UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERIA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

TEMA:

´´ANALISIS DE CASOS DE EXITO DE RESTAURANTES QUE HAN ADOPTADO PRACTICAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA CIUDAD DE MANTA´´

AUTORA:

MACÍAS BARCIA KARLA MARIEL

TUTORA:

Lic. CLAUDIA KATIUSKA LOOR CAICEDO, Mgs.

Ecuador, Manabí, Manta 2025

Certificación del tutor

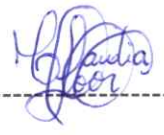
En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Arte y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante MACIAS BARCIA KARLA MARIEL, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "ANÁLISIS DE CASOS DE ÉXITO DE RESTAURANTES QUE HAN ADOPTADO PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA CIUDAD DE MANTA."

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.

Manta, Viernes, 08 de agosto de 2025.



Lo certifico,

LOOR CAICEDO CLAUDIA KATIUSKA

Docente Tutor

Aprobación del tribunal

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado "Análisis de casos de éxito de restaurantes que han adoptado prácticas de sostenibilidad en la ciudad de Manta." ha sido realizado y concluido por el estudiante Karla Mariel Macías Barcia el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad, Firmamos:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
Ing. Angela Evelina Farfan Tigre, Mg

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN:
Ab. Daniel Rafael Caballero Mero

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN:
Ing. Berna Paola Zambrano Azúa, Mg

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN:
Lic. Claudia Katiuska Loor Caicedo, Mg

KarlaMacíasB

Macías Barcia Karla Mariel

GRADUADA

Declaración de autoría

El actual proyecto de investigación se lleva a cabo como requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Hospitalidad y Hotelería en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Las ideas vertidas en este estudio corresponden exclusivamente al autor, por tal motivo se exhortan a dar los respectivos créditos.

KarlaMacíasB.

Macías Barcia Karla Mariel

CI:1351569593

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a Dios, por darme la vida, fortaleza y sabiduría para alcanzar esta meta.

A mis padres, por su amor incondicional, apoyo constante y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. Su ejemplo ha sido mi mayor inspiración.

A mi familia, por estar presentes en cada etapa de este proceso, brindándome palabras de aliento y comprensión en los momentos difíciles.

Y a todas las personas que, de una u otra forma, formaron parte de este camino, gracias por su compañía, sus enseñanzas y su confianza en mí.

Agradecimiento:

Expreso mi más sincero reconocimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de este trabajo de tesis.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por brindarme la formación académica y los recursos necesarios para desarrollar mis conocimientos.

A mis docentes, tutores y colaboradores en el Sector Hotelero, por su guía, orientación y valiosas observaciones durante todo el proceso investigativo.

A los participantes de esta investigación, por su tiempo, disposición y colaboración, fundamentales para el desarrollo de este estudio.

A mi familia y seres queridos, por su apoyo incondicional, paciencia y motivación constante, que fueron clave para culminar con éxito esta etapa.

A todos y a cada uno me acompañaron en este recorrido, mi más profundo agradecimiento.

Resumen

La presente investigación analiza casos de éxito de restaurantes en la ciudad de Manta que han adoptado prácticas sostenibles, en respuesta al creciente interés por modelos de desarrollo responsables. A través de un enfoque mixto, que combina encuestas a consumidores y entrevistas a representantes de restaurantes, se identificaron acciones sostenibles en los ámbitos ambiental, social y económico, así como los beneficios que estas han generado en la operación y percepción de los establecimientos. El estudio aborda también el marco teórico de la sostenibilidad en la industria gastronómica, las certificaciones internacionales y locales, los retos operativos y las tendencias de consumo responsable. Finalmente, se propone un conjunto de estrategias aplicables que permitan replicar estas experiencias exitosas en otros restaurantes de la ciudad.

Palabras Claves: Restaurantes, sostenibilidad, desarrollo, economía, diversidad.

Abstrac:

The present research analyzes successful cases of restaurants in the city of Manta that have adopted sustainable practices, in response to the growing interest in responsible development models.

Through a mixed approach, combining consumer surveys and interviews with restaurant representatives, sustainable actions were identified in the environmental, social, and economic areas, as well as the benefits these have generated in the operation and perception of the establishments. The study also addresses the theoretical framework of sustainability in the gastronomic industry, international and local certifications, operational challenges, and responsible consumption trends. Finally, a set of applicable strategies is proposed to replicate these successful experiences in other restaurants in the city.

Keywords: Restaurant, sustainability, developing, economy, diversity.

INDICE DE CONTENIDO

Certificación del tutor 2
Aprobación del tribunal 3
Declaración de autoría....4
Dedicatoria: 5
Agradecimiento: 6
Resumen....7
Abstrac: 8
Introducción: 12
Justificación: 13
Planeamiento del problema: 15
Formulación del Problema: 16
Variables. 16
Objetivos de la investigación 16
Objetivo General 16
Objetivos Específicos: 16
Capítulo I....18
1.Marco Teórico 18
1.1.Antecedentes 18
1.2.Practicas sostenibles en restaurantes: 19
1.2.1Gestión de residuos 20
1.3. Impactos de la sostenibilidad en los restaurantes....21
1.3.1.Impacto social: 22
Mejorar las condiciones laborales: 22
1.3.2.Impacto ambiental: 22
1.4.Estudio de casos de éxito: 23
1.4.1.Normativa y Certificaciones: 24
Certificación: 24
Gestión Medioambiental ISO 14001....26
ISO 22000 (Seguridad alimentaria) 27
1.5.Retos y oportunidades 30

Costos iniciales elevados: 30
Proveedores limitados: 30
Gestión de residuos: 30
Capacitación y cambio cultural: 30
Mejora de eficiencia operativa: 31
Imagen corporativa mejorada: 31
1.5.1.Tendencias conductuales del consumidor 31
1.5.2.Características que influyen en el comportamiento del consumidor 31
1.5.3.Consumo consiente: 32
Capitulo II Diseño Metodológico 35
2.1.Tipo de investigación 35
2.1.1.Investigación mixta 35
2.1.2.Diseño de investigación 35
2.1.3.Método de la investigación 35
Método Analítico 36
Método Deductivo 36
2.1.4.Técnica de la investigación 37
Encuestas 37
Entrevistas 37
Observación: 37
2.1.5.Población y muestra de la investigación 38
Población 38
Muestra 38
Capitulo III 42
3.1.Análisis e interpretación de los resultados 42
Hotel Oro Verde Manta 42
Hotel Wyndham 42
Maído Fusión Japonesa 42
3.1.1.Análisis de las entrevistas 43
3.1.2.Análisis de los resultados de la encuesta 49
Tabulación de datos 49
Formato de encuesta: 59

Formato entrevista: 61
PROPUESTA....62
Objetivo general de la propuesta:....62
CONCLUSIONES 66
RECOMENDACIÓN....67
BIBLIOGRAFIA: 68
ANEXOS 72

Índice de Ilustraciones:

Tabla 1 Clasificación de residuos, Fuente: Elaboración Propia.... 21
Tabla 2 Factores que afectan el comportamiento de compra del consumidor. (Universidad de Guanajuato, 2023) 32

Introducción:

En la actualidad, el concepto de sostenibilidad ha adquirido una relevancia trascendental en todos los ámbitos del desarrollo humano, siendo el sector gastronómico uno de los escenarios donde esta transformación resulta más urgente y necesaria. La creciente preocupación por los efectos del cambio climático, la contaminación ambiental, el desperdicio de alimentos y el uso excesivo de recursos no renovables ha impulsado a diversos sectores productivos a replantear sus prácticas y modelos operativos. En este contexto, la industria restaurantera, debido a su estrecha relación con el consumo de alimentos, el manejo de residuos y el uso de insumos energéticos, se posiciona como un actor clave en la implementación de estrategias sostenibles.

La ciudad de Manta, reconocida por su dinamismo comercial, turístico y gastronómico, no ha sido ajena a esta tendencia global. En los últimos años, varios restaurantes del cantón han optado por incorporar prácticas sostenibles en sus procesos, como parte de un compromiso tanto con el entorno ambiental como con la comunidad. Estas acciones abarcan desde la gestión responsable de residuos y el uso eficiente de recursos, hasta la promoción de productos locales y la mejora de las condiciones laborales. En este sentido, la sostenibilidad en los restaurantes no solo representa una respuesta ética y ambientalmente responsable, sino también una estrategia económica viable ante los desafíos actuales que enfrenta la región, como la inflación de precios, la escasez de productos y la vulnerabilidad climática.

La presente investigación tiene como objetivo analizar casos de éxito de restaurantes en la ciudad de Manta que han adoptado prácticas de sostenibilidad, identificando los factores que han contribuido a su implementación efectiva y los beneficios que estas estrategias han generado tanto a nivel interno como externo. Para ello, se propone una revisión detallada de experiencias locales que sirvan como referencia para la adopción de modelos más sostenibles en el sector gastronómico de la región.

El análisis se desarrollará considerando dimensiones clave como la gestión de residuos, el abastecimiento responsable, la eficiencia energética, la educación ambiental y el compromiso social.

Con esta investigación se espera aportar con conocimiento práctico y contextualizado que incentive la replicabilidad de estas experiencias exitosas, promoviendo una cultura de sostenibilidad en el sector gastronómico y contribuyendo al desarrollo integral de la ciudad de Manta.

Justificación:

La investigación se centra en el desarrollo de la ciudad de Manta, la cual se distingue por su compromiso hacia un futuro sostenible. La búsqueda de prácticas económicas, social y ecológicas refleja la determinación de la ciudad para lograr un equilibrio entre lo tradicional y la innovación.

La gestión de residuos constituye un aspecto clave en la sostenibilidad de los restaurantes. Reconociendo el impacto ambiental que generan, establecimientos de restauración han adoptado medidas para reducir, reutilizar y reciclar los residuos generados en sus actividades diarias.

La sostenibilidad en los restaurantes busca minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente y promover beneficios sociales. Al adoptar enfoques sostenibles, los restaurantes contribuyen a disminuir el impacto de la industria alimentaria, una de las principales fuentes de contaminación y desperdicio de recursos. Esto permite reducir la huella de carbono y apoyar la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad.

La reducción de desperdicios es uno de los mayores retos, ya que los restaurantes generan grandes cantidades de residuos tanto orgánicos como inorgánicos, incluyendo plásticos.

La conciencia sobre la sostenibilidad es esencial para el cambio. Los restaurantes tienen la oportunidad de educar a su personal y a sus clientes acerca de la importancia de adoptar prácticas responsables con el medio ambiente.

La industria desempeña un papel crucial en mantener el equilibrio, utilizando recursos de manera responsable y adoptando procesos que no perjudiquen al entorno. Este enfoque implica considerar diversos factores, como el bienestar social relacionado con el personal y el servicio al cliente, así como aspectos ambientales como la huella de carbono y la gestión de residuos, ya mencionados anteriormente.

Los desafíos como los cambios climáticos y con esta la llegada del fenómeno conocido como El Niño, que ha generado escasez de productos alterando la cotidianidad hasta las iniciativas innovadoras para adaptarse. Los habitantes de Manta, especialmente aquellos que dependen del comercio de productos agrícolas, se enfrentan a una realidad económica difícil. La escasez de legumbres ha llevado a una oferta limitada en el mercado local, lo que, a su vez, ha impulsado los precios al alza. Este fenómeno no solo afecta a los productores, sino también a los consumidores finales, quienes experimentan un aumento en el costo de vida. (Galanta, 2021)

Desde el punto de vista económico, los restaurantes sostenibles pueden generar un impacto positivo mediante la reducción de gastos asociados a la gestión de residuos, el aprovechamiento de productos locales y de temporada, y la eficiencia energética. A su vez, el enfoque sostenible representa una ventaja competitiva frente a un consumidor cada vez más consciente y exigente. Esto impulsa la creación de nuevos nichos de mercado, promueve el desarrollo de proveedores responsables y fortalece la economía circular a nivel local.

Socialmente, los restaurantes sostenibles pueden desempeñar un rol transformador al mejorar las condiciones laborales, fomentar la equidad en el acceso a oportunidades y contribuir

al desarrollo comunitario. La sostenibilidad también implica una dimensión humana: educar al personal en prácticas responsables, garantizar condiciones de trabajo dignas y fomentar la inclusión social a través del empleo local, especialmente en zonas con índices de vulnerabilidad.

Planeamiento del problema:

Construir a que Manta sea una ciudad funcional, es decir, que tengan estas características como: ser inclusiva, saludable, resiliente y sostenible, requiere una amplia coordinación y oportunidades de inversión, junto con políticas de participación pública apropiadas de los gobiernos nacionales y locales (incluidas las comunidades) desempeñar un papel importante hoy en día, dar forma a las ciudades de crecimiento futuro y crear oportunidades para todos. (Pedro García, 2022)

Los problemas conocidos y que pasa actualmente en la ciudad de manta son principalmente la contaminación ambiental, inseguridad, falta de agua, desempleo.

En Manta, a pesar de su riqueza gastronómica y su dependencia de los recursos marinos, existe una falta de información sobre cómo los restaurantes de la ciudad han adoptado prácticas sostenibles y cuáles han sido los resultados obtenidos. Se limita el aprendizaje colectivo y la replicabilidad de estas iniciativas por parte de otros establecimientos.

Algunos restaurantes en Manta están incorporando principios de sostenibilidad mediante prácticas como la pesca artesanal responsable y por el consumo de productos del mar obtenidos de manera orgánica. Aunque no todos son etiquetados como "sostenibles", estas prácticas contribuyen a la conservación de los recursos marinos.

Manta como puerto importante y ciudad turística genera una alta demanda de los diferentes servicios por esto es necesario abordar estos temas e ir adaptándose con políticas más sólidas y con el requerimiento de una participación más activa de toda la comunidad. Con esto se podrá

avanzar al objetivo de visibilizar más información, investigación, y posicionar a Manta como una ciudad mucho más reconocida en ese ámbito.

Formulación del Problema:

Expuesta la problemática anterior se formula la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los factores clave que han contribuido al éxito de los restaurantes que han adoptado prácticas de sostenibilidad en la ciudad de Manta?

Variables.

Variable independiente, las practicas sostenibles

Variable dependiente, restaurantes de Manta

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar casos exitosos de restaurantes en Manta que han implementado prácticas sostenibles, mediante la identificación de sus características y factores clave de aplicación, con el fin de proponer estrategias efectivas que fortalezcan su desempeño operativo, optimicen la experiencia del cliente y promuevan modelos de negocio responsables, competitivos y ambientalmente sostenibles en el sector gastronómico.

Objetivos Específicos:

- Identificar los restaurantes de la ciudad de Manta que han adoptado prácticas de sostenibilidad
- Analizar los factores que han facilitado o dificultado la implementación de dichas prácticas sostenibles.

- Proponer estrategias viables para que otros restaurantes en Manta adopten prácticas sostenibles, tomando como referencia los casos exitosos.

Capítulo I

1. Marco Teórico

1.1. Antecedentes

La implementación de la sostenibilidad en los restaurantes ha evolucionado a lo largo de las décadas, que es impulsada por la progresiva conciencia que tiene el ser humano con el impacto ambiental y social en la industria.

El pensamiento de la sustentabilidad comienza a ganar fuerza entre las últimas décadas de los años 90 a los años 2000 donde se comenzó a mostrar en los consumidores la preocupación por el impacto ambiental y comenzando a apoyar negocios que a larga se han estado adoptando a estas prácticas.

Las prácticas e iniciativas sostenibles permiten demostrar a los consumidores que te importan los mismos temas sociales y ambientales que a ellos, permiten crear afinidad. Los consumidores quieren conexión con los valores de sus marcas o compañías de referencia. De media, el boca-oreja es el mejor aliado. (Galanta, 2021)

Las empresas sostenibles son aquellas que crean valor económico, social y ambiental tanto a corto como a largo plazo, contribuyendo al bienestar de las generaciones presentes y futuras en su entorno (Carvajal Leyla et al., 2016)

Por su parte, la sostenibilidad representa una responsabilidad colectiva que no recae únicamente en los gobiernos o empresas, sino también en cada uno de nosotros como parte activa de la sociedad. Todos desempeñamos un papel fundamental en la construcción de un futuro más justo, equitativo y respetuoso con el medio ambiente (Sustainability Directory, 2025; IAIPF, 2023).

Así como la preocupación por la salud que ha llevado a la demanda de alimentos menos procesados y de alta calidad, lo que también beneficia la sostenibilidad.

Uno de los hitos más importantes en la historia del desarrollo sostenible fue la publicación del informe «Nuestro Futuro Común» en 1987. También conocido como el Informe Brundtland, en honor a la primera ministra de Noruega, Gro Harlem Brundtland, quien presidió la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo que lo elaboró.

Este informe introdujo por primera vez el concepto de desarrollo sostenible a nivel internacional, definiéndolo como «el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades». (Alex Marini, 2023)

Es de suma importancia recopilar información existente en el ámbito académico que demuestre que beneficios se pueden implementar para prácticas de sustentabilidad ambiental en la industria de restaurantes, destacando los retos principales en el área y así ir realizando nuevas investigaciones que contribuyan al modelo de la sustentabilidad desde una visión de negocios y empresarial.

1.2. Practicas sostenibles en restaurantes:

Para las naciones unidas, la gastronomía sostenible significa cocinar teniendo en cuenta "el origen de los ingredientes, cómo se cultivan y cómo llegan a nuestros mercados y a nuestros platos" (ONU, 2020)

La practicas sustentables buscan crear hábitos para minimizar el impacto negativo, fomentando el uso responsable de los recursos.

Estas prácticas incluyen la reducción del consumo de energía y agua además de incluir productos ecológicos y así contribuimos en la conservación de ecosistemas y crear y mejorar nuestra calidad de vida y las de futuras generaciones.

Actualmente, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) impulsa la gastronomía sostenible junto a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización de Alimentos y Agricultura (FAO): se trabaja, conjuntamente, para dar a conocer al público la contribución de la gastronomía al desarrollo sostenible. (ONU, 2020)

1.2.1 Gestión de residuos

La gestión de residuos representa un desafío cada vez más importante para la industria de la hostelería. El crecimiento del turismo y el aumento de la demanda de servicios de restauración han generado aumento significativo de los residuos. Por lo que se plantea la necesidad de adoptar un plan de gestión eficiente y sostenible.

La correcta gestión de los residuos implica la separación y eliminación de desechos, reciclaje y reducción de estos mismos ya que la industria está en constante generación de residuos diarios.

Es crucial reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos para que llegue a nuestros platos una mayor cantidad de lo que se produce con recursos limitados. Actualmente, el 25% del suministro mundial de agua dulce se utiliza para cultivar alimentos que nunca se consumen., y un tercio de todos los alimentos producidos a nivel mundial se pierde o desperdicia durante el proceso de distribución o por los consumidores. (Dr. Green Elizabeth, 2023)

El proceso de la gestión de residuos involucra diferentes actividades que se llevan a cabo para colocar soluciones y que causen el mínimo impacto en el medioambiente y en la salud pública.

La siguiente tabla es los diferentes tipos de residuos generados en los restaurantes:

RESIDUOS ORGÁNICOS	RESIDUOS INORGÁNICOS	RESIDUOS PELIGROSOS O ESPECIALES
• Restos de alimentos crudos y cocinados. • Cáscaras de frutas y verduras. • Residuos de carne y pescado.	• Envases plásticos, latas y botellas. • Papel y cartón (embalajes, servilletas). • Vidrio (botellas de bebidas).	• Aceites de cocina usados. • Productos de limpieza químicos. • Equipos electrónicos o lámparas dañadas

Tabla 1 Clasificación de residuos, Fuente: Elaboración Propia

Después de su generación deben ser recolectados adecuadamente implicando contenedores apropiados. Por ejemplo, en países que tienes ciudades avanzadas, se implementa el uso de puntos limpios o contenedores diferenciados por colores (verde, amarillo, azul, etc.).

La evacuación de los residuos de los restaurantes debe ser de manera constante para evitar la acumulación de ellos. Los residuos serán transportados al exterior de manera que no represente ningún riesgo de contaminación para las personas, los materiales, equipos o alimentos.

1.3. Impactos de la sostenibilidad en los restaurantes

La implementación de estas prácticas no solo ayuda a reducir el impacto ambiental, sino que también mejora la eficiencia operativa del restaurante. Esto impulsa tanto al personal como a

los chefs a ser más creativos en la cocina, aprovechando al máximo los ingredientes y experimentando con nuevas técnicas culinarias. No solo se reduce el desperdicio, sino que también se puede fomentar la creación de platos únicos e innovadores (ASPIC Educación, s.f.).

1.3.1. Impacto social:

El apoyo a productores locales mediante la compra de productos a agricultores y pescadores de la zona no solo fortalece la economía local, sino que también asegura un pago justo por su trabajo (de Niz Sedano & Nájera González, 2023).

Mejorar las condiciones laborales: Apostar por la sostenibilidad implica garantizar condiciones de trabajo justas y seguras para el personal. Esto puede lograrse mediante una organización eficiente que reduzca la carga laboral y cumpla con los estándares éticos (de Niz Sedano & Nájera González, 2023).

1.3.2. Impacto ambiental:

Las prácticas sostenibles en la gastronomía incluyen la conservación de recursos naturales, como el agua, así como el ahorro de energía mediante el uso de bombillas LED o el aprovechamiento de la luz natural (ASPIC Educación, s.f.).

Es fundamental educar al personal, fomentando la conciencia de que pequeños cambios pueden generar grandes diferencias. Esto se logra mediante capacitaciones periódicas, motivando al personal a proponer ideas y premiando sus contribuciones (de Niz Sedano & Nájera González, 2023).

Cuando se implementan estrategias sostenibles, a largo plazo se pueden reducir costos y contribuir a un futuro más saludable y limpio (ASPIC Educación, s.f.).

Respecto a la reducción del desperdicio de alimentos, cada restaurante debe esforzarse en aplicar múltiples estrategias. Un ejemplo puede ser la implementación de un sistema de inventario riguroso que permita utilizar productos frescos antes de su fecha de caducidad, controlando signos de deterioro (de Niz Sedano & Nájera González, 2023).

1.4. Estudio de casos de éxito:

Según autores como Peter Drucker, un caso de éxito se define de ejemplo cómo una empresa ha logrado un objetivo específico, utilizando una estrategia o técnica específica. Otros autores, como Michel Porter, consideran que un caso de éxito es un ejemplo cómo una empresa ha logrado un resultado positivo y deseable, a través de la implementación de una estrategia o técnica específica.

Hay que destacar los resultados obtenidos es fundamental para que un caso de éxito reciba la atención deseada. La comparación entre el «antes y después» de la contratación de la empresa resalta significativamente dichos resultados. Se recomienda utilizar abundantes recursos visuales para enfatizar los beneficios y ventajas del servicio ofrecido. (Marcelo Caruana, 2023)

De acuerdo con el autor canadiense Steve Slaunwhite, un contenido más coloquial es capaz de atraer más clientes que uno más formal. Afirma que las mejores historias, las más irresistibles, son las que son contadas desde el punto de vista de un cliente satisfecho. (Marcelo Caruana, 2023)

El restaurante Urko, ubicado en la ciudad de Quito y liderado por el chef ecuatoriano Daniel Maldonado, representa un ejemplo destacado de sostenibilidad gastronómica en Ecuador. Desde su creación, Urko ha implementado un enfoque integral de sostenibilidad que va más allá del simple uso de productos orgánicos o reciclaje de residuos. La propuesta de Urko se basa en el uso exclusivo de ingredientes locales y de temporada, lo que permite reducir la huella de carbono

derivada del transporte de alimentos y fomenta una economía circular que apoya directamente a agricultores y productores ecuatorianos (EFE, 2021a).

Uno de los pilares más relevantes de su estrategia es la relación directa con productores agroecológicos del país, lo que ha llevado a la construcción de una cadena de valor sustentable. Su menú cambia semanalmente, adaptándose a la disponibilidad de productos de temporada, y esto no solo garantiza frescura, sino que también promueve una cocina creativa que respeta los ciclos naturales del ecosistema (EFE, 2021b).

En cuanto a la gestión de residuos, Urko ha adoptado un modelo de cero desperdicios, en el cual cada parte del alimento es aprovechada de forma creativa. Esto incluye técnicas como fermentación, deshidratación y conservación natural, que permiten maximizar el uso de cada ingrediente (EFE, 2021a).

Pero la sostenibilidad en Urko no se limita al ámbito ambiental. Para Maldonado, el aspecto social y humano es igual de esencial: "No puede haber sostenibilidad ambiental si no hay sostenibilidad en el equipo de trabajo", declaró en una entrevista. Por ello, se ha consolidado un equipo fuerte, estable y capacitado que comparte la visión del proyecto, lo que a su vez reduce la rotación laboral y mejora el ambiente organizacional (EFE, 2021a).

Gracias a este enfoque integral, Urko ha sido reconocido no solo por su innovación gastronómica, sino también por su compromiso con el desarrollo sostenible, posicionándose como referente en Ecuador y América Latina.

1.4.1. Normativa y Certificaciones:

Certificación: Las certificaciones son la fórmula más estandarizada para alcanzar los objetivos de sostenibilidad que las compañías más avanzadas del sector turístico se están autoimponiendo. En un futuro cercano, las normativas de sostenibilidad se parecerán cada

vez más a las exigencias de los certificadores. Por ese motivo, cada día más empresas se preocupan por implantar planes de sostenibilidad que incluyen certificados que afectas a sus cocinas. (Clubtopfb, 2021)

Diferentes restaurantes obtienen su certificación como por ejemplo "Green Restaurant" o el "Leed Certification"

La Green Restaurant Association (GRA) es una organización internacional sin fines de lucro fundada en 1990 con la misión de promover prácticas sostenibles en la industria restaurantera. A través de un sistema de certificación claro y basado en evidencia científica, la GRA evalúa restaurantes según ocho categorías ambientales (energía, agua, residuos, productos, alimentos, construcción, químicos y transparencia) y otorga el distintivo Certified Green Restaurant® tras acumular suficientes GreenPoints™. Opera en 47 estados de EE. UU. y Canadá, colaborando con restaurantes, distribuidores y proveedores para facilitar la transición a operaciones más ecológicas (Green Restaurant Association, 2025).

Existen beneficios para la certificación verde, como ejemplo:

1. Los restaurantes certificados son reconocidos como lideres de sostenibilidad así mejorando su reputación.
2. Tienen una reducción de costos con el uso de prácticas sostenibles como la reducción de residuos.
3. Los restaurantes certificados reciben herramientas y orientación de la GRA para continuar mejorando su sostenibilidad.

Existen desafíos para la certificación verde, como ejemplo:

1. Se debe cumplir con los estándares y criterios del programa que elija, que pueden variar según el nivel y el tipo de certificación., Algunos programas se requieren que realice una

auditoría de su impacto ambiental, implemente políticas, procedimientos específicos, presente documentación y evidencia de su cumplimiento.

2. Se debe invertir en el equipo, los materiales y la capacitación necesarios para mejorar su desempeño ambiental. Es decir, se tendrá que instalar electrodomésticos de bajo consumo, cambiar a envases biodegradables y capacitar a su personal en la gestión de residuos.
3. Se debe comunicar y comercializar su certificación ecológica a sus clientes y partes interesadas, lo que puede requerir tiempo y recursos adicionales.

Es importante involucrar al personal y con ello a los clientes en este proceso comunicando su visión y valores ecológicos, así como capacitándolos sobre las practicas mejores y procedimientos para la gestión ambiental.

Dicho certificado Green Restaurant se ha convertido en un estándar de sostenibilidad ampliamente respetado, impulsando a los restaurantes a operar de manera más ética y responsable cada vez más enfocado en el entorno de la sostenibilidad. (Green Restaurant Association, 2025).

Gestión Medioambiental ISO 14001

ISO 14001 es un estándar internacionalmente aceptado que indica como poner un sistema de gestión medioambiental efectivo en su sitio. Está diseñado para ayudar a las organizaciones a mantenerse comercialmente exitosas sin pasar por alto sus responsabilidades medioambientales. También puede ayudarle a crecer mientras reduce el impacto medioambiental de dicho crecimiento. Un sistema ISO 14001 proporciona el marco para permitirle cumplir con las crecientes expectativas de los clientes en cuanto a la responsabilidad corporativa, así como los requerimientos regulatorios y legales. (British Standards Institution, 2015)

Para la Organización representa una serie de beneficios: en lo medio ambiental las empresas y organizaciones que recurren a la certificación ISO 14001 demuestran de esta manera su compromiso con una sostenible gestión, asegurando así una mejora en el desempeño de estas.

Gestionar la reputación empresarial mediante altos estándares de cumplimiento ambiental y la reducción de riesgos de incumplimiento, junto con sus posibles sanciones, permite a las organizaciones reafirmar sus valores y compromiso con el medio ambiente. Este fortalecimiento de la imagen no solo brinda ventajas competitivas en el mercado externo, sino que también impacta positivamente en el ámbito interno, promoviendo la conciencia ambiental y motivando al equipo de colaboradores.

ISO 22000 (Seguridad alimentaria)

La norma ISO 220000 (Seguridad alimentaria) específica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión para asegurar la inocuidad de los alimentos a lo largo de toda la cadena alimentaria desde el punto de venta hasta el consumo final.

Su objetivo es garantizar la inocuidad de los alimentos mediante la implementación de controles efectivos y la comunicación a lo largo de toda la cadena de suministro.

La certificación en los nuevos Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria ISO 22000 ofrece numerosos beneficios a organizaciones de todos los tamaños a lo largo de toda la cadena alimentaria:

- Mejor control de las actividades de seguridad alimentaria.
- Facilita el cumplimiento de la legislación aplicable.
- Promueve el crecimiento del mercado.
- Aumenta la confianza de los clientes, las partes interesadas y del consumidor final.

- Mejora la gestión de riesgos.
- Se integra con otros sistemas de gestión ISO.

Las organizaciones actualmente certificadas con ISO 22000:2005 dispondrán de un periodo de tres años para realizar la transición al nuevo estándar. BSI está a su disposición para ayudarle a comprender lo qué significa la nueva norma para su organización. (British Standards Institution, 2018)

La norma proporciona un marco para que desarrollen, controlen, establezcan y mejoren continuamente un sistema de gestión de la seguridad alimentaria, en el contexto de los riesgos generales de la empresa. Para cumplir con la norma, las empresas deben satisfacer la reglamentación y satisfacer todos los requisitos legales aplicables relacionados con la seguridad alimentaria.

Tenemos varios ejemplos de normativas locales de diferentes países:

En la Unión Europea se conoce como estrategia llamada de la ´´Granja a la Mesa´´

Consiste en un Pacto Verde Europeo, que busca promover prácticas sostenibles en el sector alimentario, incluida la restauración. Esta se centra en la reducción del desperdicio alimentario, productos orgánicos y cadenas de suministro sostenibles.

Tiene como objetivo acelerar nuestra transición hacia un sistema alimentario sostenible que debería:

- Tener un impacto ambiental neutro o positivo.
- Ayudar a mitigar el cambio climático y adaptarse a sus impactos.
- Revertir la pérdida de biodiversidad.

- Garantizar la seguridad alimentaria, la nutrición y la salud pública, garantizando que todas las personas tengan acceso a alimentos suficientes, inocuos, nutritivos y sostenibles.
- Preservar la asequibilidad de los alimentos al tiempo que se generan rendimientos económicos más justos, se fomenta la competitividad del sector de suministro de la UE y se promueve el comercio justo.

Las nuevas tecnologías y los descubrimientos científicos, combinados con el aumento de la concienciación pública y la demanda de alimentos sostenibles, beneficiarán a todas las partes interesadas. (European Commission, 2021)

Otros ejemplos, **Estados Unidos:**

- **Food Recovery Act:** Promueve la donación de alimentos excedentes por parte de restaurantes para reducir el desperdicio.
- **Energy Star Program:** Certifica equipos de cocina energéticamente eficientes, reduciendo el impacto ambiental de los restaurantes.

En si las normativas y certificaciones en nuestro negocio son esenciales para garantizar que la empresa opere de manera legal, ética y eficiente, cumpliendo así los estándares de seguridad, calidad y lo importante en el tema sostenibilidad no dejando de lado los demás requisitos, ya que estas herramientas generan confianza principalmente en los clientes y proveedores.

Además, promueve la mejora continua y aseguran que los productos y servicios ofrecidos en el establecimiento cumpliéndose con las expectativas y regulaciones contribuyendo a la reputación del negocio y al éxito por obtener.

1.5. Retos y oportunidades

Implementar sostenibilidad en un restaurante representa un reto significativo debido a que involucra cambios profundos en productos, procesos y organización. Requiere inversiones iniciales, capacitación del personal, ajustes organizacionales y cumplimiento normativo, lo cual puede generar complejidad a corto plazo (Novillo Solorzano, 2025; Barcelona Culinary Hub, 2025). Aun así, esos esfuerzos son esenciales para generar un impacto positivo y construir un modelo de negocio más resiliente y responsable (Emprai, 2025; Caceres Charro, 2023).

Entre los principales desafíos destacan los siguientes:

- **Costos iniciales elevados:** incorporar productos orgánicos, equipos energéticamente eficientes, embalajes ecológicos y tecnologías sostenibles implica un desembolso significativo que solo se amortiza a largo plazo (Emprai, 2025; CoverManager, 2025).
- **Proveedores limitados:** la búsqueda de pequeñas productoras locales, orgánicas o sostenibles puede ser difícil según la ubicación geográfica y disponibilidad (Caceres Charro, 2023; Barcelona Culinary Hub, 2025).
- **Gestión de residuos:** para medir y valorizar residuos, es necesario implementar sistemas de reciclaje o compostaje, que demandan planificación, infraestructura y formación técnica (Barcelona Culinary Hub, 2025; Buildtecs, 2025).
- **Capacitación y cambio cultural:** formar al personal y fomentar una cultura sostenible dentro del restaurante es indispensable para efectividad a largo plazo (Emprai, 2025; Caceres Charro, 2023).

A pesar de estas barreras, la adopción de prácticas sostenibles ofrece oportunidades importantes:

- **Mejora de eficiencia operativa:** optimiza uso de energía, reduce desperdicios e impulsa menores costos continuos (Emprai, 2025; Buildtecs, 2025).
- **Imagen corporativa mejorada:** las prácticas verdes y la responsabilidad social elevan el capital de marca y la lealtad de clientes (Montesdeoca-Calderón et al., 2020).

1.5.1. Tendencias conductuales del consumidor

Las tendencias son cambios lentos en los valores culturales que revelan cómo las personas elegirán vivir, qué valoran y qué necesitan. Por lo tanto, las tendencias revelan los productos y las experiencias que las personas buscarán en el futuro.

"Como consumidores, tenemos un papel crucial en este proceso. Cada compra puede considerarse un voto por prácticas responsables, y las decisiones individuales, aunque pequeñas, contribuyen a una tendencia global". Asimismo, ha señalado la importancia de la tecnología para mejorar la trazabilidad y transparencia de los productos, facilitando que los consumidores accedan a más información sobre lo que compran. (Radio Zaragoza, 2024)

Estas tendencias no surgen del consumidor al azar, es el resultado de factores sociales, culturales o personales que son externos e internos como grupos conformados en la familia, amigos, asociaciones profesionales que afectan las decisiones. Individuales

1.5.2. Características que influyen en el comportamiento del consumidor

CULTURALES	SOCIALES	PERSONALES	PSICOLÓGICOS	
Cultura	Grupos de referencia	Edad y etapa del ciclo de vida	Motivación, Aprendizajes	

Subcultura	Familia	Ocupación	Creencias	
Clase social	Papeles (roles) y estatus	Situación económica, estilo de vida.	Actitudes	**COMPRADOR**

Tabla 2 Factores que afectan el comportamiento de compra del consumidor. (Universidad de Guanajuato, 2023)

Los clientes actuales tienes características especiales donde se ha ido obteniendo con el paso del tiempo y que han influenciado en su conducta de compra.

Según (Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, 2008) Los compradores de negocios toman decisiones que varían conforme a los tres tipos de situaciones de compra: las recompras directas, recompras modificadas y nuevas tareas.

1. La recompra directa, se refiere a una situación de compra de negocios en la cual el comprador vuelve a hacer un pedido en forma rutinaria, sin ninguna modificación.
2. La recompra modificada, es aquella situación de compra de negocios en la cual el comprador quiere modificar las especificaciones del producto, los precios, los términos o cambiar de proveedor.
3. La nueva tarea, se relaciona con una situación de compra de negocios en la cual el comprador adquiere un producto o un servicio por primera vez.

1.5.3. Consumo consiente:

El consumidor actual está más informado y preocupado por los impactos de sus decisiones de compra, sin importarle el precio o calidad de este.

Consumir en forma sustentable no se limita a reducir los deseos, sino a poder dominarlos. El hecho de consumir no es malo ni bueno, sencillamente es necesario, y por eso debemos hacerlo en forma eficiente y responsable, de manera tal que haya lugar para el placer, pero con mesura y consciencia ambiental y social sobre nuestro actuar. (Enrique Cortés Funes, 2011)

Con esto se buscan productos que mejoren tanto su salud física como la mente, generando interés en alimentos funcionales y suplementarios para el equilibrio de la vida.

"El comercio minorista ecológico es una industria en crecimiento en todo el mundo y no es exclusiva de los países desarrollados." (GreenHub Latam, s.f.)

- El 80% de los consumidores de todo el mundo pagarán hasta un 5% más por productos sostenibles.
- Entre 2019 y 2023, la proporción de consumidores dispuestos a pagar más localmente. y/o los productos de origen ético crecieron hasta un 66,7%.
- También en 2021, el 44% de los consumidores globales prefirió comprar marcas comprometidas con la sostenibilidad.
- El 70% de los consumidores globales están dispuestos a pagar más por productos de empresas locales y/o éticas.

El comercio justo es un ejemplo consiente que busca garantizar condiciones justas para los trabajadores y salarios dignos para los agricultores y productores en países en vías de desarrollo. Se lograría a través de la eliminación de intermediarios, que suelen pagar precios injustos a los productores. GreenHub Latam, s.f.)

La pesca sostenible es también un aspecto importante de la elección de productos sostenibles en la gastronomía. La sobrepesca irresponsable está agotando los recursos marinos a un ritmo alarmante. Optar por pescado y mariscos capturados de manera sostenible, utilizando técnicas que no dañen los ecosistemas marinos y respetando las tallas mínimas de captura, contribuye a preservar las especies y los ecosistemas marinos para futuras generaciones. GreenHub Latam, s.f.)

Capitulo II Diseño Metodológico

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Investigación mixta

La presente investigación adopta un diseño de investigación mixto, combinando los métodos cuantitativos y cualitativos para lograr una comprensión integral estudiado. El enfoque cuantitativo se utiliza a través de encuestas aplicadas a consumidores y cualitativos se aplica mediante entrevistas a dueños o encargados de restaurantes.

Según, Pereira, (2011) La utilización de los diseños de método mixto se constituye, día a día, en una excelente alternativa para abordar temáticas ligadas a la investigación; este diseño tiene como objetivo mezclar enfoques cualitativos y cuantitativos, en diferentes áreas de estudio, donde destacan los datos numéricos y de mayor manera los datos característicos.

2.1.2. Diseño de investigación

El estudio presenta un diseño descriptivo que tiene como objetivo identificar y detallar las prácticas de sostenibilidad aplicadas en los restaurantes de la ciudad y el enfoque exploratorio se orienta a comprender los elementos que han favorecido o impedido la implementación de dichas prácticas.

2.1.3. Método de la investigación

Para la investigación se utilizaron los métodos descritos a continuación:

Método Analítico

Una de las fortalezas distintivas del método analítico es su habilidad inherente para aprender tanto de los éxitos como de los fallos durante el proceso experimental. Su naturaleza autocorrectiva y progresiva asegura que se adapta y perfecciona continuamente, a medida que se dispone de nuevos resultados y se profundiza en el conocimiento adquirido. Además, es empíricamente verificable, lo que asegura que los hallazgos pueden ser repetidos y confirmados por medio de experimentación adicional. (Marcos Alvarado, 2024)

Se utiliza para interpretar las estrategias de sostenibilidad aplicadas en los restaurantes, a partir del análisis de datos obtenidos en encuestas y entrevistas. Que permite identificar relaciones entre las prácticas aplicadas y los resultados obtenidos.

Método Deductivo

El método deductivo va de lo general a lo particular. Es una forma de razonamiento que deriva del método científico y que tiene como finalidad obtener conclusiones lógicas a partir de un grupo de premisas; es decir, se deduce. Si los hechos o premisas son ciertos, la conclusión también lo será. (Gabriela González, 2021)

Este método permite observar si los restaurantes en la ciudad de Manta aplican lineamientos de prácticas sostenibles realmente. Por ejemplo: Si la teoría indica que el uso de productos locales es una práctica sostenible, se evalúa si los restaurantes investigados lo implementan.

2.1.4. Técnica de la investigación

Encuestas

Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario en un formulario impreso, y se obtienen respuestas que reflejan conocimientos, opiniones, intereses, necesidades y actitudes (Universidad Veracruzana, s.f.).

Aplicada a clientes de restaurantes en Manta, para identificar su percepción sobre las prácticas sostenibles, su valoración de estas, y su influencia en la elección del establecimiento.

Entrevistas

La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada, donde se desarrolla una conversación planificada con el sujeto entrevistado (Universidad Autónoma de Nuevo León, s.f.).

Dirigida a propietarios, gerentes o a los responsables operativos de restaurantes en la ciudad de Manta.

Observación:

La observación es válida como método de medición de comportamientos y conductas. Del mismo modo, al momento de utilizar la observación, se necesitan instrumentos para registrar sistemáticamente las conductas observadas. Estos instrumentos tienen categorías y subcategorías que permiten registrar adecuadamente los comportamientos observados. Además, las categorías deben responder a las variables de la investigación. Lo mencionado anteriormente se conoce como validez y es uno de los requisitos que debe tener un instrumento de recolección de datos. (Bastis Consultores, 2019)

La observación es un elemento esencial para este proceso de investigación, se realizará de manera no participante de tipo encubierta, consta que el investigador se involucrara en las actividades, visitando los restaurantes, como cliente y evaluando prácticas visibles sin intervención directa, ofrece una perspectiva interna sobre cómo se aplican realmente las prácticas sostenibles, Esta modalidad permite identificar y evaluar las prácticas sostenibles implementadas, sin alterar el comportamiento natural del personal y en base a lo obtenido se debe tener un control máximo sobre la información recogida y procurar que no sea utilizada para desprestigiar a las personas o las instituciones.

2.1.5. Población y muestra de la investigación

Población

Según (Arias, 2006), define población "como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio"

Está constituida por todos los restaurantes en Manta que han implementado prácticas en su operación. Manta cuenta con una amplia oferta gastronómica distribuida en diferentes zonas comerciales y turísticas como Tarqui, Los Esteros, La Poza, Murciélago, Flavio Alfaro y Ciudadela Universitaria, donde operan restaurantes de diversos formatos: tradicionales, gourmet, populares, de comida rápida y temática.

Muestra

Según el autor Arias, (2006) define muestra "como un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible" Para fines de esta investigación la muestra será seleccionada por método de conveniencia compuesta por restaurantes que han sido previamente

identificados por aplicar posibles prácticas sostenibles y que aceptaron participar voluntariamente en la investigación.

La muestra por conveniencia es un método no probabilístico donde los sujetos son seleccionados por su fácil acceso y proximidad para el investigador, lo que facilita la recolección de datos, pero limita la representatividad de los resultados. Este tipo de muestreo se emplea comúnmente cuando el acceso a toda la población es difícil o cuando se busca rapidez en la obtención de la muestra (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Aplicando el criterio de inclusión consideró que sean restaurantes ubicados en Manta con al menos 1 año de operación y que sus representantes estén disponibles para participar en entrevistas u observaciones,

- Muestra mínima: 8 restaurantes
- Muestra ideal: 10 a 12 restaurantes

Se estima que Manta podría tener entre 150 a 200 restaurantes operativos, considerando registros oficiales del municipio, plataformas digitales y presencia turística. La cifra de 153 nos da un buen punto de referencia mínimo.

A continuación, se presenta la fórmula elegida para determinar la muestra de la población:

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

% de Error	Nivel de Confianza	Valor Z (Tabla)
1%	99 %	2.58
5%	95 %	1.96

10%	**90 %**	**1.645**

Donde:

- **Datos:**
- N=153
- Nivel de confianza = 90 %
- Según la tabla → Z=1.645
- Error permitido →E=0,2287
- Proporción máxima de variabilidad → p=0.5, q=0.5

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{153 \cdot (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.2287)^2 \cdot (153 - 1) + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

Calculamos y sustituimos:

$$n = \frac{153 \cdot (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.2287)^2 \cdot (153 - 1) + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{153 \cdot 2.706 \cdot 0.25}{0.0523 \cdot 152 + 0.6765}$$

$$n = \frac{103.61}{7.95 + 0.6765}$$

$$n = \frac{103.61}{8.6265}$$

$$n \approx 12$$

Como resultado tenemos n=12//

Ahora realizaremos la muestra en base a la población de la ciudad de Manta:

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

Datos:

- **Población (N)**: 258 697 (ciudad de Manta, según censo 2022)
- **Nivel de confianza**: 90 %
- **Z (valor z para 90 %)**: 1.645 (de la tabla)
- **Error permitido (E)**: 10 % → 0.10
- **p** = 0.5
- **q** = 0.5

$$n - \frac{(1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 258697}{(0.10)^2 \cdot (258697 - 1) + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

Resolvemos:

$$n - \frac{2.706 \cdot 0.25 \cdot 258697}{0.01 \cdot 258696 + 2.706 \cdot 0.25}$$

$$n - \frac{175202.2}{2586.96 + 0.6765}$$

$$n - \frac{175202.2}{2587.6365} \approx 67.7$$

n=68//

La muestra es de 68 personas de la ciudad de Manta.

Capitulo III

3.1. Análisis e interpretación de los resultados

En este capítulo consiste en la búsqueda de información sobre las características seleccionados en el siguiente estudio:

Hotel Oro Verde Manta

Uno de los hoteles de 5 estrellas más prestigioso de la ciudad, cuenta con un total de 105 habitaciones distribuidas en 8 plantas.

Cuenta con un estudio propuesto por el antiguo Gerente el Sr. Ricardo Ferri Borja 2019 donde evalúa todos los aspectos ambientales en relación con la remodelación y operación del hotel

Además, siendo una cadena reconocida por el compromiso constante con la conservación ambiental y sostenible.

Hotel Wyndham

Unos de los hoteles de 5 estrellas más grandes de Manta y la provincia de Manabí contando con 200 habitaciones distribuidas en 14 pisos.

A nivel público no se detalla resultados o certificaciones específicas de sustentabilidad ambiental lo que sí tiene implementadas medidas como reciclaje y sistemas de iluminación LED para ahorro de energía.

Maído Fusión Japonesa

Maído en Manta es un restaurante de cocina japonesa y fusión nikkei muy apreciado en la ciudad. Ofrece platos tradicionales como sushi, sashimi, teppanyaki y tempura, preparados con ingredientes frescos y de calidad, incluidos mariscos frescos locales.

Destacado por los clientes hacia la atención personalizada, el ambiente agradable y la evolución constante del menú con nuevas creaciones, autenticidad en la preparación. Está ubicado en una zona tranquila de Manta y es reconocido por su buena relación calidad-precio y variedad de opciones, incluso para vegetarianos.

3.1.1. Análisis de las entrevistas

A continuación, se muestran los resultados obtenidos por las entrevistas, las cuales fueron realizadas a dueños, gerentes, capitanes y jefes de restaurantes en la ciudad de Manta. Referente a esto se tomaron una cierta cantidad de preguntas relacionadas al tema de investigación dando los siguientes resultados, también se recalca que esta información es propia de las personas entrevistadas:

Entrevistado		
Lic. Byron Yudet Capitán del Restaurante Pata Salada, Oro Verde Manta	Lic. Melissa Zambrano Supervisora AyB de Restaurante Coral Rojo, Hotel Whyndam	Valentín Zambrano Chef Principal Maido Fusión Japonesa
Pregunta 1: ¿Cuáles son las principales iniciativas de sostenibilidad en los ámbitos ambiental, social y económico que ha incorporado en su restaurante, y de qué manera se encuentran integradas en la gestión operativa cotidiana?		
El restaurante ha implementado medidas sostenibles como el uso de sorbetes y envases más	En el ámbito ambiental: reciclaje En el ámbito social: donación de alimentos a fundaciones. Y en el ámbito	En el restaurante los productos como el arroz y las proteínas marítimas están obteniendo dominio como

ecológicos, campañas de ahorro de agua y un control regulado del aire acondicionado para reducir el consumo energético. Además, gestiona adecuadamente los residuos, separando los orgánicos, que son recolectados cada dos días, y los inorgánicos, que se destinan al reciclaje.	económico: reducción de desperdicios en cuánto a la comida y por ende optimizar costos.	productos de menor impacto ambiental esa es nuestra principal iniciativa y ya llevando a lo económico como nuestros productos frescos y sin casi ningún tipo de proceso industrializado mejora la calidad al momento de presentarlo.
Pregunta 2: ¿En qué medida considera que la aplicación de prácticas sostenibles ha incidido en la proyección de la marca, la fidelización de la clientela, la diferenciación competitiva y la rentabilidad de su establecimiento?		
La empresa garantiza seguridad e inocuidad en sus espacios mediante auditorías internas y externas que refuerzan las buenas prácticas, ofreciendo respaldo de calidad a sus clientes. Además, la jefa de calidad realiza visitas semanales a todas las áreas	Al dar un impacto positivo para la empresa hasta llegar a la rentabilidad, logrando la fidelidad del cliente y que el establecimiento crezca en el futuro.	La empresa se maneja con productos de primera calidad y así tanto los proveedores y la misma empresa son exigente además como se ofrece platos japoneses que son platillos crudos, manejándose con la pesca del día como el atún. ya que todos estos requisitos van

para asegurar el cumplimiento de las normas establecidas.		de la mano a que los consumidores regresen
Pregunta 3: ¿Qué estrategias ha implementado para fomentar la participación de su personal en la adopción y mantenimiento de prácticas sostenibles? ¿Podría aportar ejemplos específicos?		
La empresa impulsa la sostenibilidad mediante capacitaciones continuas, creación de estándares de calidad y una comunicación efectiva con el personal. Un grupo de líderes designados por la gerencia difunde estrategias y normativas, organizando campañas internas con actividades como almuerzos temáticos para fomentar el cuidado de los recursos.	Capacitaciones en reciclajes, ahorro de energías y ayuda social.	Maido con su filosofía que fusiona la mejora continua, aplicándolo no solo a la cocina sino también al crecimiento profesional y personal de sus colaboradores. Un gran porcentaje de su equipo ha permanecido más de ocho años, demostrando un ambiente laboral motivador. Así impulsando con capacitaciones, y también regulando con el Gad de Manta una regulación de uso y conservación del suelo para garantizar un desarrollo sostenible

Pregunta 4: ¿Qué programas de capacitación en materia de sostenibilidad ha ofrecido a su equipo de trabajo y cuáles han sido los resultados observables en su desempeño y en la gestión del restaurante?		
La cadena impulsa la campaña "Reduce, Reutiliza y Recicla en tu Empresa", liderada por Recursos Humanos y delegados, reforzada en reuniones mensuales. Esta iniciativa genera beneficios económicos, sociales y ambientales al reducir costos y suministros, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.	Gestión en residuos orgánicos, clasificación.	Contamos con la gestión externa que recae en el Municipio como la dirección de seguridad ciudadana que trabajan para regular y asegurar el uso correcto de todos los espacios e internamente con gestiones de residuos y capacitaciones cada tres meses.
Pregunta 5: ¿Qué indicadores, herramientas o sistemas de evaluación emplea para medir el impacto generado por las prácticas sostenibles en su restaurante, tanto en el ámbito ambiental, económico y social?		
La gestión municipal controla la acumulación de residuos, mientras que el área de mantenimiento monitorea el consumo de agua para detectar excesos o fugas, informando a	Impacto de fidelización de clientes. Reducción de costos Ahorro de agua y energía	Medir aspectos específicos como regular el consumo del agua, la generación de residuos, calidad del producto.

gerencia para su seguimiento. Todo ello contribuye a la satisfacción del cliente y al cuidado ambiental.		
Pregunta 6: ¿Qué factores de índole personal, económica o social motivaron la adopción de un enfoque sostenible en su establecimiento?		
Índole personal: Se plantea la compra total de productos locales para mantener un mayor control de calidad y asegurar la satisfacción del cliente. Económico: La adquisición de insumos locales regula el gasto excesivo, generando ahorros operativos y mejorando la reputación del restaurante. Social: El uso de productos locales fomenta la aceptación y respaldo de los clientes, transmitiendo orgullo y ofreciendo una propuesta	Conciencia ambiental para una mejor calidad de vida tanto para los empleados como para los clientes y así fidelizarlos por su buen actuar con el planeta.	Cuidar al personal, valorizando el bienestar, desarrollo y sentido de pertenencia del equipo de trabajo, es una ventaja competitiva y un impacto positivo tanto para la comunidad como para el negocio y así desencadena la motivación automática para generar un establecimiento sostenible y generar una buena acogida a la ciudad y al establecimiento.

diferenciada a visitantes extranjeros.		

Análisis:

A partir del análisis de las entrevistas realizadas a representantes de los restaurantes Pata Salada, Coral Rojo y Maido Fusión Japonesa, se evidencia un compromiso sólido con la sostenibilidad en sus dimensiones ambiental, social y económica.

Los establecimientos han adoptado prácticas como la gestión diferenciada de residuos, el uso de materiales ecológicos, el ahorro energético y la compra de insumos locales, lo cual ha generado beneficios operativos y ha reforzado la identidad de marca. Asimismo, se promueve una cultura organizacional alineada con estos principios mediante capacitaciones periódicas, campañas internas y la participación del personal.

Estas acciones han favorecido la fidelización de los clientes, la reducción de costos y el posicionamiento competitivo. La motivación para implementar estas estrategias se sustenta en la conciencia ambiental, el deseo de contribuir al bienestar comunitario y la búsqueda de eficiencia empresarial, consolidando así un modelo de gestión responsable y sostenible en el sector gastronómico local.

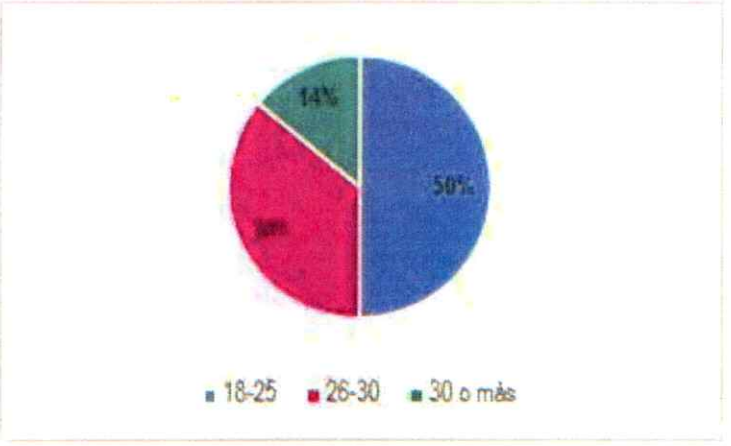
3.1.2. Análisis de los resultados de la encuesta

Tabulación de datos

A continuación, se muestra el análisis y la tabulación de los datos para completar la etapa investigativa obtenidas en base a las encuestas, recogiendo un total de 64 cpn los siguientes datos que se muestran a continuación:

1. Edad.

Población	18-25	32
100%	26-30	23
	30 o más	9

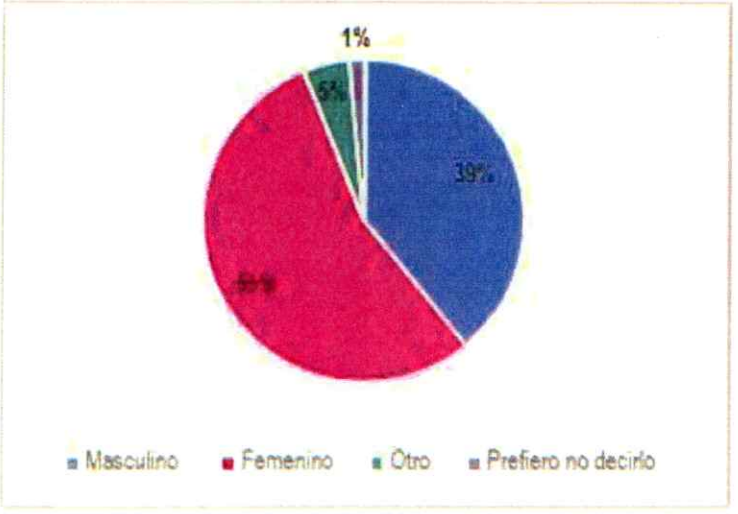


Análisis:

Con respecto a la primera pregunta referente a la edad de los encuestados, podemos notar que 32 personas de la muestra tienen entre 18 y 25 años, representando el 50% tal como se evidencia en la figura. De estos resultados se deduce que la mayoría de las personas encuestadas tienen entre 18 y 25 años.

2. Sexo

Población	Masculino	25
100%	Femenino	35
	Otro	3
	Prefiero no decirlo	1

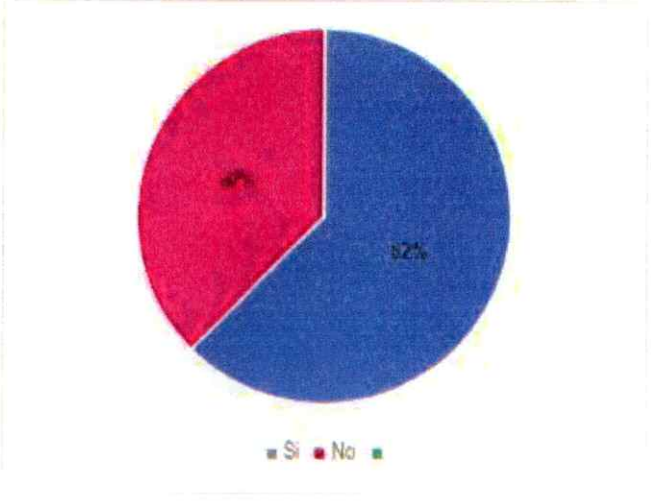


Análisis:

Con respecto a la segunda pregunta referente al sexo de los encuestados, podemos notar que 35 personas de la muestra es de sexo femenino, representando el 55% tal como se evidencia en la figura. De estos resultados se deduce que la mayoría de las personas encuestadas son de sexo femenino.

3. **¿Considera usted que en la ciudad de Manta existen casos de éxito en prácticas sostenibles en restaurantes?**

Población	Si	40
100%	No	24



Análisis:

En relación con la tercera pregunta cuyo texto es: ¿Considera usted que en la ciudad de Manta existen casos de éxito en prácticas sostenibles en restaurantes?, 40 personas de la muestra contestaron sí que equivale a un 62%, y 24 personas respondieron no, que representa el 38% de la muestra. De estos resultados se deduce que la mayor parte de las personas consideran que en la ciudad de Manta si existen casos de éxito en prácticas sostenibles en restaurantes.

4. **¿Qué tan importante es para usted que un restaurante tenga prácticas sostenibles?**

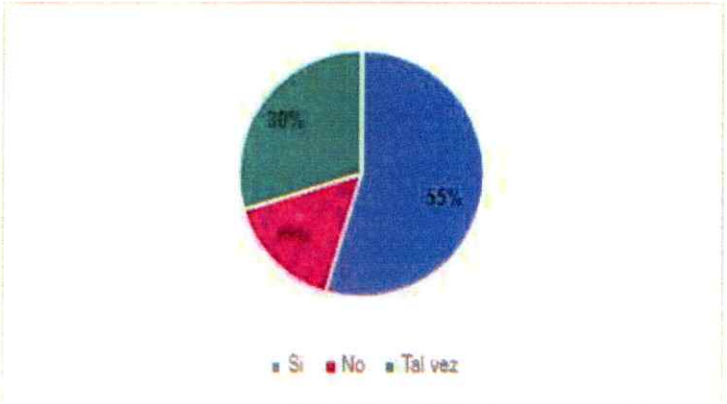
Población	Muy importante	32
100%	Importante	17
	Poco importante	10
	Nada importante	5

Análisis:

Respecto a la cuarta pregunta: ¿Qué tan importante es para usted que un restaurante tenga prácticas sostenibles?, Se evidencia una mayoría con 32 personas representando el 50% que respondieron muy importante, seguido de 17 personas que representan el 26% quienes respondieron importante. De estos datos podemos concluir que es muy importante que un restaurante tenga prácticas sostenibles.

5. **¿Cree que los restaurantes tienen una responsabilidad en la protección del medio ambiente?**

Población		
100%	Si	35
	No	10
	Tal vez	19

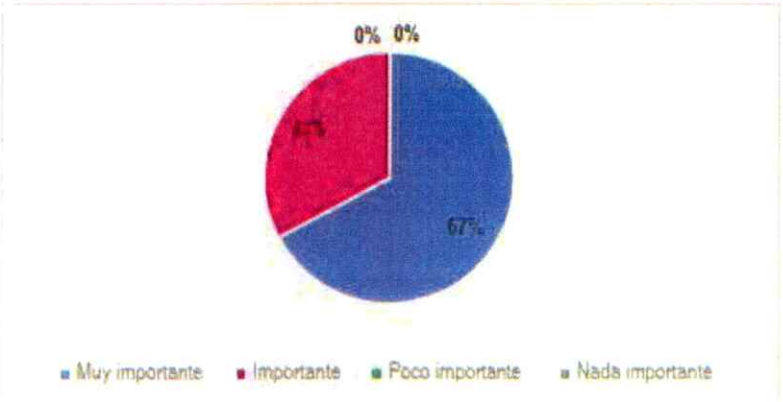


Análisis:

En referencia a la quinta pregunta cuyo texto es: ¿Cree que los restaurantes tienen una responsabilidad en la protección del medio ambiente?, 35 personas de la muestra respondieron que sí, representando el 55%, 10 personas respondieron no, representando el 15% y 19 personas respondieron tal vez, representando el 30%. De estos resultados podemos concluir que la gran mayoría de las personas si creen que los restaurantes tienen una responsabilidad en la protección del medio ambiente.

6. **¿Qué tan importante es para usted que un restaurante tenga una política de sostenibilidad transparente? (por ejemplo, que publiquen información o comuniquen sus prácticas sostenibles).**

Población	Muy importante	43
100%	Importante	21
	Poco importante	0
	Nada importante	0



Análisis:

Con relación a la sexta pregunta cuyo enunciado dice: ¿Qué tan importante es para usted que un restaurante tenga una política de sostenibilidad transparente? (por ejemplo, que publiquen información o comuniquen sus prácticas sostenibles). El 67% de la muestra que representan 43 personas respondieron muy importante, mientras que el 33% de la muestra que representan 21 personas respondieron importante. De estos resultados se concluye que la mayoría de las personas consideran que es muy importante que un restaurante tenga una política de sostenibilidad transparente.

7. **¿Qué tipo de prácticas sostenibles le gustaría ver en un restaurante para considerarlo "sostenible"?**

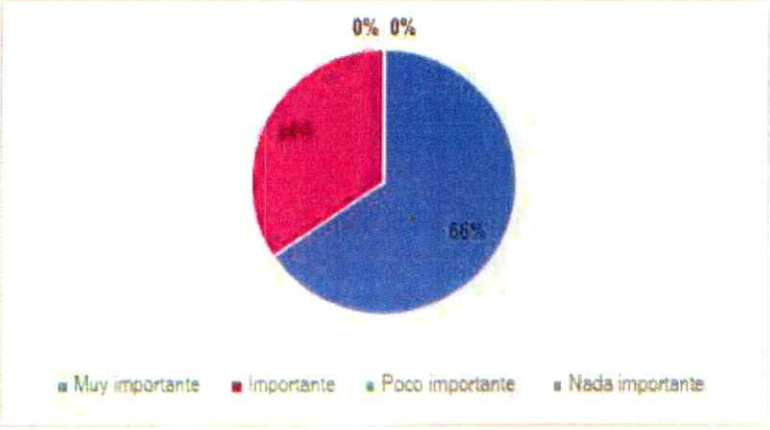
Población	Uso de ingredientes locales y de temporada	7
100%	Reducción de residuos y consumo de energía	14
	Gestión de residuos y reciclaje	20
	Capacitación del personal en sostenibilidad	23

Análisis:

En referencia a la séptima pregunta cuyo texto es: ¿Qué tipo de prácticas sostenibles le gustaría ver en un restaurante para considerarlo "sostenible"? El 36% de la muestra eligió la opción: capacitación del personal en sostenibilidad, el 31% eligió: Gestion de residuos y reciclaje, el 22% eligió: Reducción de residuos y reciclaje y el 11% de la muestra eligió: Uso de ingredientes locales y de temporada. Con estos resultados se concluye que la capacitación al personal en sostenibilidad es la opción que consideraría a un restaurante como "sostenible".

8. **¿Cuál es el nivel de importancia que usted asigna al hecho de que un restaurante cuente con certificaciones o reconocimientos relacionados con la implementación de prácticas sostenibles?**

Población	Muy importante	42
100%	Importante	22
	Poco importante	0
	Nada importante	0

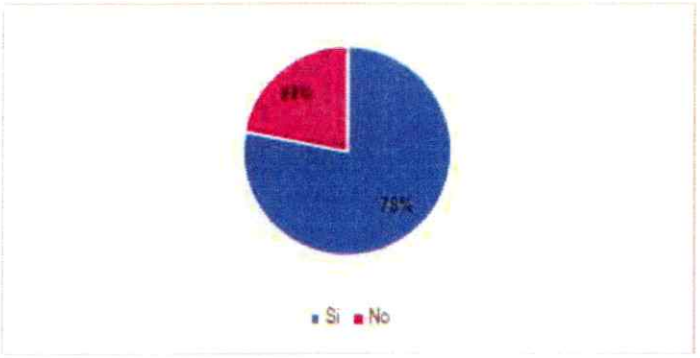


Análisis:

En relación con la octava pregunta cuyo texto es: ¿Cuál es el nivel de importancia que usted asigna al hecho de que un restaurante cuente con certificaciones o reconocimientos relacionados con la implementación de prácticas sostenibles?, 42 personas de la muestra que representan el 66% respondieron muy importante, 22 personas que representan el 34% respondieron importante. De estos resultados podemos deducir que la gran mayoría de las personas consideran que es muy importante que un restaurante cuente con certificaciones o reconocimientos relacionados con la implementación de prácticas sostenibles.

9. **¿Considera importante que los restaurantes prioricen el uso de productos locales frente a los importados?**

Población	Si	50
100%	No	14

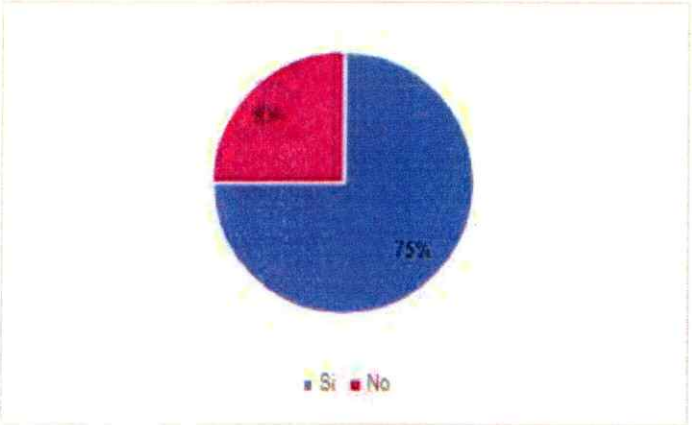


Análisis:

Respecto a la novena pregunta cuyo texto es: ¿Considera importante que los restaurantes prioricen el uso de productos locales frente a los importados?, 50 personas encuestadas que representan el 78% respondieron si, mientras que 14 personas de la muestra que representan el 22% respondieron que no. De estos resultados podemos concluir que la mayoría de la muestra considera que si es importante que los restaurantes prioricen el uso de productos locales frente a los importados.

10. ¿Considera que los restaurantes que tienen prácticas sostenibles son más atractivos para los clientes que con aquellos que no lo hacen?

Población	Si	48
100%	No	16



Análisis:

Con relación a la décima pregunta, cuyo enunciado es: ¿Considera que los restaurantes que tienen prácticas sostenibles son más atractivos para los clientes que con aquellos que no lo hacen?, 48 personas de la muestra que representan el 75 % de la muestra respondieron si, mientras que 16 personas que representa el 25 % de la muestra respondieron no. De este resultado se deduce que la mayor parte de las personas encuestadas consideran que los restaurantes que tienen prácticas sostenibles son más atractivos para los clientes que con aquellos que no lo hacen.

Formato de encuesta:

1. **Edad:**

2. **Sexo:**

    a. Masculino
    b. Femenino
    c. Prefiero no decirlo

3. **¿Considera usted que en la ciudad de Manta existen casos de éxito en prácticas sostenibles en restaurantes?**

    a. Si
    b. No
    c. Desconozco

4. **¿Qué tan importante es para usted que un restaurante tenga prácticas sostenibles**

    a. Muy importante
    b. Importante
    c. Poco importante
    d. Nada importante

5. **¿Cree que los restaurantes tienen una responsabilidad en la protección del medio ambiente?**

    a. Sí
    b. No

6. **¿Qué tan importante es para usted que un restaurante tenga una política de sostenibilidad transparente?** (*por ejemplo, que publiquen información o comuniquen sus prácticas sostenibles).*

    a. Muy importante
    b. Importante
    c. Poco importante
    d. No es importante

7. **¿Qué tipo de prácticas sostenibles le gustaría ver en un restaurante para considerarlo "sostenible"?**

a. Uso de ingredientes locales y de temporada
b. Reducción de residuos y consumo de energía
c. Gestión de residuos y reciclaje
d. Capacitación del personal en sostenibilidad

8. ¿Cuál es el nivel de importancia que usted asigna al hecho de que un restaurante cuente con certificaciones o reconocimientos relacionados con la implementación de prácticas sostenibles?

a. Muy importante
b. Importante
c. Poco importante
d. No importante

9. ¿Considera importante que los restaurantes prioricen el uso de productos locales frente a los importados?

a. Si
b. No

10. ¿Considera que los restaurantes que tienen prácticas sostenibles son más atractivos para los clientes con aquellos que no lo hacen?

a. Sí
b. No

Formato entrevista:

- ¿Cuáles son las principales iniciativas de sostenibilidad en los ámbitos ambiental, social y económico que ha incorporado en su restaurante, y de qué manera se encuentran integradas en la gestión operativa cotidiana?

- ¿En qué medida considera que la aplicación de prácticas sostenibles ha incidido en la proyección de la marca, la fidelización de la clientela, la diferenciación competitiva y la rentabilidad de su establecimiento?

- ¿Qué estrategias ha implementado para fomentar la participación de su personal en la adopción y mantenimiento de prácticas sostenibles? ¿Podría aportar ejemplos específicos?

- ¿Qué programas de capacitación en materia de sostenibilidad ha ofrecido a su equipo de trabajo y cuáles han sido los resultados observables en su desempeño y en la gestión del restaurante?

- ¿Qué indicadores, herramientas o sistemas de evaluación emplea para medir el impacto generado por las prácticas sostenibles en su restaurante, tanto en el ámbito ambiental, económico y social?

- ¿Qué factores de índole personal, económica o social motivaron la adopción de un enfoque sostenible en su establecimiento?

PROPUESTA

Título de la propuesta: Estrategias para fomentar y consolidar prácticas sostenibles en los restaurantes de Manta

Objetivo general de la propuesta:

Diseñar un conjunto de estrategias prácticas y replicables que fortalezcan la implementación de sostenibilidad en restaurantes de la ciudad de Manta, alineadas con las necesidades del entorno, las expectativas de los consumidores y las capacidades operativas de los establecimientos.

1. Fortalecimiento de la educación y cultura organizacional sostenible

Justificación:

Las entrevistas evidencian que la capacitación del personal es clave para mantener las prácticas sostenibles, lo que también fue respaldado por los encuestados (36% señaló que la capacitación es fundamental para considerar un restaurante sostenible).

Acciones propuestas:

- Establecer un **plan de formación continua** para el personal operativo y administrativo en temas como gestión de residuos, uso eficiente de recursos y atención al cliente con enfoque ecológico.
- Realizar **talleres semestrales** dirigidos por expertos locales o aliados institucionales (universidades, GADs, ONGs).
- Incorporar incentivos internos (reconocimientos, premios) a los empleados que propongan o apliquen buenas prácticas sostenibles.

2. Comunicación transparente y posicionamiento sostenible de marca

Justificación:

El 67% de los encuestados consideran muy importante que los restaurantes comuniquen sus políticas de sostenibilidad.

Acciones propuestas:

- Crear **canales de difusión visual** (menús, redes sociales, señalética en el local) para informar a los clientes sobre las acciones sostenibles que realiza el restaurante.
- Promover el uso de **etiquetas, certificados o sellos** visibles que respalden prácticas responsables.
- Incluir la historia de los productos locales y de temporada en el menú para aumentar la conexión emocional del cliente con la sostenibilidad.

3. Integración de proveedores locales y economía circular

Justificación:

El 78% de los encuestados cree que es importante priorizar productos locales. Además, los entrevistados destacaron que usar insumos locales reduce costos y mejora la aceptación del cliente.

Acciones propuestas:

- Establecer **acuerdos colaborativos con productores locales**, incentivando la compra directa y evitando intermediarios.
- Crear una **red de intercambio de subproductos o residuos orgánicos** entre restaurantes y agricultores (por ejemplo, para compostaje).
- Establecer una base de datos o catálogo digital de proveedores sostenibles verificados.

4. Sistema de indicadores y evaluación del impacto sostenible

Justificación:

Las entrevistas revelaron que algunos restaurantes ya realizan seguimiento del consumo de agua, residuos y energía.

Acciones propuestas:

- Desarrollar una **herramienta digital simple** para que los restaurantes registren indicadores clave (consumo de agua, energía, cantidad de residuos generados y reciclados).
- Establecer **metas mensuales o trimestrales** con base en los indicadores para evaluar avances.
- Compartir públicamente los resultados a través de informes breves o gráficas visibles para los clientes.

5. Alianza público-privada para certificaciones sostenibles

Justificación:

El 66% de los encuestados considera muy importante que un restaurante cuente con certificaciones.

Acciones propuestas:

- Proponer al GAD de Manta y universidades locales la creación de un **programa de certificación municipal básica** en sostenibilidad para restaurantes.
- Gestionar convenios con organismos como la **Green Restaurant Association** para asesoría y posibles procesos de certificación internacional.

- Brindar **asistencia técnica y subsidios parciales** para restaurantes que deseen implementar procesos de certificación ISO 14001 o ISO 22000.

CONCLUSIONES

La sostenibilidad en el sector gastronómico de Manta se presenta como una alternativa viable y necesaria ante los desafíos ambientales, sociales y económicos actuales. Los resultados del estudio demuestran que los restaurantes que aplican prácticas sostenibles no solo generan un impacto positivo en su entorno, sino que también obtienen beneficios concretos como la reducción de costos, el fortalecimiento de su imagen y la fidelización del cliente. Asimismo, se evidencia que los consumidores valoran cada vez más los esfuerzos sostenibles y están dispuestos a apoyar a los establecimientos comprometidos con el desarrollo responsable. Por tanto, se concluye que la sostenibilidad debe ser asumida como un eje estratégico para el crecimiento del sector restaurantero en Manta.

RECOMENDACIÓN

En base los resultados que se obtuvo se recomiendan lo siguiente:

- Impulsar políticas públicas que promuevan la sostenibilidad en el sector gastronómico.
- Facilitar el acceso a formación técnica, incentivos económicos y asesoría para pequeñas y medianas empresas.
- Establecer sistemas de reconocimiento o certificación local que motiven la implementación de buenas prácticas.

BIBLIOGRAFIA:

Alex Marini. (2023, junio 13). *Origen del desarrollo sostenible: historia y evolución.*

British Standards Institution. (2015, septiembre). *Gestión Medioambiental ISO 14001.*

British Standards Institution. (2018). *ISO 22000 Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria.*

Clubtopfb. (2021, abril 23). *La certificación: un camino hacia la restauración sostenible.*

Dr. Green Elizabeth. (2023, julio 7). *Sostenibilidad del sistema alimentario: necesidad de cambio en los sistemas alimentarios.*

Enrique Cortés Funes. (2011). *Consumo responsable, el rol de las empresas, del Estado y del consumidor Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) Informe Ambiental Anual 2011.* .

European Commission. (2021). *Farm to Fork strategy*. 2021.

Gabriela González. (2021). *Método deductivo.*

Galanta. (2021, marzo 15). *Fidelizar al consumidor con iniciativas sostenibles: la responsabilidad de la marca en la sociedad.*

Leon G. Schiffman, & Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Comportamiento del consumidor.*

Marcelo Caruana. (2023, noviembre 27). *¿Cómo elaborar un caso de éxito?*

Marcos Alvarado. (2024, abril 17). *Exploración Profunda del Método Analítico.*

ONU. (2020, junio 18). *Día de la Gastronomía Sostenible.* https://www.un.org/es/observances/sustainable-gastronomy-day

Pedro García. (2022). *DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MANTA.*

Alex Marini. (2023, junio 13). *Origen del desarrollo sostenible: historia y evolución.*

Bastis Consultores. (2019, febrero 17). *¿Qué es la observación y para qué sirve en la investigación cuantitativa?* Desarrollo de tesis.

British Standards Institution. (2015, septiembre). *Gestión Medioambiental ISO 14001.*

British Standards Institution. (2018). *ISO 22000 Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria.*

Clubtopfb. (2021, abril 23). *La certificación: un camino hacia la restauración sostenible.*

Dr. Green Elizabeth. (2023, julio 7). *Sostenibilidad del sistema alimentario: necesidad de cambio en los sistemas alimentarios.* alimentario-Necesidad-de-cambio-en-los-sistemas-alimentarios/

Enrique Cortés Funes. (2011). *Consumo responsable, el rol de las empresas, del Estado y del consumidor Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) Informe Ambiental Anual 2011.* .

European Commission. (2021). *Farm to Fork strategy*. 2021. https://food.ec.europa.eu/horizontal-

Gabriela González. (2021). *Método deductivo.*

Galanta. (2021, marzo 15). *Fidelizar al consumidor con iniciativas sostenibles: la responsabilidad de la marca en la sociedad.* https://www.galanta.es/fidelizacion-fidelizar-iniciativas-

Leon G. Schiffman, & Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Comportamiento del consumidor.*

Marcelo Caruana. (2023, noviembre 27). *¿Cómo elaborar un caso de éxito?*

ooi.com/es/como-elaborar-caso-exito/

Marcos Alvarado. (2024, abril 17). *Exploración Profunda del Método Analítico.*

ONU. (2020, junio 18). *Día de la Gastronomía Sostenible.*

Pedro García. (2022). *DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MANTA.*

Radio Zaragoza. (2024, noviembre 20). *8 de cada 10 consumidores quieren que su compra tenga un impacto positivo.*

ASPIC Educación. (s.f.). *El impacto de la sostenibilidad en la gastronomía.* ASPIC Escuela Gastronómica. Recuperado de:

la-sostenibilidad-en-la-gastronomia/

de Niz Sedano, A. G., & Nájera González, A. (2023). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de Negocios*, 14(31), e1329. https://doi.org/10.14349/sumneg/2023.v14.n31.e1329

Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15-29.

EFE (2021a). Restaurantes de Quito apuestan por la sostenibilidad ambiental y social. Swissinfo.ch. Recuperado de: https://www.swissinfo.ch/spa/restaurantes-de-quito-

EFE (2021b). Restaurantes de Quito priorizan ingredientes locales y de temporada como parte de su modelo sostenible. MarketData.com.py. Recuperado de: https://marketdata.com.py/noticias/internacionales/restaurantes-de-quito-apuestan-por-la-sostenibilidad-ambiental-y-social-42424

Caceres Charro, M. P. (2023). *Sostenibilidad en la gastronomía: prácticas y desafíos*. Revista Científica Kosmos.

Montesdeoca-Calderón, M. G., Gil-Saura, I., & Ruiz-Molina, M. E. (2020). ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes? *Estudios Gerenciales*.

Emprai. (2025). *Cómo abrir un restaurante con éxito garantizado: la solución integral para negocios de comida sostenibles en auge para 2025*. Emprai. Emprai

Barcelona Culinary Hub (BCH). (2025, junio 16). *Restaurantes sostenibles: estrategias para una gestión ecológica y rentable*. BCH.

Buildtecs. (2025). *Caso práctico integración de sostenibilidad en una cadena de restaurantes*. Buildtecs. Buildtecs

CoverManager. (2025). *Mejora la sostenibilidad en restaurantes: retos y consideraciones finales*. CoverManager.

Novillo Solorzano, V. E. (2025). *Innovación y sostenibilidad en la industria alimentaria*. Revista Retos para la investigación. https://doi.org/10.62465/rri.v4n1.2025.141 Editorial

Universidad Veracruzana. (s.f.). *La encuesta y el cuestionario*. Recuperado de

Universidad Autónoma de Nuevo León. (s.f.). *La entrevista como técnica de investigación*. Recuperado de https://www.uanl.mx/investigacion/entrevista-como-tecnica

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Escuela de Organización Industrial. (2012, 20 mayo). *Sostenibilidad en las empresas*. EOI. https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/

Sustainability Directory. (2025). *Why is collective responsibility necessary for sustainability?* https://lifestyle.sustainability-directory.com/question/why-is-collective-responsibility-necessary-for-sustainability/

Green Restaurant Association. (2025). *About the Green Restaurant Association*. DineGreen. Recuperado de https://www.dinegreen.com/about

ANEXOS

WYNDHAM