexo 1**

Tabla 8

Matriz de consistencia

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIAS</b>				
<b>TÍTULO:</b> Plan estratégico como aporte a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento Bebbamburg en Barquero, Chone.				
<b>AUTORA:</b> Gema Julexy Zambrano Saltos; Espinoza Arauz Mayra Yasmina				
<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MÉTODOS</b>
<p><b>GENERAL</b></p> <p>¿Cómo impacta la ausencia de un plan estratégico que integre prácticas sostenibles y en su capacidad para abordar los desafíos económicos, sociales y ambientales en el emprendimiento Bebbamburg?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuál es el rumbo estratégico en cuanto a visión, misión, los objetivos y estrategias del negocio para dar un sentido de dirección a Bebbamburg?</li> <li>- ¿Cómo aporta el plan estratégico a la toma de decisiones empresariales?</li> <li>- ¿Cuáles son las estrategias de sostenibilidad que aportan a la gestión empresarial sostenible a corto y largo plazo del emprendimiento?</li> </ul>	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Elaborar un plan estratégico como aporte a la gestión empresarial sostenible del emprendimiento Bebbamburg de Barquero, Chone.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar un diagnóstico organizacional sobre la situación actual interna y externa</li> <li>- Definir el rumbo estratégico del emprendimiento.</li> <li>-Determinar el aporte de un plan estratégico en la toma de decisiones de la directiva de la empresa.</li> <li>-Proponer estrategias de sostenibilidad que aportan a la gestión empresarial sostenible a corto y largo plazo del emprendimiento</li> </ul>	<p><b>INDEPENDIENTE:</b></p> <p>Plan estratégico</p> <p><b>DEPENDIENTE:</b></p> <p>Gestión empresarial sostenible</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de rotación del cliente interno</li> <li>- Nivel de satisfacción del cliente.</li> <li>- Tasa de crecimiento del mercado</li> <li>- Nivel de cumplimiento de objetivos</li> <li>- Promedio de renovación/actualización de las metas</li> </ul>	<p><b>MÉTODOS</b></p> <p>Tipo de estudio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Descriptivo.</li> </ul> <p>Métodos en el orden teórico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Inductivo - Deductivo</li> <li>-Analítico - Sintético</li> <li>-Histórico – Lógico.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS</b></p> <p>Métodos en el orden práctico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Foda</li> <li>-Matriz</li> <li>-Mapa estratégico</li> <li>-Filosofía empresarial.</li> <li>-Entrevista</li> <li>-Encuesta</li> </ul>

## **Anexo 2**

### **Entrevista al Administrador del emprendimiento Rancho Bebbamburg**

Se aplicó una entrevista al actual administrador de Rancho Bebbamburg con el objetivo de conocer el diagnóstico organizacional del restaurante y que este sirva como base para un plan estratégico que aporte a la gestión empresarial sostenible, en donde se pudo obtener información sobre la situación actual interna de la empresa, para esto se aplicaron 11 preguntas abiertas y cerradas, en el caso de esta investigación se presenta los análisis y se adjunta el link del cuestionario de la entrevista que se diseñó en la herramienta Google Forms.

#### **Datos informativos:**

**Nombre:** Javier Vinicio Baluarte Moreira

**Formación:** Lic. Administración de Empresas Hoteleras

**Cargo:** Administrador

**Años en el cargo:** 2

#### **Análisis de preguntas abiertas.**

1. **¿Cuándo se implantó el restaurante "Rancho Bebbamburg"?**
2. **¿Quiénes son los propietarios del restaurante?**
3. **¿Quién se ocupa de la administración del restaurante?**
4. **¿Qué prácticas eco-amigables ha implementado el restaurante?**
5. **¿A qué tipo de clientes se orienta principalmente el restaurante, a qué estrato socioeconómico?**
6. **¿El restaurante cuenta con los permisos necesarios para poder operar legalmente?**
7. **¿Cuáles considera que son sus principales competidores en la comunidad y qué los diferencia de ellos?**

Rancho Bebbamburg "la casita del girasol" es un restaurante que se implantó el 22 de junio del año 2022, se estableció por una pareja de esposos apasionada por la gastronomía ancestral manabita el Sr. Emilio Antonio Zambrano Farías y la Sra. María Magaly Saltos Campuzano. Con el tiempo, el restaurante fue ganando reputación gracias a la comida deliciosa y auténtica, de esta manera comenzó a atraer a más clientes. Su administrador el Lic. Javier Vinicio Baluarte Moreira, quién además se comprometió con la sostenibilidad del restaurante, implementando de esta manera prácticas eco-amigables como son la gestión de residuos, la conservación del agua, el reciclaje, entre otras.

Por su ubicación geográfica Bebbamburg se orienta principalmente a clientes locales de su comunidad, sin embargo, al contar con áreas turísticas atrae a residentes de otras comunidades y ciudades del país, el estrato socioeconómico del restaurante se especializa en atraer a un estrato bajo o medio, está orientado a familias ofreciendo menús que agraden tanto a adultos como a niños, lo que hace que su público sea más amplio y diverso. Además, el restaurante en la actualidad cuenta con los permisos necesarios para poder operar legalmente en el sector gastronómico; esto, lo diferencia de la competencia local.

#### **Análisis de preguntas cerradas**

##### **Análisis pregunta 8.**

De acuerdo a la primera interrogante, considera que el emprendimiento hoy en día se ha convertido en una fuente vital de ingresos económicos, de acuerdo a la gestión actual, menciona que mantienen un ambiente laboral positivo y que gracias a que sus colaboradores pertenecen a un mismo grupo familiar esta convivencia repercute en un alto grado de satisfacción para sus clientes. Sin embargo, considera que por ser un negocio joven que lleva dos años en el mercado; no tienen un plan estratégico establecido y la gestión administrativa la hacen tradicionalmente, asimismo, que para tener un mayor grado de satisfacción se necesita ir más allá e implementar algunas mejoras, una de ellas es poder innovar en el menú.

##### **Análisis pregunta 9.**

Menciona que está muy comprometido con Rancho Bebbamburg respecto a la sostenibilidad, manifiesta que aplican prácticas eco-amigables desde el primer día de su apertura, estas consisten en la conservación del agua, el reciclaje, la gestión del residuo, la reutilización de materiales de construcción para un nuevo uso adecuado a sus instalaciones.



### Análisis pregunta 10.

De acuerdo a las alternativas de esta interrogante, indica que el aspecto en cuanto a la sostenibilidad que cree más importante es el económico, de modo que en la actualidad es fundamental que los negocios seas sostenibles a largo plazo, es decir, considera muy importante que los emprendimientos cuenten con una base económica sólida, además, también se puede construir un ambiente próspero y sostenible en donde no solo se atiendan las necesidades del negocio, sino que además, las de la comunidad y el medio ambiente.

### Análisis pregunta 11.

En efecto de esta interrogante, se concuerda en las diez interrogantes anteriores, que es esencial implementar un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial y optimizar el uso de recursos en el restaurante. Mencionan que este enfoque permitirá que se puedan adaptar de manera más efectiva a los cambios en un mercado que día a día es más competitivo; y que el mismo este alineado con las necesidades sus clientes. Además, concuerdan que un plan estratégico mejorará en gran medida la comunicación interna y externa, facilitando la colaboración entre los colaboradores. Asimismo, se podrá aumentar la transparencia en cuanto a la gestión financiera y operativa del negocio, lo que fomentará la confianza en los stakeholders. En última instancia, consideran que un plan estratégico no solo los hará más competitivos, sino que también les permitirá saber cuáles son sus debilidades y amenazas para implementar correctivos, esto les permitirá innovar y mejorar la satisfacción del cliente, asegurando de esta manera el éxito a largo plazo de Rancho Bebbamburg en un entorno empresarial que hoy es más dinámico y desafiante.

### Anexo 3 Resultados de MATRIZ PESTARI

Tabla 9.

Matriz MIE

MATRIZ DE IMPACTO EXTERNA (o conocida como Matriz PESTARI)				
ANÁLISIS DEL MACROENTORNO (O/A)				
FRENTES	VARIABLES	EFECTOS	O	A
POLÍTICO	INESTABILIDAD	La falta de un gobierno estable en el país y la crisis política que se ha vivido los últimos años han generado un vacío de poder que permite el aumento de la delincuencia y la violencia, esto repercute en que las familias ecuatorianas no deseen salir de sus casas por miedo y visitar en este caso la gastronomía con la que cuenta Bebbamburg.		X
ECONOMÍA	MICROCRÉDITOS	El acceso limitado a la banca tradicional ha dificultado a BEBBAMBURG el acceso a servicios financieros formales, debido al historial crediticio, por ello, se ha encontrado obstáculos para obtener un microcrédito, créditos de consumo, etc. Esto por la falta de documentación o la falta de garantías		X
SOCIAL	TENDENCIA Y DE CAMBIOS DE COSTUMBRE	Cambios en las necesidades y gustos del consumidor, lo cual puede alejar a los clientes del restaurante.		X
	HÁBITOS DE CONSUMO	Por lo general las familias manabitas siguen sus tradiciones y costumbres, por ello, visitan el restaurante BEBBAMBURG, de modo que brinda una experiencia gastronómica única, como lo es la comida ancestral manabita.	X	
TECNOLÓGICA	ACCESIBILIDAD TECNOLÓGICA	Gracias a la innovación tecnológica, el restaurante cuenta con cámaras de seguridad lo que permiten monitorear y vigilar en tiempo real diferentes espacios de BEBBAMBURG, lo que proporciona seguridad, y tranquilidad a los clientes.	X	

	REDES SOCIALES	Las RRSS permiten que los negocios se conecten directamente con sus clientes y establezcan una comunicación bidireccional. Esto brinda la oportunidad de obtener retroalimentación, conocer sus necesidades, sus preferencias y construir relaciones sólidas. Mediante estas herramientas tecnológicas llegar a más consumidores o clientes. Sin embargo, Bebbamburg actualmente no está del todo pendiente de estas, lo cual repercute en llegar a un público más amplio.		X
AMBIENTAL	ORIENTACIÓN A LA PROTECCIÓN AMBIENTAL	El restaurante implementa prácticas de conservación del agua, como la instalación de dispositivos de ahorro de esta en grifos y lavavajillas, con una instalación artesanal realizada por los dueños del restaurante, la cual permite el riego de plantas y sembríos que tiene como tal BEBBAMBURG, de este modo se influye a los clientes para concientizar el uso responsable del agua, contribuyendo a la sostenibilidad en los restaurantes.	X	
REGULATORIO	NORMAS O LEYES ESPECÍFICAS QUE AFECTEN A LA INDUSTRIA	En la Ley de Gestión Ambiental; en el Art.2 indica que, esta se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales.	X	
INTERNACIONAL	ODS 12	Ciudades y comunidades sostenibles.	X	

#### Análisis

La matriz revela que existen más oportunidades que amenazas para el restaurante Bebbamburg del sitio Barquero en Chone durante el año 2024. La industria gastronómica debe de estar atenta a estos factores y desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas ya presentadas. Esto podría implicar la adopción de prácticas sostenibles, el uso de tecnologías avanzadas, el enfoque en la calidad del producto y la comunicación efectiva para abordar las preocupaciones ambientales y de seguridad. Además, el restaurante debe considerar la situación política y económica del país, planificar de manera adecuada y adaptarse a los cambios del entorno para de esta manera poder mantener una posición competitiva en el mercado.

#### Anexo 4 Resultados de Matriz de Impacto Interno

Tabla 10  
Matriz MII

MATRIZ DE IMPACTO INTERNO (MII)				
ANÁLISIS FUNCIONAL DEL FRENTE INTERNO				
FUNCIONES	VARIABLES	EFFECTOS	F	D
Gerencia	Estilo	Bebbamburg adopta un estilo de gerencia participativo, que se basa en la participación de los empleados en la toma de decisiones y la resolución de problemas, en donde se fomenta la colaboración y la comunicación abierta, lo que puede ayudar a crear un ambiente de trabajo positivo y motivador. Además, opta el estilo de gerencia que va orientado a la satisfacción del cliente, en donde la experiencia que obtengan sea fundamental para el crecimiento de este emprendimiento.	X	

	Valores	Uno de los principales valores del restaurante Bebbamburg es la sostenibilidad ya que promueve prácticas sostenibles, cómo es la conservación del agua, la autenticidad de su cocina rural que hace resaltar sus sabores y tradiciones, además de su hospitalidad que se centra en crear un ambiente acogedor y familiar para sus visitantes.	X	
	Toma de Decisiones	La toma de decisiones en este emprendimiento se basa en ofrecer platos que sean atractivos para los clientes locales y que se adapten a los recursos disponibles. En donde definir el precio es otro factor importante que influye al éxito del restaurante, fijando precios que sean flexibles y adaptables a sus clientes y consumidores.	X	
<b>Finanzas</b>	Endeudamiento	Gracias a sus ventas, este emprendimiento se ha mantenido manejable, ya que cuenta con un presupuesto claro de sus gastos e ingresos, lo que le ha permitido no generar endeudamiento con sus proveedores o entidades financieras, de esta manera asegura su estabilidad económica	X	
	Rentabilidad	La sostenibilidad en los restaurantes no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede generar ahorros de costos a largo plazo, mejorar la reputación del emprendimiento y además atrae a clientes que buscan opciones más sostenibles, por ello, Bebbamburg aplica estrategias como la reducción de desperdicios, el reciclaje y la conservación del agua lo que ayuda a optimizar sus ingresos.	X	
<b>Marketing</b>	Branding	La identidad de este emprendimiento se diferencia por su nombre BEBBAMBURG (más conocido como la casita del girasol) que nace de una fortaleza en la edad media de la antigua Northumbria (Inglaterra). Su historia inspira a ser una fortaleza y se decidió tomar este nombre ya que posee paisajes similares, al encontrarse en unas de las pendientes ubicadas en la vía a las cabeceras de Barquero en donde se puede observar una gran parte del estuario del Rio Chone que desemboca con el océano pacífico.	X	
	Promoción y Publicidad	Bebbamburg, aprovecha la fidelidad de los clientes o consumidores que genera el marketing de recomendación o más reconocido como voz a voz, generando un aumento en las ventas y ahorrando costos en marketing ya que la recomendación es una forma rentable y no requiere de grandes presupuestos para publicidad.	X	
	E-commerce	Esta variable es utilizada en el restaurante, lo que permite el desarrollo de diferentes modalidades de venta online: como reservaciones, venta anticipada, pedidos para llevar y entregas a domicilio. En donde juegan un papel importante el marketing offline y online.	X	
<b>Operaciones</b>	Infraestructura	La infraestructura de este emprendimiento es óptima, ya que permite la gestión de las operaciones diarias, optimizando el espacio de almacenamiento.	X	
<b>I+D+i</b>	Desarrollo de productos (bien o servicio)	El restaurante no ha demostrado innovación en el desarrollo de nuevos menús, ya que su estrategia de venta implica la comida manabita ancestral, lo que es una fortaleza para sus competidores.		X
<b>RRHH</b>	Reclutamiento, selección y contratación	Bebbamburg, al ser un restaurante familiar, no ejecuta este proceso, sin embargo, los miembros de la familia están dispuestos a asumir diversos roles para garantizar la operatividad del negocio. Esto puede ayudar a reducir costos y mantener la flexibilidad en la gestión del restaurante.	X	

	Capacitación	Es importante invertir en la capacitación de los empleados para garantizar que tengan habilidades y conocimientos necesarios para ofrecer un servicio excelente, sin embargo, Bebbamburg no realiza este rol, puesto que, es un emprendimiento y cuenta con un número pequeño de personal.		X
--	--------------	--	--	---

### Análisis

La Matriz de Impacto Interno revela que el restaurante Bebbamburg cuenta con diversas fortalezas internas que están contribuyendo a su éxito y desarrollo positivo en cuanto al ambiente gastronómico y turístico, estos puntos claves se deben seguir reforzando día a día, además, son un estilo de liderazgo eficiente, con sus valores sólidos, tanto corporativos como personales. La administración financiera eficiente, el branding exitoso, la responsabilidad ambiental juegan un papel muy importante para el desarrollo de sus actividades.

### Anexo 5

#### Encuesta a clientes reales

El objetivo de la presente encuesta es analizar el nivel de conocimiento de la filosofía empresarial y las acciones sostenibles que tienen los clientes referentes al emprendimiento Bebbamburg en Barquero Chone.

La información que nos suministre es confidencial y servirá para mejorar nuestro negocio.

#### 1. ¿Ha visitado el Rancho Bebbamburg en Barquero, Chone?

Sí\_\_ No\_\_

**Nota.** Si su respuesta es afirmativa continúe con el cuestionario, de lo contrario, no puede continuar con la encuesta, agradecemos su colaboración.

#### 2. ¿Por qué usted decidió hacer uso de los servicios de este negocio? Varias respuestas

Atención al cliente\_\_ Precio\_\_ Calidad\_\_ Sabor\_\_ Cercanía\_\_ Ambiente natural\_\_ Compromiso Sostenible\_\_ Otro

#### 3. ¿Es importante para decidir consumir en un restaurante que este realice acciones de responsabilidad social y ambiental?

Nada importante\_\_ Poco importante\_\_ Indiferente\_\_ Importante\_\_ Muy importante\_\_

#### 4. Pensando en la marca Rancho Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, en una escala del 1 al 5 donde 1 es 'Nada' y 5 es 'Mucho'.

Calidad\_\_ Sabor\_\_ Tradición\_\_ Responsabilidad social\_\_ Responsabilidad ambiental\_\_

#### 5. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que oferte esta empresa?

Hospedaje\_\_ Cabalgatas\_\_ Paseos comunitarios\_\_ Camping\_\_ Bar Karaoke\_\_ Piscinas\_\_

### Anexo 6 Tablas de frecuencias

Tabla 11

¿Ha visitado Rancho Bebbamburg en Barquero, Chone?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	360	100,0	100,0	100,0

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 12

*¿Cuál fue el factor más importante que influyó en su decisión de hacer uso de los servicios de este negocio?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Atención al cliente	83	23,1	23,1	23,1
Precio	25	6,9	6,9	30,0
Calidad	40	11,1	11,1	41,1
Sabor	116	32,2	32,2	73,3
Cercanía	22	6,1	6,1	79,4
Ambiente natural	55	15,3	15,3	94,7
Compromiso sostenible	17	4,7	4,7	99,4
Otro	2	,6	,6	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 13

*¿Es importante al decidir consumir en un restaurante que este realice acciones de responsabilidad social y ambiental?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Nada importante	4	1,1	1,1	1,1
Poco importante	9	2,5	2,5	3,6
Indiferente	36	10,0	10,0	13,6
Importante	79	21,9	21,9	35,6
Muy importante	232	64,4	64,4	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 14

*Pensando en la marca Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, Calidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
3	5	1,4	1,4	1,4
4	116	32,2	32,2	33,6
5	239	66,4	66,4	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 15

*Pensando en la marca Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, Tradición*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3	5	1,4	1,4	1,4
4	83	23,6	23,6	23,6
Válidos 5	272	75,5	75,5	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 16

*Pensando en la marca Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, Sabor*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3	3	,8	,8	,8
4	54	15,0	15,0	15,8
Válidos 5	303	84,2	84,2	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 17

*Pensando en la marca Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, Responsabilidad Social*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2	1	,3	,3	,3
3	14	3,9	3,9	4,2
Válidos 4	140	38,9	38,9	43,1
5	205	56,9	56,9	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 18

*Pensando en la marca Bebbamburg, indique en qué medida asocia las siguientes cualidades con ella, Responsabilidad Ambiental*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2	1	,3	,3	,3
3	1	,3	,3	,6
Válidos 4	123	34,2	34,2	34,7
5	235	65,3	65,3	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.

Tabla 19

*¿Qué servicios adicionales le gustaría que oferte Bebbamburg?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hospedaje	114	31,7	31,7	31,7
Cabalgatas	18	5,0	5,0	36,7
Paseos comunitarios	24	6,7	6,7	43,3
Válidos Camping	28	7,8	7,8	51,1
Bar Karaoke	104	28,9	28,9	80,0
Piscinas	72	20,0	20,0	100,0
Total	360	100,0	100,0	

Nota. Tabla de frecuencia de acuerdo al SPSS 26.