

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Gestión de la rentabilidad económica en restaurantes del cantón
Chone, Ecuador**

***Management of economic profitability in restaurants of Chone
canton, Ecuador***

Camilo Rafael Caicedo García ^I, Elisa Juverly Zambrano Zambrano ^{II}

^I. Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador

Email: crcg-21@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9453-2531>

^{II}. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador

Email: elisa.zambrano@utm.edu.ec, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3268-1109>

Recibido: 06/12/2022

Aprobado: 15/03/2023

Como citar en normas APA el artículo:

Caicedo García, C. R., y Zambrano Zambrano, E. J. (2023). Gestión de la rentabilidad económica en restaurantes del cantón Chone, Ecuador. *Uniandes Episteme*, 10(2), 261-273.

RESUMEN

En el sector de los servicios, los hoteles y restaurantes son representativos dentro del turismo. En el caso de los restaurantes, contienen un grupo de actividades empresariales que, a pesar del efecto adverso que tuvo la pandemia, ha experimentado un crecimiento considerable en el Ecuador. La provincia de Manabí tiene un alto número de emprendimientos gastronómicos; no obstante, la mayoría de los restaurantes no cuentan con planes para su desarrollo, los modelos de gestión son poco elaborados, sin una proyección que les permita mejorar su rentabilidad. El objetivo de la investigación es analizar los costos de servicio y su incidencia en la gestión de la rentabilidad económica en restaurantes del cantón Chone, Ecuador. El estudio que se desarrolla es de modalidad mixta, básica, de tipo no experimental y de alcance descriptivo. Se propone una encuesta y se define un cuestionario que consta de catorce preguntas; que la prueba de confiabilidad con el alfa de Cronbach demuestra un resultado de 0,96. A partir de la población se define una muestra de 78 responsables a encuestar. Al aplicar a los resultados la prueba de normalidad se demuestra que los datos no siguen una distribución normal y se realiza la prueba no paramétrica Chi-cuadrado de Pearson. A partir



de los valores obtenidos se aprueba la hipótesis alterna y se valida que los costos de servicio tienen relación con la rentabilidad en los restaurantes del cantón Chone, Ecuador.

PALABRAS CLAVE: rentabilidad económica; costos de servicio; restaurante; gestión de restaurantes.

ABSTRACT

In the services sector, hotels and restaurants are representative within tourism. In the case of restaurants, they contain a group of business activities that, despite the adverse effect of the pandemic, have experienced considerable growth in Ecuador. The province of Manabí has a high number of gastronomic enterprises; however, most of the restaurants do not have plans for their development, the management models are poorly elaborated, without a projection that allows them to improve their profitability. The objective of the research is to analyze the service costs and their incidence in the management of economic profitability in restaurants in the canton of Chone, Ecuador. The study is a mixed, basic, non-experimental and descriptive study. A survey is proposed and a questionnaire consisting of fourteen questions is defined; the reliability test with Cronbach's alpha shows a result of 0.96. From the population, a sample of 78 managers to be surveyed is defined. When applying the normality test to the results, it is shown that the data do not follow a normal distribution and the non-parametric Pearson's Chi-square test is performed. Based on the values obtained, the alternative hypothesis is approved and it is validated that service costs are related to profitability in restaurants in the canton of Chone, Ecuador.

KEYWORDS: economic profitability; service costs; restaurant; restaurant management.

INTRODUCCIÓN

La economía mundial, por las condiciones generadas del entorno, ha incrementado su presión en la competitividad de las organizaciones (Egamberdiyev y otros, 2020). En Latinoamérica, el uso de aplicaciones web y redes sociales se ha incrementado en las pequeñas empresas en busca de: relaciones con proveedores y clientes, eficiencia de sus operaciones internas, optimización de los gastos, mejor comunicación, innovación tecnológica, mejorar su atención con los clientes, y la calidad de productos y servicios que ofrecen (Corzo & Álvarez Aros, 2020; Luo, 2021; Benito Hernández y otros, 2022).

Uno de los sectores más competitivos en los países es el turismo, donde la comunicación con los clientes, el marketing y la satisfacción del cliente juega un papel importante (Serrano Amado y otros, 2021; Guamán Guevara y otros, 2017). Las empresas turísticas, luego del impacto negativo de la pandemia del Covid-19, han tenido que rediseñar sus planes de



marketing, estrategias competitivas y adaptarse a las tecnologías; con nuevos canales de comunicación para ofertar sus servicios y un flujo informativo adecuado con los clientes (Mojica Carrillo y otros, 2021; Cortez Cevallos y otros, 2022).

En el sector de los servicios, los hoteles y restaurantes representan una parte significativa dentro del turismo. En el caso de los restaurantes, contienen un grupo de actividades empresariales relacionadas con el cáterin, bares y cafeterías, servicio de comidas; que, a pesar del efecto adverso que tuvo la pandemia en el sector, ha experimentado un crecimiento considerable en el Ecuador. Por tanto, el sector de servicios de comidas es reconocido en el mundo académico, existiendo gran número de investigaciones, desde las diferentes ramas del conocimiento, por la importancia que tiene en el turismo (Álvarez Ojeda y otros, 2020).

Existen diversas investigaciones respecto al servicio de restaurantes, los cuales van desde la innovación en platos, servicio al cliente, posicionamiento de marca, gestión de marketing y otros elementos de gestión como son: la rentabilidad, solvencia, costos, responsabilidad social empresarial, entre otros (Carpio Maraza y otros, 2020; Álvarez Ojeda y otros, 2020).

En los procesos de gestión en un restaurante es necesario un grupo de medidas, algunas que tienen impacto a largo plazo como son: costo de los platos, margen de ganancia por cada producto, sistema de promociones y descuentos, capacidad de atención en función de la demanda, estrategias de ventas. La respuesta a cada una de estas decisiones es compleja, sobre todo por los niveles de incertidumbre que se maneja, principalmente en los primeros años. Por tanto, se deben buscar sistemas de control que permitan, desde los datos que se recopilen, generar un sistema de información que contribuya a mejorar el negocio y ganar en rentabilidad a partir de una adecuada toma de decisiones (Kurniawan y otros, 2019; Saputra, 2021; Banaag y otros, 2022).

La gestión de los procesos de los negocios de restaurantes, en formación y establecidos, tienen en cuenta un grupo de elementos que tienen influencia en su rentabilidad. Adicionalmente se logra ser eficiente cuando se cumple, desde los procesos, los requisitos de calidad establecidos en las normas, los procedimientos que se realizan están estandarizados dentro de los procesos, existen relaciones beneficiosas tanto con proveedores como con clientes y la información que se trabaja es fiable (Álvarez Ojeda y otros, 2020).

En este sentido, la actividad de los restaurantes en el Ecuador busca como ser cada vez más competitivos, mejorar su eficiencia económica y la rentabilidad en sus operaciones, con una apropiada gestión de sus procesos. En específico, la provincia de Manabí tiene un alto número de emprendimientos gastronómicos, siendo un mercado potencial por su reconocimiento a nivel nacional como uno de los atributos característicos. No obstante, la mayoría de los restaurantes no cuentan con planes para su desarrollo; aunque con el tiempo han evolucionado en infraestructura, servicios y atención al cliente, los modelos de gestión son



poco elaborados, sin una proyección que les permita mejorar su rentabilidad (Bravo Cedeño & Cujilema Campos, 2022; Alcívar Arturo & Hidalgo Sánchez, 2022).

Según el catastro del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Chone en el año 2021 existen aproximadamente 140 establecimientos que se dedican a la actividad de restaurantes y de servicios móviles de comida. Un análisis realizado de este sector determina que entre las principales insuficiencias que inciden en la rentabilidad de los locales se encuentra: el menú y las instalaciones no cubren las expectativas, deficiente calidad del servicio al cliente, poco estudio acerca del valor agregado, poco atractivo para los consumidores y bajos niveles de innovación. Una incidencia directa es el problema del análisis de los costos en que se incurren en los restaurantes. Los costos que genera el trabajo de un restaurante tienen un efecto directo en la rentabilidad económica, cuestiones poco analizadas desde el punto de vista práctico.

A partir del análisis se define como objetivo: analizar los costos del servicio y su incidencia en la gestión de la rentabilidad económica en restaurantes del cantón Chone, Ecuador.

MÉTODOS

El estudio que se desarrolla es de modalidad mixta con énfasis en lo cuantitativo donde a partir del levantamiento de datos se realizan mediciones y validación estadística. La investigación desarrollada es básica, de tipo no experimental y de alcance descriptivo.

Uno de los métodos de nivel empírico es la medición a través de una encuesta para la cual se definió un cuestionario adaptado de Chuman Mori (2021) el cual consta de 14 preguntas distribuida por variables y dimensiones. Para la investigación se trabaja con la variable independiente costos de servicio que cuenta con tres dimensiones: costos directos, costos de mano de obra, costos indirectos de fabricación. La variable dependiente es la rentabilidad económica con las dimensiones: margen de contribución, margen de utilidad neta y margen de rentabilidad. Para la evaluación de cada indicador se realiza un análisis con la escala de Likert de cinco valores: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

La encuesta propuesta fue validada por sus desarrolladores mediante el alfa de Cronbach que determina el nivel de confianza de la encuesta. La variable independiente tiene un valor alfa de Cronbach de 0.912 y la variable dependiente de 0.957, lo que se consideran que los ítems evaluados tienen un alto nivel de homogeneidad. La prueba de confiabilidad desarrollada al cuestionario con el alfa de Cronbach, integrando ambas dimensiones, demuestra un resultado de 0.96 (Chuman Mori, 2021)

Para el análisis de la información, luego de la aplicación del cuestionario los datos se procesan para la obtención de los resultados a través del paquete estadístico SPSS. Se desarrolla un



proceso de análisis sobre la relación de variables donde se aplica la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov y según los resultados la prueba estadística correspondiente. Para la investigación se definen las hipótesis:

H₀: Los costos de servicio no se relacionan con la rentabilidad en los restaurantes del cantón Chone, Ecuador.

H₁: Los costos de servicio se relacionan con la rentabilidad en los restaurantes del cantón Chone, Ecuador.

El universo de estudio está compuesto por los 140 establecimientos, que se dedican a la actividad de restaurantes y de servicios móviles de comida, definidos en el catastro del GAD del cantón Chone del año 2021. La población seleccionada son los responsables (ya sean dueños, administradores o gerentes) de 118 establecimientos de los servicios gastronómicos que son restaurantes (Cusme Sánchez & Cusme Sánchez, 2022) y se decide aplicar a las 97 personas que dieron su consentimiento en participar en el estudio.

La aplicación del cuestionario se desarrolla de forma presencial, aleatoria y teniendo en cuenta la predisposición de los dueños de participar en el estudio. El levantamiento de información se desarrolló en el período de julio y agosto de 2022.

RESULTADOS

Luego de aplicar la encuesta se desarrolla un análisis de las variables más importantes del estudio, las cuales se desarrolla a continuación. En primer lugar, se realiza un análisis de la variación en la cantidad de insumos (Figura 1) y de los costos de los insumos (Figura 2) para la elaboración de platos que, de ocurrir, provoca variación en los costos directos de producción.

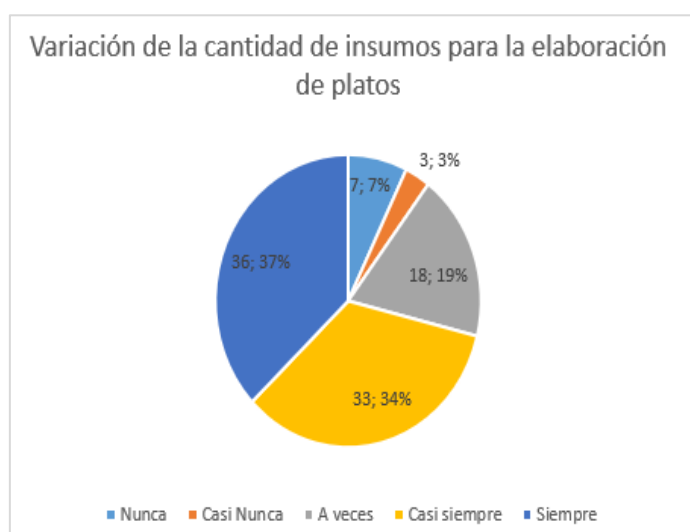


Figura 1. Variación en los insumos para la elaboración de los platos.

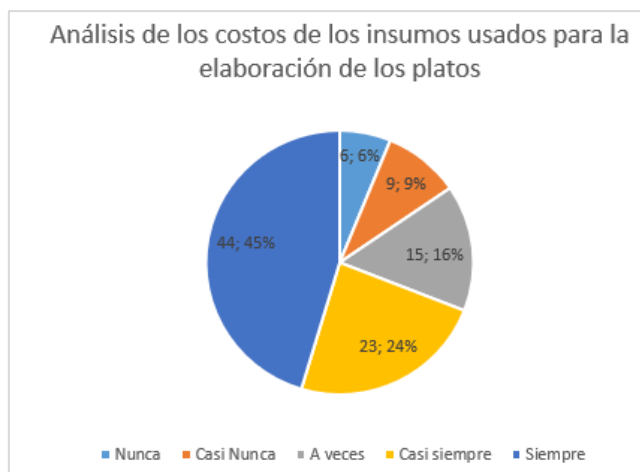


Figura 2. Costos de los insumos usados para la elaboración de los platos.

En el análisis desarrollado se muestra que la mayoría de los restaurantes tienen variación constante en los insumos para la elaboración de los platos (71,1 %) y los respectivos costos (69,1 %). La variación de los insumos para la elaboración de platos demuestra que es insuficiente la estandarización del menú y según el análisis desarrollado, los costos varían por temporadas en correspondencia del producto que se utilice. Estos elementos complejizan el proceso de evaluación de los costos y el análisis de la rentabilidad.

A continuación, en la figura 3 se muestra un análisis de los tiempos de elaboración de cada plato.



Figura 3. Conocimiento de los tiempos para la elaboración de cada plato.

El 67,3 % de los restaurantes evaluados tienen conocimiento de los tiempos que demora la elaboración de cada plato, valores similares a las dos variables anteriores evaluadas. Indudablemente, estos restaurantes realizan un análisis más detallado de los procesos que desarrollan y cuentan con mayor conocimiento de la estandarización de sus actividades. A pesar de que muchos consideran poco importante los tiempos de elaboración, este indicador

tiene un impacto directo en los costos de servicio y en la satisfacción del cliente. Para mejorar sus resultados, los platos de mayor demora, que inciden en el tiempo de estancia de los clientes, se deben trazar estrategias de pre-elaboración.

En las figuras 4 y 5 se muestra el análisis de los costos en remuneraciones, beneficios sociales e impuestos del restaurante, y el análisis de costos de depreciación de los activos fijos respectivamente.

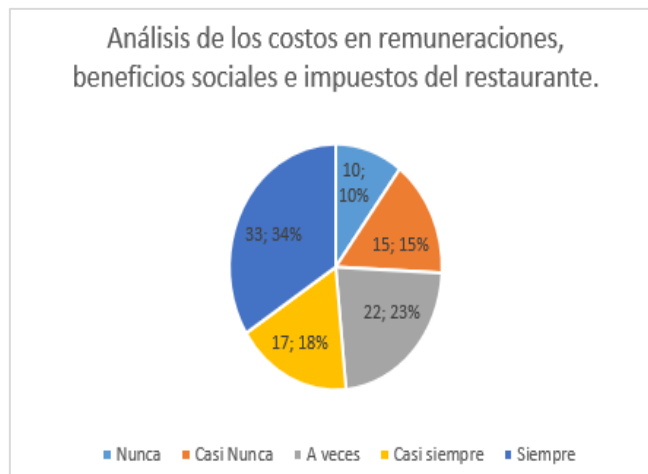


Figura 4. Costos en remuneraciones, beneficios sociales e impuestos.

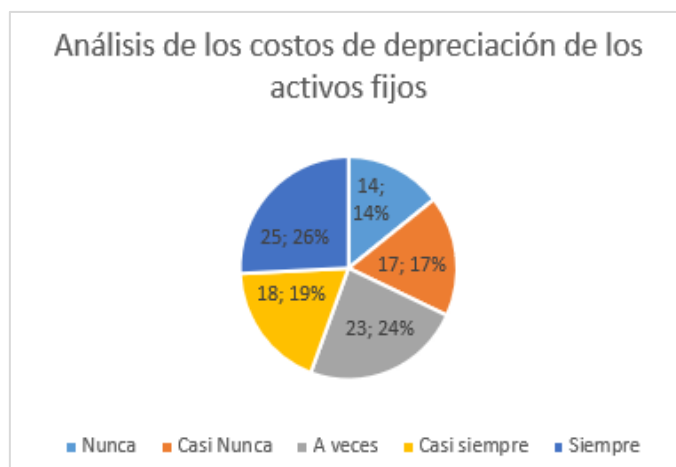


Figura 5. Costos de depreciación de los activos fijos.

El análisis de los costos en que incurre el restaurante en cuanto a remuneraciones de los trabajadores, el pago de los beneficios sociales e impuestos, el 51,5 % de los restaurantes realizan siempre y casi siempre estos análisis, frente un 10,3 % que nunca lo realiza. Los costos en remuneraciones, beneficios sociales e impuestos representan un gasto alto para los restaurantes y demás empresas. Un alto porcentaje de los restaurantes estudiados trabaja como negocio familiar y con niveles de informalidad, lo que implica que no llevan registros exactos de las remuneraciones de trabajadores y beneficios sociales. Luego de la pandemia

del COVID-19 estos costos tuvieron mayor incidencia por ser uno de los sectores más impactados.

En cuanto a los costos de depreciación de los activos fijos es un indicador cuya evaluación es deficiente de forma general. Un 55,7 % de los restaurantes nunca, casi nunca o a veces realizan un análisis de los costos de depreciación de los activos fijos. Los activos fijos deprecian según sea sus características y se va deduciendo mensualmente este gasto. La falta de una cultura tributaria y de gestión de costos, así como el desconocimiento, provocan no tener en cuenta que estos costos pueden contribuir a un fondo de reserva para la compra de nuevos activos fijos.

Seguidamente, en la figura 6 y 7 se desarrolla un análisis sobre el estudio de la evaluación de los ingresos de los restaurantes y el cálculo del margen de contribución por plato

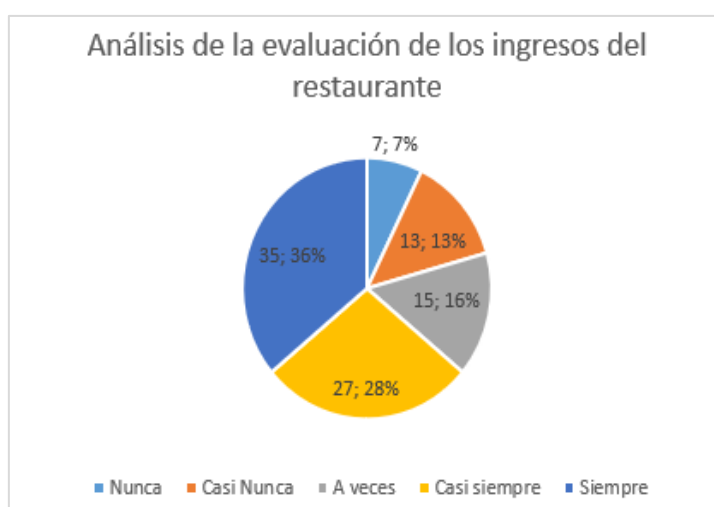


Figura 6. Análisis de la evaluación de los ingresos del restaurante.

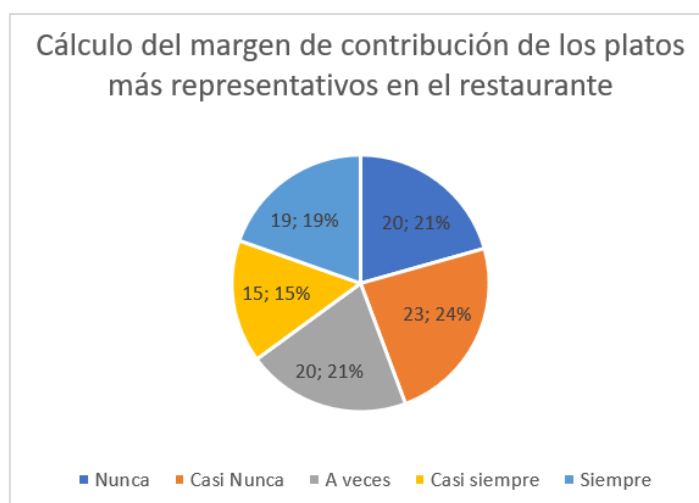


Figura 7. Cálculo del margen de contribución de los platos más representativos en el restaurante.

La evaluación de los ingresos del restaurante es un indicador importante para la toma de decisiones, el análisis de los ingresos y gastos ayudan a saber los niveles de rentabilidad con

que se cuenta para continuar y estrategias a futuro. El 64 % de los encuestados plantean que en sus restaurantes evalúan los ingresos que van obteniendo lo que contribuye a plantearse nuevas metas y establecer políticas que favorezcan el crecimiento. En cuanto al margen de contribución de los platos más representativos, solo el 34 % del personal encuestado establecen estos valores. La gran mayoría de los restaurantes no tienen conocimientos del margen de ganancia que tienen en los platos, lo cual no les permite el desarrollo de estrategias para la mejora.

Por último, en la figura 8 se realiza un análisis de los restaurantes que desarrollan mensualmente un estudio de los resultados económicos y hacen acciones correctivas para controlar desviaciones. De las 97 personas encuestadas, 56 plantean que realizan un análisis mensual de los resultados económicos y toman acciones correctivas. Por lo general estos restaurantes cuentan con algún tipo de asesoramiento, los dueños, administradores o gerentes tienen conocimientos de administración y cuentan con un contador que les colabora.



Figura 8. Análisis mensual de los resultados económicos y toma acciones correctivas para controlar desviaciones.

El análisis mensual de los resultados económicos, de conjunto con los indicadores analizados anteriormente, permite trazar estrategias como: platos más rentables para promociones, días de disminución de ventas para buscar como captar clientes, platos más vendidos y que dan mayor rentabilidad, platos con costos más elevados para tomar acciones correctivas, entre otras.

A continuación, se desarrolla la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smimov, al ser un modelo con más de 50 casos (Tabla 1). Esta verificación permite establecer el nivel de normalidad de los datos con respecto a la media.

Tabla 1. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov - Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Costos directos	,207	97	,004
Costos de mano de obra	,240	97	,000
Costos indirectos	,173	97	,002
Margen de contribución	,225	97	,000
Margen de utilidad neta	,195	97	,000
Margen de rentabilidad	,198	97	,007

^a. Corrección de significación de *Lilliefors*

Los resultados establecen que solo la dimensión de margen de rentabilidad tiene una distribución normal, no siendo así en el resto de las dimensiones. Al aplicar la prueba de normalidad a los resultados del cuestionario el valor de $p = 0,01$ menor a $0,05$, por tanto, los datos no siguen una distribución normal y se determina el desarrollo de una prueba no paramétrica. Para el análisis se calcula el Chi-cuadrado de Pearson (Tabla 2).

Tabla 2. Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson.

	Valor	df	Significación asintótica (bilatera)
Chi-cuadrado de Pearson	238,136 ^a	16	,010
Razón de verosimilitud	105,365	16	,000
Asociación lineal por lineal	22,197	1	,000
N de casos válidos	97		

^a. 219 casillas (100,0 %) con un recuento menor de ,05.

El valor de p obtenido es de $0,01 < 0,05$ por tanto, se rechaza H_0 y se aprueba la hipótesis alterna H_1 , por tanto, los costos de servicio tienen relación con la rentabilidad en los restaurantes del cantón Chone, Ecuador.

DISCUSIÓN

El estudio desarrollado toma en cuenta variables de costos como son: variación de insumos por plato, variación de los costos de los insumos y tiempos de elaboración de los platos. Los tres indicadores juegan un papel importante de los costos de producción de los restaurantes de acuerdo con Mora Alvarado (2022). Adicionalmente, al no tener claridad en estos indicadores se complejiza el proceso de evaluación de los costos, la estandarización de los procesos de elaboración, un análisis de la rentabilidad y tienen incidencia directa en la satisfacción del cliente; tanto por variabilidad del menú como por los tiempos.

En este sentido, el análisis de los costos en que se incurre en los restaurantes por concepto de remuneraciones a trabajadores, beneficios sociales e impuestos tiene un impacto importante en la rentabilidad. Estos elementos son considerados, dentro de los costos con



mayor incidencia y es importante su análisis para establecer resultados reales. En correspondencia con el estudio de Pisfil Alvines (2020) los registros no son exactos en cuanto a las remuneraciones y beneficios sociales, principalmente en las microempresas y negocios familiares por los niveles de informalidad con que se desenvuelven; lo cual tiene un impacto en los estudios de rentabilidad que se desarrollan.

Por otra parte, un estudio de los ingresos y gastos contribuye al proceso de toma de decisiones y acciones correctivas. Todos los autores consultados coinciden con el presente estudio en que una evaluación correcta de los ingresos y gastos permite un proceso de mejora continua a través de nuevas metas, políticas que favorezcan el crecimiento. Un análisis mensual de los resultados económicos, apalancado en un conjunto de indicadores de gestión permitirán trazarse estrategias para disminuir costos innecesarios y mejorar la rentabilidad en el restaurante.

Por último, el estudio desarrollado, concuerda con el análisis de Chuman Mori (2021), que establece que los costos de servicio tienen relación con la rentabilidad en los restaurantes a pesar de que el análisis se desarrolla en entornos diferentes.

CONCLUSIONES

La actividad de los restaurantes en el Ecuador busca mejorar su competitividad, eficiencia y rentabilidad en sus operaciones, apoyado en su potencial económico y de desarrollo en el país; no obstante, la mayoría de los restaurantes no cuentan con planes para su desarrollo, los modelos de gestión son poco elaborados y sin una proyección que les permita mejorar su rentabilidad.

Para el desarrollo de la investigación se aplica una encuesta a una muestra de 97 gerentes o dueños de restaurantes seleccionados para la cual se define un cuestionario el cual consta de catorce preguntas que evalúan los costos de servicio y la rentabilidad económica de los restaurantes del cantón Chone, Ecuador

Al aplicar la prueba de normalidad a los resultados del cuestionario se demuestra que los datos no siguen una distribución normal y se determina el desarrollo de la prueba no paramétrica Chi-cuadrado de Pearson donde a partir de los valores obtenidos se aprueba la hipótesis alterna y se valida que los costos de servicio tienen relación con la rentabilidad en los restaurantes del cantón Chone, Ecuador.

REFERENCIAS

Alcívar Arturo, A. A., & Hidalgo Sánchez, S. L. (2022). *Gastronomía como atractivo turístico para el desarrollo de emprendimientos locales de la ciudad creativa de la Unesco* -



- Portoviejo, Ecuador. [Trabajo de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]. Repositorio Digital ESPAM. <https://n9.cl/rxthu>
- Álvarez Ojeda, V., Espinosa Manfugás, J. M., & Torres Chávez, O. (2020). Comportamiento de la gestión de las mercancías en los restaurantes del litoral ecuatoriano. *Revista San Gregorio*(39), 15-30. <https://n9.cl/byexx>
- Banaag, N. J., Bantayan, A. J., Dechosa, L., Delos Reyes, E. D., & Relativo, X. (2022). Information system development plan for vs eatery. *EPRA International Journal of Research and Development (IJRD)*, 7(6), 204-213. <https://n9.cl/x77s1>
- Benito Hernández, S., López-Cózar Navarro, C., & Rubio Martín, G. (2022). Responsible behavior in relations with third parties as a driver of business performance in times of economic crisis. *Revista Galega de Economía*, 31(1), 1-24. <https://doi.org/10.15304/rge.31.1.7910>
- Bravo Cedeño, E. S., & Cujilema Campos, S. M. (2022). *Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (Covid-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador*. [Trabajo de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]. Repositorio Digital ESPAM. <https://n9.cl/7ie22>
- Carpio Maraza, A., Hanco Gomez, M. S., Cutipa Limache, A. M., & Flores Mamani, E. (2020). Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 10(1), 70-80. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.10.1.331>
- Chuman Mori, C. X. (2021). "Los costos de servicio y su incidencia en la rentabilidad por plato de un restaurante en lima, diciembre 2020. [Trabajo de Grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://n9.cl/btd45>
- Cortez Cevallos, E. F., Arcos Guerrero, C. E., & Ballesteros López, L. G. (2022). Marketing digital para la nueva realidad del sector turístico de la provincia de Tungurahua. *Revista UNIANDÉS Episteme*, 9(2), 148-161. <https://n9.cl/9o9mr>
- Corzo, G. D., & Álvarez Aros, E. L. (2020). Estrategias de competitividad tecnológica en la conectividad móvil y las comunicaciones de la industria 4.0 en Latinoamérica. *Información Tecnológica*, 31(6), 183-192. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600183>
- Cusme Sánchez, G. Y., & Cusme Sánchez, G. Y. (2022). *Dimensiones de la gastronomía local en la segmentación del turismo cultural gastronómico del cantón Portoviejo - Ecuador*. [Trabajo de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]. Repositorio Digital ESPAM. <https://n9.cl/wjggu>
- Egamberdiyev, F., Bobokhodjaev, S., Zakhirova, G., & Olimjanova, S. (2020). Methodological bases and forms of interrelations of development of world economy and



- competitiveness of regional economy. *International Journal of psychosocial rehabilitation*, 24(1), 1044-1059. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I1/PR200208>
- Guamán Guevara, A. R., Guamán Guevara, M. D., Verdesoto Velástegui, O. S., & Comas Rodríguez, R. (2017). Gastronomía típica como motivación primaria del destino ciudad Ambato, Tungurahua, Ecuador. *Retos Turísticos*, 16(2). <https://acortar.link/cq40O5>
- Kurniawan, B., Zulfikar, M. F., & Valentina, T. (2019). Developing restaurant information system to support decision making. *Journal of Physics: Conference Series*, 1402(6). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1402/6/066079>
- Luo, C. (2021). Analyzing the impact of social networks and social behavior on electronic business during COVID-19 pandemic. *Information Processing & Management*, 58(5), 102667. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102667>
- Mojica Carrillo, E. P., Rodríguez Herrera, I. M., Maldonado Guzmán, G., & Marín Aguilar, J. T. (2021). Desempeño de las empresas turísticas en México: orientación al mercado y emprendedora. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XVII(Número Especial 3), 266-280. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081771>
- Mora Alvarado, J. P. (2022). *Gestión de inventario y control de costos en la cafetería restaurante “La Cabaña”, cantón Isidro Ayora*. [Trabajo de Grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio Digital. <https://n9.cl/n4htj>
- Pisfil Alvines, E. J. (2020). *Sistema de costos por órdenes de producción para mejorar la rentabilidad de un Restaurante de Chiclayo*. [Trabajo de Grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://n9.cl/vam7r>
- Saputra, A. H. (2021). Design of Operational Strategy with Variable-Costing-Based Menu Engineering Information System for Restaurants in Surabaya. *Series: Advances in Economics, Business and Management Research. Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Management of Technology (ICONBMT 2020)*. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210510.006>
- Serrano Amado, A. M., Montoya Restrepo, L. A., & Amado Cely, N. P. (2021). La competitividad turística. Una aproximación desde el departamento de Boyacá, Colombia. *Tendencias*, XXII(1), 226-253. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.162>

