



Crecimiento de los Emprendimientos de alimentos y bebidas sector turístico gastronómico y económico período 2016-2020, cantón Riobamba.

Growth of Food and Beverage Entrepreneurship in the gastronomic and economic tourism sector for the 2016-2020 period, Riobamba canton.

Crescimento do Empreendedorismo em Alimentos e Bebidas no setor de turismo gastronômico e econômico para o período 2016-2020, cantão de Riobamba.

Silvia Gabriela Tapia-Segura^I
stapia@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5911-3446>

María Belén Bastidas-Araúz^{II}
m_bastidas@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1746-7307>

Roger Badin Paredes-Guerrero^{III}
roger.paredes@epoch.edu.ec
<http://orcid.org/0000-0001-9404-8934>

Correspondencia: stapia@epoch.edu.ec

Ciencias económicas y empresariales

Artículo Investigación

***Recibido:** 25 de junio ***Aceptado:** 23 de agosto de 2021 * **Publicado:** 3 de septiembre de 2021

- I. Ingeniera de Empresas, Ph. D (c) Ciencias Contables y Empresariales, Magíster en Auditoría Integral, Magister en Ciencias de la Educación Mención en Gestión Educativa y Desarrollo Social, Facultad de Salud Pública/Carrera de Gastronomía/Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- II. Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, Magister en Planificación y Gestión de Proyectos Agro turísticos y Ecológicos Facultad de Salud Pública/Carrera de Gastronomía/Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- III. Magíster en Administración de Empresas con Mención en Dirección Estratégica, Licenciado en Arte Culinario y Administración De Alimentos Y Bebidas, Facultad de Salud Pública/Carrera de Gastronomía/Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Resumen

La sociedad en un mundo tan cambiante requiere de emprendimientos que dinamicen la economía de los países, el objetivo principal del estudio es analizar el crecimiento de los emprendimientos de alimentos y bebidas en el sector turístico y económico período 2016-2020, cantón Riobamba, mediante un análisis bibliográfico, exploratorio, descriptivo, con la aplicación de técnicas simples de resumen de datos y métodos gráficos estadísticos, sin asumir asunciones para su interpretación, con una muestra según el catastro del Ministerio de Turismo categoría cuatro integrada por 59 establecimientos, comparando a nivel provincial – cantonal, por modelo de negocio, establecimientos por año, análisis horizontal. La revisión bibliográfica indica que de acuerdo al Reglamento Turístico de alimentos y bebidas clasifican a estos servicios en: Cafeterías, bar, restaurante, discoteca, establecimientos móvil, plazas de comida, servicio de catering; la aportación en el Producto Interno Bruto (PIB) del sector turístico de esta actividad se encuentra en un promedio del 1.97%, la empleabilidad de mujeres alcanza el 46.78% del 100% , y su situación financiera es estable; El análisis estadístico indica que: El crecimiento en el Cantón Riobamba corresponde al 87.88% en relación a la Provincia de Chimborazo; dentro de su clasificación los restaurantes representan la mayor cantidad de establecimientos de Alimentos y Bebidas con un 62,41%; el crecimiento de establecimientos desde el año 2016 – 2020 ha sido sostenido por lo menos 10 puntos en relación al año anterior; y la relación por cierre de establecimientos no llega a representar ni el 1% de los locales catastrados de cada año, se puede concluir que los cierres de los locales que han existido en el periodo de estudio es lo esperado y proyectado a nivel empresarial turístico y socio económico.

Palabras clave: Emprendimientos; alimentos y bebidas; análisis; crecimiento; Riobamba.

Abstract

Society in such a changing world requires ventures that revitalize the economies of the countries, the main objective of the study is to analyze the growth of food and beverage ventures in the tourism and economic sector 2016-2020 period, Riobamba canton, through a Bibliographic, exploratory, descriptive analysis, with the application of simple techniques of data summary and statistical graphic methods, without assuming assumptions for their interpretation, with a sample

according to the cadastre of the Ministry of Tourism category four made up of 59 establishments, comparing at the provincial level - cantonal, by business model, establishments by year, horizontal analysis. The bibliographic review indicates that according to the Tourist Regulations for food and beverages, these services are classified as: Cafeterias, bar, restaurant, disco, mobile establishments, food courts, catering service; the contribution in the Gross Domestic Product (GDP) of the tourism sector of this activity is an average of 1.97%, the employability of women reaches 46.78% of 100%, and their financial situation is stable; The statistical analysis indicates that: The growth in the Riobamba Canton corresponds to 87.88% in relation to the Province of Chimborazo; Within its classification, restaurants represent the largest number of Food and Beverage establishments with 62.41%; the growth of establishments from 2016-2020 has been sustained by at least 10 points in relation to the previous year; and the relationship due to the closure of establishments does not represent even 1% of the premises registered each year, it can be concluded that the closures of the premises that have existed in the study period are expected and projected at the tourist business level and economic partner.

Keywords: Entrepreneurship; food and drinks; analysis; increase; Riobamba.

Resumo

A sociedade em um mundo em mudança exige empreendimentos que dinamizem as economias dos países, o objetivo principal do estudo é analisar o crescimento dos empreendimentos de alimentos e bebidas no setor turístico e econômico no período 2016-2020, no cantão de Riobamba, por meio de uma bibliografia, análise exploratória, descritiva, com a aplicação de técnicas simples de síntese de dados e métodos gráficos estatísticos, sem assumir pressupostos para a sua interpretação, com uma amostra segundo cadastro do Ministério do Turismo categoria quatro composta por 59 estabelecimentos, comparando a nível provincial - cantonal, por modelo de negócio, estabelecimentos por ano, análise horizontal. A revisão bibliográfica indica que, de acordo com o Regulamento do Turismo para alimentos e bebidas, estes serviços são classificados em: Cafeterias, bar, restaurante, discoteca, estabelecimentos móveis, praças de alimentação, serviço de catering; a contribuição no Produto Interno Bruto (PIB) do sector do turismo desta actividade é em média de 1,97%, a empregabilidade das mulheres atinge 46,78% de 100%, e a sua situação financeira é estável; A análise estatística indica que: O crescimento do Cantão de

Riobamba corresponde a 87,88% em relação à Província de Chimborazo; Dentro da sua classificação, os restaurantes representam o maior número de estabelecimentos de Alimentos e Bebidas com 62,41%; o crescimento dos estabelecimentos de 2016-2020 foi sustentado em pelo menos 10 pontos em relação ao ano anterior; e a relação devido ao encerramento de estabelecimentos não representa sequer 1% dos estabelecimentos registrados em cada ano, pode-se concluir que os encerramentos dos estabelecimentos existentes no período de estudo são esperados e projectados ao nível do turismo empresarial e económico parceiro.

Palavras-chave: Empreendedorismo; alimentos e bebidas; análise; aumentar; Riobamba.

Introducción

Es necesario reconocer que los emprendimientos nacen de oportunidades y necesidades para mantener o mejorar la calidad de vida, este proceso implica la asignación de recursos humanos, económicos, tecnológicos y naturales, al establecimiento de una unidad de producción determinada.

El emprendimiento se fundamenta en el reconocimiento de oportunidades que pueden ser aprovechadas a través del manejo efectivo de recursos para generar un beneficio a las partes interesadas. Es decir, es un proceso en el cual la toma de decisiones innovadoras conlleva al mejoramiento de las condiciones en que la sociedad se encuentra (Austin, Stevenson, & Wei, 2006; Gómez, 2019)

Los emprendimientos en servicios de alimentos y bebidas son una oportunidad de negocios, en donde se ofertan productos y servicios gastronómicos bien preparados con procesos de calidad, manejo de buenas prácticas de sanidad y buen servicio.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021), un organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional en el campo del turismo.

La OMT está encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos que tenga en su punto de mira el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyo alcance es universal.

Figura 1: Objetivos de Desarrollo sostenible



Fuente: (OMT, 2021)

La OMT ofrece liderazgo y apoyo al sector turístico para ampliar conocimientos e impulsar políticas turísticas en todo el mundo, defender un turismo responsable y promover el turismo como fuerza motriz del crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad ambiental.

Integrada en la actualidad por 156 países, la OMT alienta la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, con el fin de maximizar la contribución socioeconómica del turismo y minimizar a la vez los posibles impactos negativos que pudiera tener.

Para Zurab Pololikashvili secretario general, de la OMT, el turismo gastronómico forma parte integrante de la vida local y está forjado por la historia, la cultura, la economía y la sociedad de un territorio. Esto conlleva un potencial natural para enriquecer la experiencia del visitante, estableciendo una conexión directa con la región, su gente, su cultura y su patrimonio. El interés por el turismo gastronómico ha crecido en los últimos años junto con su promoción intrínseca de la identidad regional, el desarrollo económico y el patrimonio tradicional. Habiendo identificado su ventaja competitiva, cada vez más destinos en todo el mundo buscan posicionarse como destinos de turismo gastronómico.

La gastronomía es uno de los sectores más valorados por los turistas. Cuando viajamos nos gusta conocer la cocina local del destino, explorar sus restaurantes, saborear los productos típicos, las tradiciones, y a poder ser, vivir experiencias sorprendentes, únicas y especiales. Los datos así lo

demuestran, según la OMT (2021), más de un tercio del gasto de un turista está dedicado a la comida. La gastronomía se ha convertido en uno de los principales motivos para viajar.

En muchos países la gastronomía se ha erigido como un sector estratégico que aporta a la generación de riqueza y empleo creando valor a toda la cadena que la conforma, desde la producción de alimentos de calidad, su transformación, la hostelería o el turismo y, además, contribuye a promover e impulsar la marca-país.

En el Reglamento Turístico de alimentos y Bebidas (MINTUR, 2018), se propone lo siguiente:

El Ministerio de Turismo del Ecuador, considerando los siguientes artículos de la Constitución de la República del Ecuador: “Que, el artículo 13 reconoce y garantiza el derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos; Que, el artículo 52, señala que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características..., con estos antecedentes el Ministerio de Turismo expide el reglamento turístico de alimentos y bebidas cuyo objetivo es: “regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional (p.2)

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca
- e) Establecimiento móvil
- f) Plazas de comida
- g) Servicio de Catering (ps. 7-8)

Art. 18.- Categorización. * Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

- a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos
- b) tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría;
- c) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1)
- d) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la
- e) menor categoría;
- f) Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa
- g) siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría; y.
- h) Los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como categoría única (MINTUR, 2018, p. 10).

Restaurante

Un restaurante es un establecimiento que dispone de zonas de cocina y salón-comedor debidamente equipados donde se sirve comida y bebida a cambio de un precio establecido de antemano (Flores, 2018).

Según la normativa en materia de turismo: Un bar es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas, no alcohólicas y, además, sirvan al público mediante precio, aperitivos, tapas, raciones, bocadillos u otros alimentos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra o sala. Para el origen de la palabra “bar” existen varias teorías, se dice que empezaron a llamarlo así los ingleses, que denominaban “barra” al sitio destinado a acomodar los pies en el mostrador, y se pasó a llamar barra al mostrador, abreviando “bar” para el nombre del establecimiento o departamento (Charquero, 2017).

Café-Bar

Café-bar es la fusión del comercio de vino y licores y el del café, otras infusiones y sus derivados. Es propia de este tipo de local la venta de bollería, a veces exquisitos churros, y, de a diario, extensas variedades de ingeniosas tapas, además de tostadas, bocadillos y sándwiches. Tiene una gran actividad en el inicio del día con el servicio de desayunos, por lo cual se debe hacer una exhaustiva mise-en-place para dar respuesta a la demanda, que suele concentrarse en la franja horaria que va desde las 9:00 a las 11:00 horas. Oferta una carta de platos combinados de elaboración sencilla que, en función de la categoría que ostente el local, estará compuesta por carnes, pescados y huevos (Martínez, 2018).

Catering

El catering es un servicio hostelero “a distancia”, es decir, aunque parte de la producción y preparación de los alimentos que se van a servir se hacen en las instalaciones del establecimiento, el servicio se desarrolla en un lugar facilitado o elegido habitualmente por el cliente, previo montaje de todo lo necesario para realizarlo, incluyendo los espacios usados por los asistentes y los utilizados por el personal encargado de llevarlo a cabo (Sesmero, 2018).

Cafetería

Una cafetería es un lugar donde se puede disfrutar de un café y el servicio a la mesa o en la barra, es uno de los espacios de sociabilidad más populares y abundantes. Una cafetería gourmet brinda la calidad de los ingredientes en los productos ofertados a las necesidades del cliente, y el servicio que se hace distinción en colaboradores e instalaciones.

La primera cafetería de la historia abrió sus puertas en Constantinopla, en 1475, después de que los musulmanes introdujeran el café en Persia, Egipto, África septentrional y Turquía, por aquel entonces estos locales eran exclusivos y solo admitían a diplomáticos intelectuales. (Castillo, et al, 2020)

Bar

El bar es una palabra que proviene del inglés y es adoptada para nombrar a un establecimiento comercial donde se sirven y consumen bebidas, aperitivos y platos combinados sencillos. La definición de bar va cambiando con el tiempo debido a los cambios y exigencias de la demanda es decir que los bares han tenido una evolución a lo largo del tiempo donde su definición tendrá que ser adaptada a estos cambios que se vayan suscitando. (Rodríguez & López, 2016, p. 72)

Tipos de Bares

Entre los tipos de bares más comunes están los siguientes: café, cervecería, heladería, discoteca, sidrería, gatrobar, chinrigo, pub, horchatería, taberna, enoteca, chocolatería, mesones, salones de té, piano bar. Por otro también se puede concluir que pueden surgir nuevas tipologías de bares ya que estos dependen de la temática, tendencias y de los productos que se ofertaran en él. (Ibit, 2016, p. 74)

Discoteca

Local público de horario habitualmente nocturno en el que se acude a escuchar música grabada, bailar y consumir bebidas; un espacio juvenil ligado a un consumo masivo de la cultura pop en el que los jóvenes establecen interacciones sociales de diversos tipos con dinámicas conexas centradas de manera primordial en la diferencia social. (Jaramillo, 2020)

Clasificación

- a) Discotecas crossover: es aquella discoteca en donde su estilo musical es variado, es decir programa todos los géneros musicales.
- b) Discotecas urbanas: este tipo de discoteca programa sólo géneros urbanos, como son: Hip-Hop, Dance Hall, Reggaetón, Electrónica, Reggae, R&B, entre otros.
- c) Discotecas tipo fonda: son aquellas que se caracterizan porque su decoración tiene colores alegres, y expresa las costumbres de los pueblos y su gente.
- d) Discotecas electrónicas: este tipo de discoteca está enfocada a programar solamente géneros electrónicos.
- e) Discoteca tipo bar: son aquellas que tiene un espacio abierto o poca capacidad.
- f) Discoteca LGTB: Son aquellas discotecas inclinadas a ofrecer el servicio a las personas homosexuales, sin embargo, las personas heterosexuales también pueden asistir (Jaramillo, 2020)

Establecimiento móvil

Es el nuevo formato de comida rápida, que se puede situar distintas ubicaciones y se presenta como una oportunidad de negocio para personas que buscan innovar en el mercado gastronómico. Son furgonetas, camiones o remolques acondicionados para funcionar como restaurantes pequeños rodantes, que se ubican en puntos autorizados y accesibles por los municipios distritales.

También, se ofrecen como una propuesta atractiva para consumidores que buscan nuevas experiencias, con la misma calidad de comida, estándares de higiene y seguridad alimentaria, a un precio accesible. (Universidad San Ignacio de Loyola, 2018)

Plaza de comidas

Es una agrupación de restaurantes en lo que se denominan en inglés plaza, puede ser interior o exterior, de diferentes ofertas culinarias en la que existe un espacio común para sentarse; la popularidad de los patios de comida ha crecido en el Ecuador principalmente en la última década, ya que las comodidades que brinda un patio de comidas son variadas. A parte de ser un lugar para consumir alimentos preparados de diferentes tipos, que al juntarlos en un patio de comidas se convertiría en un sitio donde se pueda disfrutar de un ambiente en el que se puede platicar, lo cual es ideal para tener citas, reunirse en familia o con gente de negocios.

El patio de comidas, se convierte también en el sitio de encuentro, que aparte de la gastronomía, que es su principal fin, el diseño de su infraestructura y estilo hacen que el cliente se sienta cómodo, tranquilo y relajado mientras comparte con otras personas, degusta platos locales o exóticos y disfruta de buena música. Los patios de comidas se han convertido también en centros de eventos donde se realizan exposiciones de moda, entre otros. (Santos & Varela, 2012)

La Corporación Financiera Nacional presenta en la ficha Sector Turístico Alojamiento y Servicios de alimentos y bebidas agosto 2020, la siguiente información:

Figura 2: Sector Turístico Alojamiento y Servicios de alimentos y bebidas agosto 2020



Fuente: Ministerio de Turismo (MINTUR)- Turismo en cifras / (CFN, 2021)

Se puede observar en la imagen que existe un leve crecimiento en el número de establecimientos registrado en el Ministerio de Turismo, entre el año 2015 y 2016, y con relación a los años 2016, 2017 y 2018 hay un ligero decrecimiento.

Figura 3: Personal Ocupado en establecimientos Registrados en el Min. Turismo



Fuente: Ministerio de Turismo (MINTUR)- Turismo en cifras / (CFN, 2021)

Las mujeres del total de empleabilidad en los servicios de alimentos y bebidas representan un 46.78%., empoderándose también de este sector.

Figura 4 Participación del Consumo Receptor en el PIB



Fuente: Ministerio de Turismo (MINTUR)- Turismo en cifras / (CFN, 2021)

Producto Interno Bruto (PIB), variable que mide el valor de producción corriente de los bienes y servicios de uso final realizado por los factores de producción residentes en el país en un periodo dado (Cue, 2015)

La Figura 4 indica que el Producto Interno Bruto por servicios de alimentos y bebidas aporta significativamente en sus resultados.

Figura 5 Balance de Situación



Fuente: Servicio de Rentas Internas SRI / (CFN, 2021)

Se puede observar que los bienes frente a las deudas en cada año tienen un crecimiento.

Figura 6: Balance de Resultados



Fuente: Servicio de Rentas Internas SRI / (CFN, 2021)

La ficha demuestra que tanto sus ingresos y egresos en los dos sectores fluctúan entre los períodos analizados, no se considera al año 2020 por la época de pandemia COVID 19.

Figura 7: Impuesto a la Renta e IVA Causado



Fuente: Servicio de Rentas Internas SRI / (CFN, 2021)

Las recaudaciones tanto del impuesto a la renta como del impuesto al valor agregado (IVA) igual fluctúan entre los períodos analizados, sin embargo, no son desmedidos, no se considera el impuesto a la renta del año por no terminar el ejercicio fiscal.

Figura 8: Crédito de Servicios de Alimentos y Bebidas



Fuente: Servicio de Rentas Internas SRI / (CFN, 2021) I

Se puede determinar que el sector financiero en cuanto a la ubicación de créditos en las actividades de servicios de alimentos y bebidas tiene una alta representatividad (CFN, 2021).

Metodología

Este trabajo de investigación con enfoque Cualitativo, de diseño no experimental y nivel de investigación Descriptivo, se propuso los siguientes objetivos

- Analizar el crecimiento de los emprendimientos de alimentos y bebidas en el sector turístico y económico período 2016-2020, Cantón Riobamba
- Definir la bibliografía necesaria para el análisis en el sector turístico y económico de crecimiento en los emprendimientos de alimentos y bebidas
- Comparar el crecimiento de los servicios de alimentos y bebidas período 2016-2020 objeto de estudio, según el catastro del Ministerio de Turismo.

Para lograr estos propósitos se Procedió de la siguiente manera:

Se realizó un análisis bibliográfico y exploratorio, mediante la aplicación de técnicas simples de resumen de datos y métodos gráficos sin asumir asunciones para su interpretación.

La muestra está integrada por 59 establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón Riobamba, según el catastro del Ministerio de Turismo.

Los análisis estadísticos comparativos se los realiza en base a:

Nivel provincial – cantonal, por modelo de negocio, establecimientos por año, análisis horizontal determinado incrementos o disminuciones, establecimientos cerrados a nivel provincial – cantonal.

Resultados análisis estadísticos

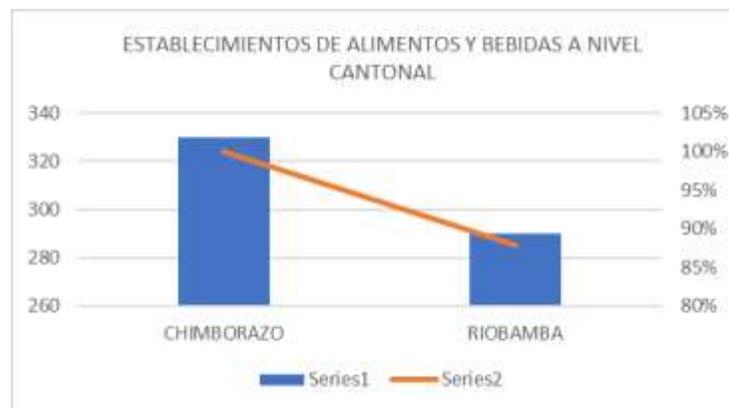
A continuación, se plantean los resultados obtenidos del análisis de la situación del Crecimiento de los Emprendimientos de alimentos y bebidas sector turístico gastronómico y económico período 2016-2020, cantón Riobamba.

Figura 9. Establecimientos de Alimentos y bebidas a Nivel provincial



Desde el año 2016 al 2020 en el análisis del PBI la actividad de “Alojamientos y Servicios de Comida” representaron la generación de 2000 millones de dólares americanos, en promedio, constituyéndose en uno de los rubros económicos importantes del Ecuador, al analizar el número de establecimientos de Alimentos y Bebidas se puede determinar que en el país existen 13861 locales a nivel provincial, en Chimborazo, existen 330 locales que representa el 2,38% de representación de esta actividad en el sector (Figura 9), esto permitirá a posterior analizar el cantón Riobamba, objeto de estudio de esta investigación.

Figura 10. Establecimientos de Alimentos y bebidas a Nivel cantonal



El cantón Riobamba, objeto de estudio de la presente investigación, contiene 290 establecimientos de Alimentos y Bebidas catastrados desde el año 2016 al 2020 lo que representa el 87,88% de la totalidad de establecimientos de la provincia de Chimborazo, al conocer que la provincia posee 10

cantones podemos determinar que por cada 10 establecimientos que se apertura 9 son en la ciudad de Riobamba, siendo el que aglomera la mayor cantidad de establecimientos de Alimentos y Bebidas de la localidad (Figura 10).

Tabla 1: Establecimientos de Alimentos y Bebidas por modelo de Negocio

Tipo de Establecimiento	Numero	Porcentaje
Restaurante	181	62,41%
Fuente de soda	22	7,59%
Bar	27	9,31%
Cafetería	40	13,79%
Discoteca	20	6,90%
Total	290	100%

Al conocer la distribución territorial de los establecimientos de Alimentos y Bebidas, se debe conocer la distribución por modelo de negocio que integra este sector, siendo estos: restaurante, fuente de soda, bar, cafetería y discoteca. Entendiendo que restaurantes representa la mayor cantidad de establecimientos de Alimentos y Bebidas con un 62,41%, (Tabla 1)

Figura 11 Establecimientos de alimentos y bebidas por año 2016 /2021

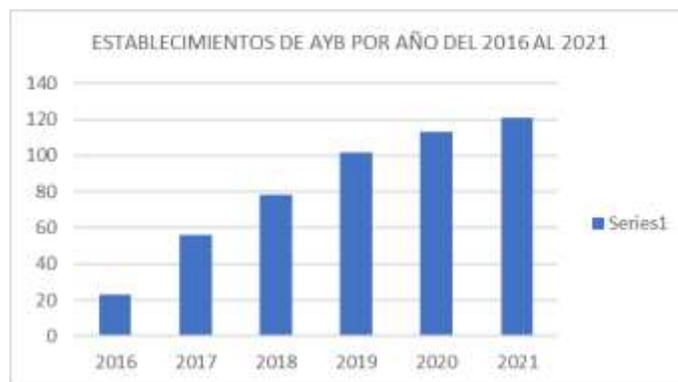
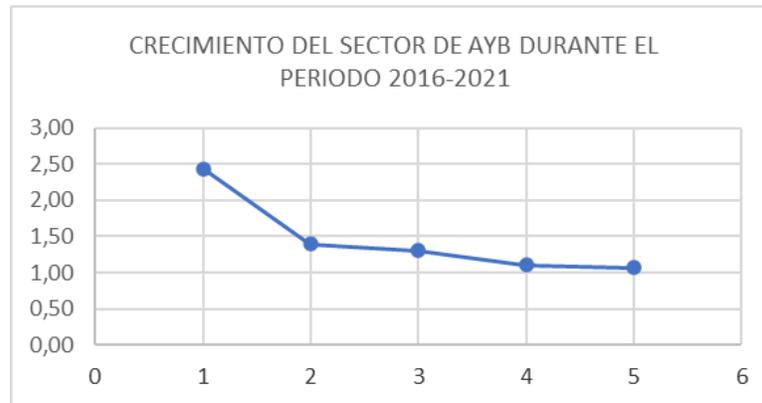
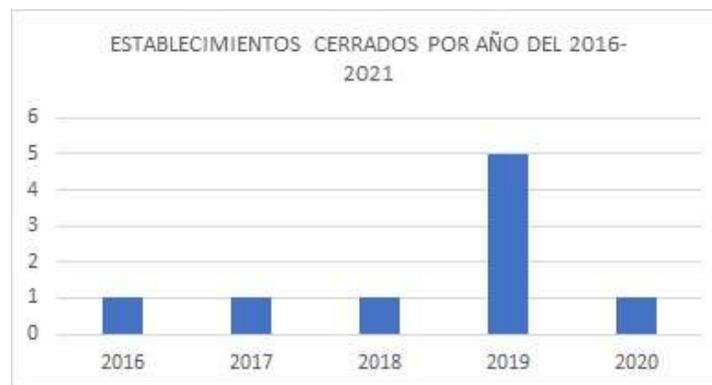


Figura 12 Crecimiento del sector de Alimentos y Bebidas durante el periodo 2016-2021



El las figuras 11 y 12 se puede evidenciar que el crecimiento de establecimientos de Alimentos y Bebidas desde el año 2016 al año 2020 ha sido sostenido, es decir no ha existido un decrecimiento de año a año, para explicar y entender el comportamiento mencionado se estableció un análisis en ratios que confirma que siempre ha existido más establecimiento que el año anterior, a pesar de que la curva del gráfico 5 sea de decrecimiento nunca llega a 1.00 lo que sustenta que siempre ha existido un crecimiento de por lo menos de 10 puntos en relación al año anterior.

Figura 13 Establecimientos Cerrados por año 2016 / 2020



Finalmente, se debe analizar los establecimientos de Alimentos y Bebidas cerrados que se evidencian año a año en el periodo de estudio siendo uno por año lo que no llega a representar ni el 1% de los locales catastrados de cada año, a pesar de que en el año 2019 se evidencia un cierre del 5 establecimientos esto sigue representando el 0,5% de locales catastrados para ese año, por lo

tanto se puede concluir que los cierres de los locales que han existido en el periodo de estudio es lo esperado y proyectado a nivel empresarial y socio económico.

Conclusiones

- Se entiende que los emprendimientos en servicios de alimentos y bebidas son una oportunidad de negocios, en donde se ofertan productos y servicios gastronómicos bien preparados con procesos de calidad, manejo de buenas prácticas de sanidad y buen servicio.
- Acorde al reglamento turístico del Ministerio de Turismo clasifica a los servicios de alimentos y bebidas en cafetería, bar, restaurante, discoteca, establecimiento móvil, plazas de comida y servicio de catering y se categorizarán mediante un sistema de puntuación.
- Según la ficha de la Corporación Financiera Nacional sector Turístico alojamiento y servicios de alimentos y bebidas agosto 2020, el Producto Interno Bruto por esta actividad se encuentra en un promedio del 1.97% en el período de estudio, la empleabilidad de mujeres en un 46.78%, y su situación financiera es estable.
- El crecimiento de estas actividades en el Cantón Riobamba corresponde al 87.88% en relación a la Provincia de Chimborazo.
- De los servicios de alimentos y bebidas el crecimiento de los restaurantes representa la mayor cantidad de establecimientos de Alimentos y Bebidas con un 62,41%.
- Se puede evidenciar que el crecimiento de establecimientos de Alimentos y Bebidas desde el año 2016 al año 2020 ha sido sostenido, el análisis de ratios confirma que siempre ha existido más establecimiento que el año anterior, a pesar de que la curva del grafico 5 sea de decrecimiento nunca llega a 1.00 sustentando una progresión de por lo menos de 10 puntos en relación al año anterior.
- Y por último el análisis por cierre de establecimientos, no llega a representar ni el 1% de los locales catastrados de cada año, por lo tanto, se puede concluir que los cierres de los locales que han existido en el periodo de estudio es lo esperado y proyectado a nivel empresarial turístico y socio económico.

Referencias

1. Austin, J., Stevenson, H., & Wei, J. (2006).). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
2. Castillo, S., López, L., Bonilla, J., Hernandez, A., & Medrano, M. (2020). PROYECTO DE INVERSIÓN: CASO DE ESTUDIO DE CAFETERÍA GOURMET. DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.
3. CFN. (2021). Informe del Sector Turístico 2020. Quito: CFN. Obtenido de https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2020/ficha-sectorial-3-trimestre-2020/FS_Turismo_3T2020.pdf
4. Charquero, M. (2017). Preparación y servicio de bebidas y comidas rápidas en el bar. Málaga: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/45099?page=14>.
5. Cue, A. (2015). Fundamentos de economía. México DF: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/39385?page=226>.
6. Expósito, A. F. (2017). Economic growth, poveety and inequality: Efficiency analysis For Latin America in the 21st centurt. *Economía Mundial*, 117-138.
7. Flores, A. (2018).). Servicio en restaurante. Paracuellos de Jarama,. Madrid: RA-MA. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/105635?page=24>
8. Gómez, M. (2019). La mentalidad emprendedora: el emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/127093?page=15>.
9. Jaramillo, K. (2020). PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA DISCOTECA EN LA CIUDAD DE PIURA. Piura: Universidad Nacional de Piura.
10. Martínez, G. (2018). Control de la actividad económica del bar y cafetería. Málaga: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/105601?page=19>.
11. MINTUR. (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, con Acuerdo Ministerial N° 2018053. Quito: Lexis. Obtenido de

http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=MERCANTI-REGLAMENTO_TURISTICO_DE_ALIMENTOS_Y_BEBIDAS&query=Reglamento%20turistico%20de%20alimentos%20y%20bebidas#L_DXDDataRow0

12. OMT. (2021). Agenda 2030 para el Desarrollo sostenibles y Los Objetivos del desarrollo Sostenible . Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <https://www.unwto.org/es/tourismo-por-los-ods>
13. Rodriguez, J., & Lopéz, C. (2016). Preparación y servicio de bebidas y comidas rapidas en el bar. Madrid: Paraninfo.
14. Santos, M., & Varela, W. (2012). PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN PATIO DE COMIDAS EN LA CIUDAD DE CALCETA. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí.
15. Sesmero, J. (2018). provisionamiento y montaje para servicios de catering. Málaga: IC Editorila. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/espoch/113431?page=18>.
16. Universidad San Ignacio de Loyola. (2018). FOOD TRUCK SALCHIVEGANO Food Truck Salchivegano. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

© 2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)