

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



INFORME DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO

TEMA:

“PROPUESTA PARA RENOVACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL PARADERO RÍO DAULAR Y PROMOCIÓN COMO PUNTO DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y TURÍSTICO DEL GUAYAS”

AUTORES:

**YURIKO SAMARA BUSTAMANTE CAMPOS
FREDDY RAFAEL LEÓN RUIZ**

DIRECTOR:

MSC. MARÍA DE LOURDES PILAY GARCÍA

AÑO:

2015

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos dado fuerza para culminar esta etapa imborrable de nuestras vidas. A nuestras familias por el grito de empuje y el apoyo incondicional de todos nuestros amigos, compañeros y profesores que estuvieron con nosotros a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Yuriko Bustamante Campos

Freddy León Ruiz

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a todas y cada una de las personas que directa o indirectamente nos apoyaron, y nos motivaron para seguir adelante. Así mismo para quién le sea útil nuestra investigación realizada con mucho esfuerzo y dedicación.

Yuriko Bustamante Campos

Freddy León Ruiz

DECLARACIÓN EXPRESA

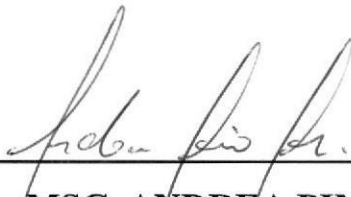
La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto de graduación nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma, a EDCOM (Escuela de Diseño y Comunicación Visual) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

(Reglamento de exámenes y títulos profesionales de la ESPOL).

**FIRMAS DEL DIRECTOR DEL PROYECTO Y MIEMBROS
DEL TRIBUNAL**



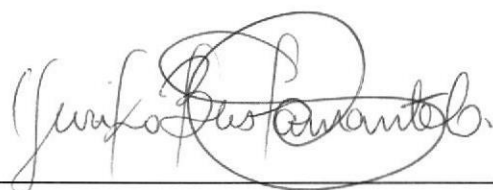
**MSC. MA. LOURDES PILAY
DIRECTOR**



**MSC. ANDREA PINO
VOCAL PRINCIPAL**

**MSC. GLENDA JÁCOME
PRESIDENTA**

**FIRMAS DE LOS AUTORES DEL INFORME DE LA MATERIA DE
GRADUACIÓN**

A handwritten signature in cursive script, reading "YuriKo Bustamante Campos". The signature is written in black ink and is positioned above a horizontal line.

YURIKO BUSTAMANTE CAMPOS

A handwritten signature in cursive script, reading "Freddy León Ruiz". The signature is written in black ink and is positioned above a horizontal line.

FREDDY LEÓN RUIZ

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se realizará en Guayaquil en el Km 36/5 vía a la Costa, donde en esta última se encuentra el Paradero Río Daular, un restaurante de comida típica donde la variedad de sus platillos son elaborados con carne de avestruz y alimentos orgánicos tomados de la misma hacienda del propietario. Cabe recalcar que el paradero cuenta con la presencia de avestruces que hacen novedoso este establecimiento.

Al descubrir que el Paradero Río Daular no contaba con la debida promoción del lugar, ni con una identidad visual adecuada, (a pesar de tener puntos diferenciadores de otros restaurantes), es cuando nace esta propuesta de Renovación de Identidad Visual para fortalecer la imagen del paradero y posicionarlo como un punto turístico-nutricional en la provincia del Guayas.

ÍNDICE GENERAL

<u>CAPÍTULO 1</u>	15
1. GENERALIDADES	16
1.1 INTRODUCCIÓN.....	16
1.2 ANTECEDENTES.....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	20
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.4.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	22
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
<u>CAPÍTULO 2</u>	24
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.1 MARCO GENERAL.....	25
2.1.1 EL ECUADOR.....	25
2.1.1.1 TURISMO COMO MEDIO SOSTENIBLE DEL ECUADOR....	25
2.1.1.2 PLANDETUR 2020.....	26
2.1.1.3 TURISMO DEL ECUADOR EN CIFRAS.....	26
2.1.1.4 TURISMO EN EL GUAYAS.....	29
2.1.1.4.1 LA RUTA DEL PESCADOR.....	31
2.1.1.4.2 GASTRONOMÍA DE LA RUTA DEL PESCADOR.....	32
2.1.1.4.3 CICLOVÍA GUAYAQUIL - PROGRESO.....	33
2.1.1.4.4 PERFIL DEL TURISTA.....	34
2.1.2 EL AVESTRUZ: EL AVE MÁS PROVECHOSA DEL MUNDO.....	35
2.1.2.1 CRIADEROS DE AVESTRUZ EN EL ECUADOR.....	37
2.1.2.2 PROPIEDADES DEL AVESTRUZ.....	38
2.1.2.2.1 BENEFICIOS NUTRICIONALES DEL AVESTRUZ.....	38
2.1.2.2.2 OTROS PRODUCTOS DEL AVESTRUZ.....	39
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	42
2.2.1 TURISMO ECOLÓGICO.....	42
2.2.2 TURISMO GASTRONÓMICO.....	42
2.2.3 PUNTO TURÍSTICO.....	42
2.2.4 PUNTO NUTRICIONAL.....	43

2.2.5 CONCLUSIÓN MARCO CONCEPTUAL	43
<u>CAPÍTULO 3</u>	45
3. ESTUDIO DEL MERCADO	46
3.1 METODOLOGÍA.....	46
3.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	46
3.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	46
3.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	47
3.2.1 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	47
3.2.1.1 ENCUESTAS.....	47
3.2.2 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO A ENCUESTAR..	47
3.2.2.1 CARACTERÍSTICAS.....	48
3.2.3 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	48
3.3 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	49
3.4 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	63
3.5 FODA	64
<u>CAPÍTULO 4</u>	66
4. MANUAL DE MARCA	67
4.1 ANTECEDENTE CONCEPTUAL	67
4.1.1 CONCEPTO.....	67
4.2 MANUAL DE MARCA	68
4.2.1 INTRODUCCIÓN.....	68
4.2.2 TERMINOLOGÍA BÁSICA.....	68
4.2.3 PRESENTACIÓN DEL IMAGOTIPO	70
4.2.4 IMAGOTIPO BLANCO Y NEGRO E INVERTIDO	72
4.2.5 COLORES PANTONE, CMYK Y RGB DEL IMAGOTIPO	73
4.2.6 TIPOGRAFÍA: FUENTE PRINCIPAL	74
4.2.7 TIPOGRAFÍA: FUENTES SECUNDARIAS.....	75
4.2.8 USOS INCORRECTOS DEL IMAGOTIPO	76
4.2.9. CAMBIOS PERMITIDOS DEL IMAGOTIPO.....	77
4.2.10. PAPELERÍA	78
4.2.10.1 HOJA A4.....	78
4.2.10.2 SOBRE MANILA	79

4.2.10.3 CARPETA.....	80
4.2.10.4 TARJETA DE PRESENTACIÓN	81
4.2.10.5 DÍPTICO INSTITUCIONAL.....	82
4.2.10.6 VOLANTE	84
4.2.11 MARKETING.....	85
4.2.11.1 CAMISETAS	85
4.2.11.2 DELANTAL.....	86
4.2.11.3 FUNDA DE PAPEL.....	87
4.2.11.4 PAPEL GRADO ALIMENTICIO PARA HAMBURGUESA...	88
4.2.11.5 PLATO	89
4.2.11.6 MANTEL	90
4.2.11.7 MENÚ A4	91
4.2.11.8 MENÚ BOARD	93
4.2.11.9 BANNER DEL LOCAL	94
4.2.11.10 BANNER LOCAL ECOCICLISTA	95
4.2.11.11 PLANO LOCAL BICITRUZ.....	96
4.2.11.12 CORRAL PARA AVESTRUCES	97
4.2.11.13 RESBALADERA DE AVESTRUZ.....	98
4.2.11.14 AVISO INFORMATIVA - NUTRICIONAL	99
4.2.11.15 AVISO PARA COMBOS	100
4.2.12 PUBLICIDAD.....	101
4.2.12.1 VALLA PUBLICITARIA KM 35 VÍA A LA COSTA.....	101
4.2.12.2 ADHESIVOS PARA AUTOS	102
<u>CAPÍTULO 5</u>	103
5. ESTUDIO FINANCIERO	104
5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS	104
5.1.1 COSTOS DE MATERIAL PUBLICITARIO	104
5.1.2 COSTOS DE RECURSOS HUMANOS	104
5.1.3 COSTOS DE REPUESTOS DE BICICLETA.....	105
5.1.4 COSTOS DE EQUIPOS PARA REPARACIÓN DE BICICLETAS	106
5.1.5 INVERSIÓN TOTAL A REALIZAR.....	107

<u>CAPÍTULO 6</u>	108
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
6.1 CONCLUSIONES	109
6.2 RECOMENDACIONES	111
ANEXOS	112
DISEÑO DE LA ENCUESTA	113
COTIZACIÓN.....	115
BIBLIOGRAFÍA	117

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 2-1.- Principales mercados turísticos al Ecuador / ene-feb 2014</i>	27
<i>Figura 2-2.- Ubicación del turismo con respecto a ingresos / 2012 - 2013</i>	29
<i>Figura 3-1.- Género</i>	50
<i>Figura 3-2.- Edad</i>	51
<i>Figura 3-3.- Pregunta 1</i>	52
<i>Figura 3-4.- Pregunta 2</i>	53
<i>Figura 3-5.- Pregunta 3</i>	54
<i>Figura 3-6.- Pregunta 4</i>	55
<i>Figura 3-7.- Pregunta 5</i>	56
<i>Figura 3-8.- Pregunta 6</i>	57
<i>Figura 3-9.- Pregunta 7</i>	58
<i>Figura 3-10.- Pregunta 8</i>	59
<i>Figura 3-11.- Pregunta 9</i>	60
<i>Figura 3-12.- Pregunta 10</i>	61
<i>Figura 3-13.- Pregunta 11</i>	62
<i>Figura 4-1.- Imagotipo Paradero Río Daular</i>	70
<i>Figura 4-2.- Imagotipo B/N e Invertido</i>	72
<i>Figura 4-3.- Colores Pantone, CMYK y RGB del Imagotipo</i>	73
<i>Figura 4-4.- Tipografía Principal del Imagotipo</i>	74
<i>Figura 4-5.- Tipografía Secundaria</i>	75
<i>Figura 4-6.- Usos incorrectos del Imagotipo</i>	76
<i>Figura 4-7.- Imagotipo Vertical</i>	77
<i>Figura 4-8.- Colores permitidos para Imagotipo</i>	77
<i>Figura 4-9.- Hoja membretada A4</i>	78
<i>Figura 4-10.- Sobre Manila</i>	79
<i>Figura 4-11.- Carpeta Institucional</i>	80
<i>Figura 4-12.- Tarjeta de Presentación</i>	81
<i>Figura 4-13.- Díptico Institucional</i>	82
<i>Figura 4-14.- Retiro del Díptico Institucional</i>	83
<i>Figura 4-15.- Volante Promocional</i>	84
<i>Figura 4-16.- Diseño Camisetas</i>	85

<i>Figura 4-17.- Delantal.....</i>	<i>86</i>
<i>Figura 4-18.- Funda de Papel</i>	<i>87</i>
<i>Figura 4-19.- Papel para hamburguesa.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 4-20.- Plato sublimado</i>	<i>89</i>
<i>Figura 4-21.- Mantel serigrafiado.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 4-22.- Tiro de Menú A4</i>	<i>91</i>
<i>Figura 4-23.- Retiro Menú A4</i>	<i>92</i>
<i>Figura 4-24.- Menú Board.....</i>	<i>93</i>
<i>Figura 4-25.- Banner del local 'Paradero Río Daular'.....</i>	<i>94</i>
<i>Figura 4-26.- Banner Punto Ecociclista.....</i>	<i>95</i>
<i>Figura 4-27.- Plano local BICITRUZ.....</i>	<i>96</i>
<i>Figura 4-28.- Corral para avestruces.</i>	<i>97</i>
<i>Figura 4-29.- Resbaladera de avestruz.</i>	<i>98</i>
<i>Figura 4-30.- Aviso Informativa – Nutricional.</i>	<i>99</i>
<i>Figura 4-31.- Aviso para combos.</i>	<i>100</i>
<i>Figura 4-32.- Valla publicitaria Km 35 vía a la Costa.</i>	<i>101</i>
<i>Figura 4-33.- Adhesivos para autos.</i>	<i>102</i>

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 2-1.- Llegadas por jefatura de migración / ene-feb 2014</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 3-1.- Género</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 3-2.- Edad.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 3-3.- Pregunta 1.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 3-4.- Pregunta 2.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 3-5.- Pregunta 3.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 3-6.- Pregunta 4.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 3-7.- Pregunta 5.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 3-8.- Pregunta 6.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 3-9.- Pregunta 7.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 3-10.- Pregunta 8.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 3-11.- Pregunta 9.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 3-12.- Pregunta 10.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 3-13.- Pregunta 11.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 5-1.- Costo de Material Publicitario.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 5-2.- Costos de Recursos Humanos.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 5-3.- Costo de Recursos Humanos - Atención al Cliente.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 5-4.- Costo de Repuestos de Bicicleta BMX.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 5-5.- Costo de Repuestos de Bicicleta de Montaña.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 5-6.- Costos de Equipos para Reparación de Bicicletas.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 5-7.- Inversión Total a realizar.....</i>	<i>107</i>



CAPÍTULO 1
GENERALIDADES

1. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

La autopista Guayaquil-Salinas se inauguró el 4 de diciembre del 2006, durante la presidencia del Dr. Alfredo Palacio (cuya construcción tardó cinco años). La obra tiene 120 kilómetros de carretera, comprende la ampliación de dos a cuatro carriles de la vía Guayaquil-Salinas y la construcción de 29 puentes. Fue un aporte del Gobierno Nacional y del Consejo Provincial del Guayas, cuyo costo aproximado fue de \$230'000.000¹.

La evidente expansión inmobiliaria en la vía a la costa ha generado que proyectos comerciales se cristalicen y otros surjan en función de brindar facilidades a los habitantes de este sector. Actualmente podemos hablar que el tramo entre el kilómetro 9 y 24 de la autopista Guayaquil-Salinas cuenta con 18 urbanizaciones y más de 150.000 habitantes².

A lo largo de esta autopista, conocida como la Ruta del Pescador, se encuentran espacios naturales muy visitados cada fin de semana, en gran parte por habitantes de Guayaquil, de otras provincias y del extranjero. La Ruta del Pescador incluye nuevos destinos y actividades donde el visitante podrá disfrutar de especialidades como lo es la gastronomía costeña que es reconocida por el deleite original de su preparación, con una variedad de platos típicos que destacan como: Arroz Marinero, Seco de Chivo, Cazuela de Mariscos, Arroz con Menestra y carne asada, Encebollados, Seco de Gallina, Bolones, Tortillas de verde, Fritada, etc³.

Entre todos estos puntos resalta el Paradero Río Daular con su singular hamburguesa de avestruz, una opción diferente que este proyecto busca proponerlo como un punto turístico-nutricional. Un lugar poco frecuentado en la Ruta del Pescador y que además ofrece platos de comida típica con un giro original, que es la carne de avestruz; introduciendo así nuevas costumbres alimenticias lleno de beneficios nutricionales para quienes visitan el lugar.

¹ Diario El Universo, El Gran Guayaquil. *Presidente Palacio inaugura vía Salinas-Guayaquil*. Lunes 04/dic/2006

² Diario El Universo, Noticias. *Se acelera expansión comercial en Vía a la Costa*. Jueves 07/nov/2013

³ Departamento de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas. *Guía Turística de la Provincia del Guayas*. 2012

Este proyecto presentará una propuesta de renovación de la imagen visual del Paradero Río Daular para fortalecer su reconocimiento turístico y nutricional entre viajeros nacionales y extranjeros.

1.2 ANTECEDENTES

Jorge Hernández González fue el primer empresario que montó un paradero-restaurante en la vía a la costa hace 21 años y la idea surgió cuando querían vender los productos que generaba su hacienda Río Daular. Él había vivido en Tampa (Florida) donde es común este tipo de negocios en la vía y actualmente le ha ido muy bien en este negocio aquí en Ecuador.

Hernández dirige el paradero Río Daular, negocio familiar en el km 36 1/2 vía a la costa, que se ha hecho famoso por las hamburguesas y sándwiches con carne de avestruz (\$4,9)⁴. Todo empezó con las hamburguesas de avestruz, pero hoy en día, el negocio de la familia Hernández González se ha ampliado; ellos ofrecen platos como arroz con menestra y carne de avestruz, yapingacho de avestruz, churrasco de avestruz, entre otras especialidades elaboradas con esta carne más parecida a la de res que a la de pollo.

Según el comerciante, la familia vendía solo las frutas que se producían en la hacienda. “Pero la gente también nos pedía un jugo, un sándwich, una ensalada. Ahí fuimos haciendo lo que nos solicitaban y nos empezaron a conocer”.

Hace unos 8 ó 10 años, llegó a Ecuador el boom de los avestruces y muchos empresarios se metieron en el negocio. Jorge Hernández también vio una gran posibilidad comercial, pues en Estados Unidos ya había probado la carne de estas aves. Con el tiempo muchos quebraron, pero la familia persistió “pues tuvimos un valor agregado”, afirma Hernández. “No hay un mercado para vender carne de avestruz, la gente no está acostumbrada. Por eso hacemos aquí las hamburguesas y los demás platos que aquí mismo vendemos”⁵.

En Guayaquil existen opciones light para las personas que desean mantenerse saludables y llevar una alimentación más equilibrada. Así tenemos en Urdesa *Apelblu* en la avenida Víctor Emilio Estrada y Cedros. Es una frutería-cafetería que se especializa en hacer

⁴ Diario El Universo, La Revista. *Paradas con sabor*. Domingo 08/sep/2013

⁵ Holguín Orejuela, J. C., Viajando Ecuador. *Carne de avestruz, un negocio que 'alza vuelo'*. Martes 23/feb/2010

platos pequeños y piqueos light, como jugos, ensaladas de frutas, avena birch, sándwiches y ensaladas saladas. "La mayoría de clientes son personas que trabajan cerca, que no quieren comer nada pesado", explica Priscilla Castillo (una de las propietarias), y añade que como hay personas que no pueden dejar de comer verde, también venden bolón cocinado.

Otro de los lugares es *Paja Toquilla Light*, en la calle Guayacanes de Urdesa, que vende solo almuerzos light y recibe a cientos de personas a diario. Cerca de allí, en la Av. Víctor Emilio Estrada y Ficus, está *Fruta Bar*, uno de los sitios que primero entraron en el negocio de la comida natural. Allí venden batidos, ensaladas, sándwiches vegetarianos, con proteínas y frutas.

En *Sabor a Mí*, en la Av. Miguel H. Alcívar de Kennedy Norte, hay dos tipos de platos light, aparte de los comunes. Uno tiene sopa y segundo, nunca con arroz; y el otro, dos porciones de proteína (algún tipo de carne) y una ensalada grande. Si algún vegetariano visita el lugar, podrá comer alguna creación del chef. "Cuando vienen, se preparan, por ejemplo, vegetales y pastas salteadas", explica él.

Un poco más adelante, en la Miguel H. Alcívar (frente a Torres del Norte) está *Grin Light Food*. María José Hidalgo señala que para hacer sus platos usa productos de primera calidad, de supermercado. Cada día hay un plato especial, tipo almuerzo, con jugo. Además hay ensaladas (también opciones vegetarianas), wraps, sándwiches, copas de frutas y cremas. Entre estas, destacan la de tomate, brócoli y aceituna.

Así mismo, en la vía a la costa, en el C.C. Blue Coast Business Center, *Zona Light* tiene una amplia carta de platos sanos y ofrece además un plan de dieta (basado en el método Mediterráneo). Hay doce tipos de sándwiches, dos hamburguesas, ocho opciones de wraps, diez ensaladas y más de 12 clases⁶ de bebidas con ingredientes naturales⁶.

En el centro de Guayaquil, Malecón 1406 y Aguirre se encuentra la Boutique Hostal y Centro Cultural *El Manso*, un lugar donde se realizan exposiciones, conversatorios,

⁶ Diario El Universo, Gran Guayaquil. *Light, saludable y en porciones pequeñas*. Jueves 25/oct/2012

música y talleres. Este cuenta con una cafetería especializada en gastronomía agroecológica que consiste en redescubrir la variedad de sabores de la biodiversa tierra ecuatoriana, creando propuestas alternativas con ingredientes naturales y opciones vegetarianas, usando productos orgánicos y agroecológicos como por ejemplo: sopa de quinua, caldo de bolas vegetariano, guatita de champiñones ostra, torta integral de banana, ensaladas orgánicas, hamburguesas (sin pan) de lenteja, brochetas de frutas, entre otros. Su filosofía parte en que el cuerpo humano es un ente dinámico en permanente renovación que funciona mejor con alimentos naturales. Comparten principios con el Colectivo agroecológico del Ecuador, con el Movimiento Slow Food y la Revolución de la cuchara. Buscan que los ingredientes utilizados sean cultivados por pequeños productores y microempresas comunitarias⁷.

En Samborondón y en Guayaquil hay dos empresas que elaboran el régimen paleo: la cafetería Libex Real Food, ubicada en Ambrose Crossfit, en Mall del Sol, y Culture, en Samborondón (km 2,5); y la POD- Paleo of Day que la elabora y ofrece a domicilio. Esta dieta paleolítica consiste en consumir alimentos que han estado a disposición de los seres humanos antes del establecimiento de la agricultura hace unos 10.000 años y está más enfocada para los que realizan ejercicios físicos como el crossfit.

Según la médica nutrióloga y estética Lorena Miranda Párraga, la dieta paleo se basa en el consumo de alimentos como verduras, frutas, carne, pescado, frutos secos, semillas, aceites, especias, hierbas y tubérculos. Además, excluye el azúcar, los lácteos y granos procesados como harina, trigo, maíz, cereales, pasta. Miranda considera que este régimen prioriza el consumo de proteínas lo que aporta, rápidamente, una sensación de saciedad. Agrega que comer grasas de buena calidad ayuda a evitar las enfermedades cardiovasculares. También es apropiada para personas que tengan sensibilidad al trigo, gluten o la leche, pero además con esta dieta pueden corregirse problemas de salud y se puede perder peso.

La paleo es comer de la forma más natural y pura. De la manera que el cuerpo está diseñado para asimilar. Así trabaja sin esfuerzo y le da los nutrientes, minerales y

⁷ www.manso.ec. Martes 08/jul/2014

vitaminas necesarios. “Para preparar esta dieta se utilizan grasas buenas como el ghee (mantequilla clarificada), aceite de coco, manteca de cerdo, sal marina, especies naturales, productos frescos, frutos secos, vegetales, semillas y frutas”⁸.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Con la realización de este proyecto aspiramos motivar a los turistas nacionales y extranjeros a visitar un espacio que ofrece una alimentación saludable con alto contenido nutricional, beneficiando así al Sr. Jorge Hernández y a su negocio, Paradero Río Daular, convirtiéndolo en un punto turístico-nutricional, que actualmente es poco frecuentado.

Dar a conocer al Paradero Río Daular como una alternativa distinta e interesante en el ámbito gastronómico, para que se conozcan las propiedades alimenticias de la carne de avestruz, la cual posee un alto contenido nutricional y que se encuentra en una zona turística a pocos kilómetros de la ciudad de Guayaquil.

Promocionando al Paradero Río Daular aportamos en el ámbito turístico de la provincia del Guayas con una opción atractiva y única en la Ruta del Pescador. Recordemos que la Ruta del Pescador fue una idea del actual gobierno (Ec. Rafael Correa Delgado) para promocionar el turismo de la zona y que esta se dé a conocer de una manera más llamativa para el país y el mundo.

Por esta razón se desea proponer una renovación de la identidad visual al establecimiento que lo dotará de reconocimiento a nivel nacional, como el restaurante temático con relación al avestruz; dándolo a conocer como el paradero “salvavidas” bien equipado en alimentos sanos y lugar de confort para sus clientes, teniendo así la mejor alternativa en esta ruta sobre comodidad y entretenimiento durante su estadía en el Paradero Río Daular.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uno de los hábitos que más disfrutan las personas es el momento de servirse un plato de comida, de alimentarse, de compartir un momento con alguien en la mesa y de pasar un momento agradable.

⁸ Diario El Universo, La Revista. *Dieta paleolítica*. Domingo 06/jul/2014

Debido al alto índice de consumo en el mercado alimenticio, hoy en día hay un sinnúmero de alternativas gastronómicas, entre ellas, saludable y muy poco saludable (las opciones rápidas). Ésta última es la opción más elegida por los consumidores, la opción menos sana; que principalmente su preparación lleva menos tiempo, alta en grasas poco beneficiosas para la salud y con nada de nutrientes que pudieran ser aprovechados por el organismo.

El Ecuador se caracteriza por tener una gastronomía exquisita y muy variada con platos que aprovechan al máximo la calidad de productos que genera el suelo y mar ecuatoriano. Sin embargo, la “importación” de costumbres extranjeras ha ido poco a poco invadiendo el mercado alimenticio ecuatoriano, haciendo peligrar las comidas típicas para las nuevas generaciones.

Según Víctor Hugo Mite, jefe del área de salud, señala que la mala alimentación de la población ha generado un aumento en el sobrepeso y la obesidad. “Hemos cambiado nuestro estilo de vida, de la comida saludable por comida chatarra que se ofrece en todos lados. Es difícil cambiar los hábitos alimenticios de una persona”.

Asegura que la mayoría de la comida de los guayaquileños –como el caldo de salchicha, guatita, los caldos de huesos, entre otras– es grasosa y que existe un consumo excesivo en las mezclas de harinas, carbohidratos y grasas en un solo plato. En los exteriores del centro de salud, por ejemplo, se ofrecen empanadas de queso y carne fritas en gran cantidad de aceite. Y en los alrededores, los bolones de queso y chicharrón, tortillas, guatita, bandera, tostadas, maduro lampreado, entre otros, también se ofertan. El encebollado es considerado como uno de los platos típicos más sanos, si no se usa aceite antes de consumirlo. Hay pocos sitios que tienen desayunos saludables en esta zona⁹.

Según la encuesta en la página web del Diario El Comercio, el 25,07% de la gente ha consumido comida rápida por lo menos una vez a la semana. Otro 60,92% lo ha hecho entre dos y tres veces en ese mismo periodo. En cambio, el 14% dice que ha consumido más de cuatro veces. Al consultar ¿Qué tipo de comida rápida consume?, el 5,54%

⁹ Diario El Universo, Gran Guayaquil. *Obesidad ya es enfermedad en norte de Guayaquil y se atribuye a alimentación*. Martes 09/jul/2013

respondió: hamburguesas y perros calientes. Otro 9,96% dijo que prefiere la pizza, el 7,01% pollo frito¹⁰.

Habiendo expuesto estos puntos reconocemos que el Sr. Jorge Hernández, siendo del extranjero, da la razón que las opciones de comida rápida no son nada saludables y propone el uso de la carne de avestruz en comidas rápidas y en platos típicos ecuatorianos por ser más nutritiva; un valor añadido con relación a nutrición y salud para beneficio de quienes la consuman.

La principal debilidad de este establecimiento es carecer de una marca fuerte y es por esta razón, que este proyecto está enfocado en proponer la renovación de la marca del Paradero Río Daular; para lograr una imagen de larga duración que conecte sus clientes con la marca. Otro problema es el desconocimiento de esta sana alternativa alimenticia por parte del público que se debe significativamente por la falta de promoción publicitaria, ya que solo se hacen conocer por medio de recomendación boca a boca de personas que transitan frecuentemente por la autopista Guayaquil-Salinas.

1.4.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influye mejorar la imagen del puesto de comida Paradero Río Daular, como punto turístico-nutricional para atraer turistas nacionales y extranjeros?

1.5 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la estrategia visual para la promoción del Paradero Río Daular como punto turístico-nutricional.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar la identidad corporativa al Paradero Río Daular (incluye marca, normas gráficas y grupo de líneas maestras que son establecidas dentro de un Manual Corporativo).

¹⁰ Diario El Comercio, Tendencias. *¿Por qué nos gusta tanto la comida rápida?.* Viernes 10/ene/2014

- Desarrollar un concepto para promocionar el Paradero Río Daular como punto turístico-nutricional.
- Promocionar al Paradero Rio Daular con ayuda de publicidad visual.



CAPÍTULO 2
DISEÑO DE LA
INVESTIGACIÓN

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 MARCO GENERAL

2.1.1 EL ECUADOR

El Ecuador se encuentra ubicado en el noreste de América del Sur, atravesado por la línea ecuatorial, otorgándole así una posición única en el mundo con sus cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular.

Es el país con más diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta gracias a sus grandes contrastes. En su pequeño territorio ofrece una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva; que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples.

Ecuador cuenta con una increíble flora de más de 10 mil especies de plantas en la Serranía ecuatoriana, 8.200 especies vegetales en la Amazonia; de las que 2.725 pertenecen al grupo de las orquídeas y a las que se suman 600 especies nativas de la Región Insular. Así mismo Ecuador es dueño del 8% de las especies animales y 18% de las aves del planeta¹¹.

2.1.1.1 TURISMO COMO MEDIO SOSTENIBLE DEL ECUADOR

El Turismo sostenible constituye actualmente una de las estrategias principales en el desarrollo de los países y una significativa fuerza económica en el mundo.

El Ecuador tiene gran diversidad natural y cultural para el desarrollo turístico, que apunta a convertirse en los próximos años en la segunda fuente de ingresos del país. Así mismo, el Ecuador es uno de los 17 países mega diversos del mundo, pues con sus cuatro mundos: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos lo convierten en un país de contrastes, rico en diversidad biológica, histórica y cultural; lo cual hace que tenga condiciones

¹¹ www.ecuador.us/turismo.htm. *Turismo del Ecuador*. Sábado 05/abr/2014

excepcionales para proyectar su desarrollo sostenible en el turismo, como una de sus áreas prioritarias.

Por cada empleo directo que se genera en turismo se crean entre 3 y 6 puestos de empleo indirecto. De hecho, el turismo se constituye así en una estrategia importantísima para la superación de la pobreza y el desarrollo sostenible del país¹².

2.1.1.2 PLANDETUR 2020

El Ministerio de Turismo presentó en Diciembre del 2007 el Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador, Plandetur 2020, producto de un arduo trabajo de todos los actores involucrados en la actividad turística del Ecuador.

Plandetur es un plan de desarrollo del turismo con una visión de largo plazo hacia el año 2020, con una gestión que apunta a convertirse en una herramienta efectiva para la inclusión y equidad social para el alivio de la pobreza.

Las metas del Plandetur en el Ecuador son: diversificar la economía, asegurar igualdad de oportunidades para la mujer y el hombre, conservar el ambiente, mejorar la calidad de vida, empoderar y conservar la diversidad de culturas en el Ecuador.

El Plandetur 2020 contiene 22 programas y 78 proyectos, es una estrategia viva que puede seguir sumando acciones en base a nuevos pensamientos o cambios que se generen en el país o en el mundo. Este plan podrá ser evaluado y mejorado cada cierto tiempo, para lo cual cuenta con indicadores que medirán su efectividad y ejecución¹³.

2.1.1.3 TURISMO DEL ECUADOR EN CIFRAS

Según el Ministerio de Turismo, durante el año 2013 llegaron 1'366.267 turistas internacionales al Ecuador, el 70% llegaron por vía aérea; mientras que el 28% llegaron por vía terrestre. De los cuales, el 58% provenían de países de América del Sur, América Central y el Caribe, y el 16% de países europeos.

¹² <http://www.restaurantcorvel.com/turismo/detalles/el+turismo+sostenible+y+su+importancia>. Sábado 05/abr/2014

¹³ http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=67370&umt=plandetur_2020_fija_norte_del_turismo_en_ecuador. Sábado 17/ene/2015

Los países que encabezan la lista de los Principales Mercados Turísticos al Ecuador (véase en figura 1) que tienen el mayor número de llegadas a nuestro país son Colombia, Estados Unidos y Perú, los cuales durante el período enero-febrero de 2014 tienen una participación acumulada del 29%, 14% y 13% en su orden, que en términos absolutos alcanzan los 81.237, 39.244 y 34.724 respectivamente.

El 52% de los turistas extranjeros tienen un rango de edad entre los 18 y 34 años. Un 44,9% declaró estar casado, el 44,6% soltero, 5,1% en unión libre, 3,3% divorciado, 1,3% viudo y el 0,8% no responde. El 75% de extranjeros que visitan nuestro país tienen educación universitaria, maestría o Ph.D. Con respecto a la ocupación de los turistas no residentes, un 20% corresponde a funcionarios de oficina, el 18% a estudiantes, el 16% a profesionales científicos y el 12% manifiestan ser profesionales de nivel medio, entre otros.

Principales mercados turísticos al Ecuador ene - feb 2014

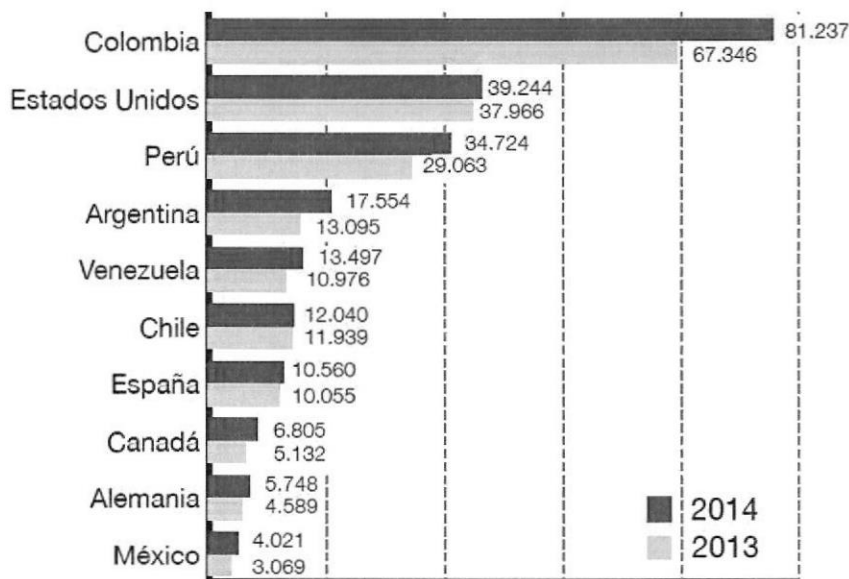


Figura 2-1.- Principales mercados turísticos al Ecuador / ene-feb 2014

El principal motivo de viaje de los turistas no residentes se debe a vacaciones, recreo y ocio en un 63%, el 19% visitó a familiares y amigos y el 6% permaneció por motivos de negocios, entre otros motivos. Un 29,5% de los extranjeros manifestó que requirió de un

mes para planificar el viaje, el 24,1% necesitó de 2 a 4 meses y el 20,6% planeó su viaje de 1 a 3 semanas, entre otras opciones.

Un 68% de los turistas extranjeros organiza su viaje por cuenta propia, el 16% a través de un tour operador, el 10% lo realiza de las dos formas y un 6% lo efectúa a través de terceros. Los turistas viajaron solos en un 33%, con amigos 27%, con su pareja 23% y en menores porcentajes con la familia, compañeros de trabajo o en un grupo organizado. El 73,8% de los viajeros realizaron actividades relacionadas con el turismo cultural, el 21,0% efectuó ecoturismo, el 10,2% hizo actividades de sol y playa y el 3,9% se inclinó por turismo de deportes y aventura, entre otros¹⁴.

Así mismo, el 38% de llegadas de extranjeros al país se registra en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre que corresponde a la Jefatura Provincial de Migración de Pichincha, el 22% se registra en el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo - Jefatura Provincial de Guayas, las referidas jefaturas corresponden al segmento aéreo, en tanto que el 36% de llegadas son por vía terrestre, principalmente por las Jefaturas de Migración de las Provincias de Carchi y El Oro. (Véase en tabla 1).

Jefatura	enero		febrero		enero - febrero	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	48.061	53.670	43.488	52.796	91.549	106.466
Guayas	27.662	30.578	26.403	29.079	54.065	59.657
Carchi	31.801	39.657	13.042	16.816	44.843	56.473
El Oro	18.359	19.840	17.836	20.433	36.195	40.273
Loja	1.208	1.268	1.097	1.356	2.305	2.624
Otras jefaturas	3.751	7.563	1.902	4.104	5.653	11.667
Total	130.842	152.576	103.768	124.584	234.610	277.160

Tabla 2-1.- Llegadas por jefatura de migración / ene-feb 2014

En lo que respecta a ingresos por parte del Turismo, de los 1.038,7 millones de dólares que el país recibió durante el año 2012 y los 854,9 millones contabilizados en el período enero – septiembre de 2013 ubica al Turismo en cuarta posición económica después del Banano y Plátano, Camarón y otros elaborados productos del mar, según el registro del ingreso de divisas por exportación de productos principales del país¹⁵. (Véase en figura 2)

¹⁴ Ministerio de Turismo. *La experiencia turística en el Ecuador*. Sábado 05/abr/2014

¹⁵ Ministerio de Turismo. *Principales indicadores de Turismo Febrero 2014*. Sábado 05/abr/2014

Ubicación del turismo

(en millones USD)

**Figura 2-2.- Ubicación del turismo con respecto a ingresos / 2012 - 2013**

"Todo el año están llegando a Guayaquil y de allí van a otros puntos de la Costa y del país. Antes era una ciudad de paso, porque no había mucho que hacer. Hoy los 25 cantones de Guayas ofrecen turismo religioso, aventura, gastronomía, historia", dice Holbacht Muñeton, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas. Para él, la Prefectura del Guayas ha dado un gran impulso al promocionar sus 6 rutas. Según sus datos, entre enero y marzo la llegada de turistas a Guayaquil subió un 20% frente al 2013. Según Otton Arboleda, presidente de la Cámara de Turismo de Salinas (Santa Elena), la llegada de extranjeros es aleatoria. Explica que un atractivo, sobre todo para los latinoamericanos jóvenes o mochileros, es Montañita. En la temporada de avistamiento de ballenas (de agosto a octubre), los turistas ya no se quedan en Salinas. "Pese a que desde Salinas se ven las ballenas, incluso desde tierra, la gente prefiere recorrer tres horas más e ir a Puerto López (Manabí). Este es un producto turístico mal manejado, existe mucha informalidad y no hay los debidos controles"¹⁶.

2.1.1.4 TURISMO EN EL GUAYAS

Guayas es una de las provincias más pobladas del Ecuador, con aproximadamente el 30% de la población nacional y su nombre se debe al río Guayas, que es la cuenca hidrográfica más importante del Ecuador y de Sudamérica. La provincia del Guayas se encuentra localizada en la Costa del país y se caracteriza por su casta Huancavilca, gente cálida y amable, como por su cultura y gastronomía; así como sus balnearios que son su principal atracción turística tanto nacional como extranjera. Guayas está dividida políticamente en

¹⁶ Diario El Comercio, Actualidad. *Más extranjeros llegan a Ecuador en enero, junio, julio y diciembre*. Viernes 28/mar/2014

25 cantones y su capital es la ciudad de Guayaquil, que es el mayor centro financiero y comercial, así como el mayor centro industrial.

Su clima es seco de Junio a Septiembre y los otros meses del año es húmedo, acentuándose más desde Enero a Mayo a consecuencia del fenómeno del niño. En cuanto a su fauna, la Reserva Ecológica Manglares Churute es uno de los Patrimonios Naturales de la Provincia del Guayas, es un atractivo en donde aún se conservan los manglares que alcanzan más de 10 metros de altura; existe una diversidad de orquídeas y bromelias. Los cerros de la provincia del Guayas están habitados por fauna muy diversa, como por ejemplo: tigrillos, saínos, guantas, venados, jaguares, osos hormigueros, monos aulladores, monos carablanca (micos) y monos cabeza de mate. Así mismo, tenemos El Bosque Protector Cerro Blanco es el albergue de muchos animales, como las mariposas morfo y lagartijas, posee 54 especies de mamíferos. Además es muy conocido por su diversidad de aves, 213 especies, que incluyen 30 tipos de aves rapaces como el gavilán, halcón, entre otros.

Parte de la población guayasense se dedica a la agricultura, ganadería y pesca. Por esto su área de mercado tiene lugar en la industria manufacturera, productos del mar, Puerto Marítimo; pero su principal fuente de ingreso es el turismo, sus playas y balnearios, museos, paseos por Guayaquil, etc.¹⁷

Como una forma de facilitar al turista la organización de su viaje, la Prefectura del Guayas y su Departamento de Turismo clasificaron a los sitios de atracción de la provincia en seis segmentos y/o rutas que son:

- 1) Ruta del Azúcar
- 2) Ruta de la Aventura
- 3) Ruta del Arroz
- 4) Ruta de la Fe
- 5) Ruta del Cacao y
- 6) Ruta del Pescador¹⁸

¹⁷ www.viajandox.com/guayas.htm. *Provincia Guayas*. Sábado 05/abr/2014

¹⁸ www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas. *Rutas Turísticas del Guayas*. Sábado 05/abr/2014

2.1.1.4.1 LA RUTA DEL PESCADOR

A pocos minutos desde Guayaquil, recorriendo llamativos lugares turísticos como Puerto Hondo, Bosque protector Cerro Blanco, Parque “El Lago” y paraderos turísticos, como el ubicado a la entrada de la parroquia rural Progreso, se transita por una autopista renovada, rápida y segura hasta el cantón Playas.

La Ruta del Pescador posee destinos y actividades donde el turista se podrá deleitar de: el Ovniódromo y Playa Varadero, en Data de Posorja, ó navegar a bordo de lanchas que parten desde Posorja o Puerto El Morro para disfrutar el avistamiento de delfines y aves; recorrer la Isla Puná, es descansar frente al mar en una playa dotada con eco campamentos.

La ruta cuenta con sitios para disfrutar del sol y mar, como son las playas de Engabao y su puerto rompe olas exclusivo para el surf, también están Playa el Pelado, El Arenal y Data de Villamil.

La Ruta del Pescador está integrada por:

- Posorja
- Puná
- Playas
- El Morro
- Engabao

Dependiendo del sitio de origen se puede acceder a la ruta por diferentes sectores. Viniendo desde la provincia de Santa Elena, la Parroquia Rural de Progreso recibe por este sector norte-este. Desde Guayaquil por la vía a la costa, llegando al redondel Guayaquil-Progreso, se accede a la autopista Progreso-Playas donde a tan solo 15 minutos encontrará los demás atractivos de la Ruta del Pescador¹⁹.

¹⁹ www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-pescador. *Ruta del Pescador*. Sábado 05/abr/2014

2.1.1.4.2 GASTRONOMÍA DE LA RUTA DEL PESCADOR

Alejados del mar, sin embarcaciones ni redes para pescar, aún en tierra firme, empieza la Ruta del Pescador, propuesta que impulsa el gobierno provincial del Guayas a través de emprendimientos públicos y privados.

Una de las paradas de la Ruta es en Puerto Hondo ubicado en el km 16.5, donde la gastronomía criolla costeña abre paso al popular maduro con queso, fritos o lampreados y a otros platillos como: la tortilla de choclo o de verde, el seco de chivo o de pollo, el caldo de bola o de gallina, la fritada y demás deleites para su paladar.

Otra opción es la parada que se hace en el km 51.8 de la vía a Progreso en la finca La Gloria, localizada en la parroquia Cerecita, conocida por la venta de humitas, donde al grupo de viajeros le espera un gustoso desayuno de bolón de verde con queso, café bien cargado, maduro con sal prieta y jugo natural, preparados con el secretito del sabor manabita, en una de las rústicas cabañas a disposición del turista, y dentro de la hacienda brinda al visitante la posibilidad de encontrar un refugio cómodo rodeado de la naturaleza y alejado del ruido de la ciudad. La finca cuenta con una reserva ecológica protegida que tiene 18 hectáreas de extensión; dentro de las que ofrece piscina, campamentos, cabalgatas, hospedaje, áreas recreacionales, shows en vivo y una amplia selección de exquisitos platos típicos 100% manabitas.

Más adelante en el km. 55 se encuentra la hacienda El Castillo donde producen cacao desde hace más de 20 años. Al arribar al sitio, un exquisito jugo de cacao extraído artesanalmente de la pepa madura, sin azúcar ni saborizantes, 100% natural, puede ser degustada por los visitantes. Su sabor entre ácido y dulce, devuelve las energías para reemprender la caminata por las extensas plantaciones de cacao rojo o Csn51; derivado genéticamente atractivo por su fácil crecimiento y reproducción, pero alejado del fino aroma de la especie nacional. Finalmente, el fruto se procesa en una pequeña fábrica de chocolate, donde el turista observa las etapas previas a la obtención del chocolate en barra.

En el km 57 encontramos el paradero Chicharrón, propiedad del cubano José Mendoza, con 15 años en nuestro país. Este comedor se especializa en fritada de lechón de unos 4

meses de nacido, cuya carne es más suave que la preparada con el chanchito adulto, indica el empresario. Su principal característica es la de vender comida al peso, puede comprar carne pura o acompañado con arroz cubano, yuca y maduro. Los vehículos se amontonan en el parqueadero de este negocio de fritada, que ha ingresado en el mercado de esta vía que tiene otros participantes que han logrado hacerse buena fama culinaria.

Y finalmente en Progreso (km 54.5) hallamos la Plaza Gastronómica inaugurada el 18 de febrero. La obra fue construida en un área de 4.500 m², dispone de 50 espacios comerciales (20 comedores y 30 puestos de venta de piqueos) distribuidos en 5 bloques (4 ubicados en Guayaquil-Santa Elena y 1 de Santa Elena-Guayaquil), para el expendio de comida típica, principal actividad económica de esta parroquia rural de Guayaquil. Para varios propietarios de los locales la economía mejoró en un 50%. La mayor fuente de sustento de los habitantes es la venta de platos típicos, como secos de pato, gallina y chivo. Además, ofrecen alimentos más sencillos, como maduro lampreado, corviche, tortillas de yuca y verde, humitas, entre otros. (Christian Colombo Cordero, Revista Semana, 2012).

2.1.1.4.3 CICLOVÍA GUAYAQUIL - PROGRESO

El 16 de febrero del 2014 se inauguró el tramo de la ciclovía Chongón-Parque El Lago-Cerecita, obra del Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Esta obra tiene una extensión de 30 kilómetros a lo largo de la carretera Guayaquil-Santa Elena y fue construida en pavimento asfáltico, tiene tres metros de ancho, señalización horizontal y vertical, especialmente en las intersecciones; y está totalmente apartada de la carretera, es decir, que por ella solamente circularán bicicletas y no vehículos automotores.

La ciclovía Chongón - Parque El Lago - Cerecita continuará hasta la población de Progreso, con lo que su extensión total será de 42 kilómetros. La inversión del Ministerio del Transporte y Obras Públicas en esta obra asciende a 7 millones de dólares²⁰.

La creación de la ciclovía contribuye como otro punto a favor de la ruta del Pescador, siendo un apoyo para generar un movimiento ecológico para los habitantes de esta ruta, como para turistas nacionales y extranjeros. Convirtiendo a los ciclistas, usuarios de esta

²⁰ Calero Garcés, J., Ecuador a colores. *Fue inaugurada la ciclovía hacia la Costa*. Domingo 16/feb/2014

vía que se encuentra junto a la carretera, en un potencial mercado para el comercio gastronómico de la autopista Guayaquil-Salinas.

2.1.1.4.4 PERFIL DEL TURISTA

En la actualidad existe una clasificación de turistas, donde cada uno de ellos está orientado a una necesidad específica que pueden ser identificados por sus diferentes características.

Los tipos de turistas pueden ser:

- **Turismo de Descanso**

El turismo convencional, es también conocido como el modelo de *"sol y playa"*. Es un producto propio de la sociedad urbana cuya característica principal es la de ser un turismo masivo (ej.: feriados).

- **Turismo Científico**

El objetivo principal del turista científico es abrir más sus fronteras para la investigación en cualquiera que sea su área de estudio, ampliar y complementar sus conocimientos.

- **Ecoturismo**

El ecoturismo está basado en un movimiento de conservación en la industria turística y se define en viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local.

- **Turismo de Aventura**

Algunos lo llaman *turismo deportivo*, otros, *turismo de aventuras* o bien *turismo de adrenalina* e implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede practicar deportes de riesgo diferentes de las típicas vacaciones en la playa.

- **Turismo agrícola o agroturismo**

Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina. El Agroturismo ha dado como resultado los rancho-hoteles, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades.

- **Turismo cultural**

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

- **Turismo histórico**

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

- **Turismo religioso**

A diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad entre las ciudades que han sido objeto de peregrinaje en el Ecuador, tenemos a Quito con la Ruta de las Iglesias, Nobol con la Santa Narcisa de Jesús, Loja con la Virgen del Cisne, entre otras.

- **Turismo gastronómico**

Es una forma de turismo donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria del país que se visita²¹.

El Paradero Río Daular es un establecimiento que podrá acoger a todo tipo de turistas, sin embargo nuestro principal grupo objetivo de viajeros, serán los turistas de descanso por sus viajes a la playa, ya que nos encontramos en su ruta; así mismo a los ecoturistas, turistas de aventura y turistas gastronómicos, por su búsqueda de lugares amigables alejados de la ciudad con espacios para realizar actividades como el ciclismo, sin olvidar, de probar nuevos y distintos sabores nutritivos como los que ofrece el Paradero Río Daular.

2.1.2 EL AVESTRUZ: EL AVE MÁS PROVECHOSA DEL MUNDO

En la naturaleza el avestruz vive en las llanuras de África y es el ave más grande que ha logrado sobrevivir hasta nuestros días. Pertenece al grupo de aves conocido como las

²¹ González, P. & Toller, N. (2006). *Clasificación del turismo según el motivo*. Sábado 17/ene/2015 desde <http://www.monografias.com/trabajos34/clasificacion-turismo/clasificacion-turismo.shtml>

rátidas que se caracterizan por no poder volar. Se han adaptado a una vida terrestre, las piernas las tienen bien desarrolladas y fuertes.

El avestruz macho se diferencia de la hembra por ser más grande. También tiene las plumas del cuerpo negras y las del borde de las alas y la cola blancas. El plumaje de las hembras es color gris opaco, con menos plumas blancas en las alas. El avestruz macho llega alcanzar los 2.7 metros de altura y pesar 145 Kg. Las largas patas le hacen posible una velocidad de 60 a 70 km/h. Los huevos son blancos y grandes, pesando alrededor de 1.6 Kg. se les estima una longevidad de unos 40 años en su estado salvaje, en cautiverio pueden lograr los 50 años.

- **Hábitat:** Sabanas y llanuras donde hay arbustos. Lugares donde predomina la hierba y regiones semiáridas.
- **Hábitos:** En algunas poblaciones los adultos se mantienen en grupos de media docena a una docena. En otros lugares son solitarios o en parejas.
- **Dimensiones:** La altura usual es de 2.0 a 2.5 metros. La altura máxima de los machos es 2.74 metros. El peso máximo de los machos es de 156 Kg.
- **Anidación:** Todo el año en algunas partes. Al sur del continente en primavera y otoño. Anidan solitarios.
- **Huevos:** Son color crema claro a blancos. Miden unos 15 por 12 cm.
- **Incubación:** Toma unos 42 días. Los dos géneros incuban, el macho pasa más tiempo sobre los huevos.
- **Alimentación:** En su mayor parte de alimenta de hierbas y otras plantas.
- **Amenazas:** Adultos: los leones, aunque las avestruces adultas normalmente escapan si el león no las sorprende. Huevos: Los chacales.
- **Sonidos:** Normalmente son silentes. Hay veces emiten un siseo. Cuando están criando los machos emiten un sonido similar al rugido de los leones sin las vibraciones.

- **Visión:** Excelente.²²

2.1.2.1 CRIADEROS DE AVESTRUZ EN EL ECUADOR

La población de avestruces llegó a 3.746 ejemplares en 2013 según cifras oficiales, representando un crecimiento importante en comparación a años anteriores.

La crianza de avestruces se vuelve una alternativa cada vez más atractiva para los avicultores ecuatorianos. Las cifras lo demuestran: la población de estos plumíferos subió de 1.973 ejemplares registradas en la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) edición 2012, a 3.716 registradas en la ESPAC edición 2013. Esto significa que aumentaron en 1.743 unidades, lo que equivale a un crecimiento del 88%.

La alta productividad de estas aves provenientes de las sabanas sudafricanas, es el motor que impulsa el crecimiento del sector. Y es que no solo la carne se puede aprovechar de esta exótica ave, también sirven de materia prima sus plumas, uñas, pico, huevos y hasta la piel.

De ahí que los productores agropecuarios de Ecuador han encontrado una interesante opción de negocio, incrementando la cría y comercialización del avestruz y sus derivados a nivel nacional. Esto ha permitido que los beneficios de esta ave, ya conocidos por civilizaciones antiguas como la egipcia, siria, griega y romana, ahora están al alcance de los ecuatorianos.

Por el momento las fincas más grandes son: ‘La Colina’ ubicada en Arenillas (El Oro), ‘Inga’ ubicada en Pifo (Pichincha) y Avestruzlandia en Guayaquil.

La Colina es la hacienda más avanzada en crianza de avestruz, porque cuenta con el ciclo completo del negocio: reproducción, engorde, faenamiento y producción de embutidos y carne con marca registrada (Hillary).

²² damisela.com/zoo/ave/ratities/avestruz/. *El Avestruz*. Sábado 05/abr/2014.

En el caso de la hacienda Inga, ubicada en la Parroquia Pifo, barrio El Belén, sector El Inga, al nororiente de Quito, existen 200 avestruces de tres razas diferentes: Struthio Camelus de cuello rojo, de cuello azul y negro. Allí también se faena, pero en pequeñas cantidades. A diferencia de La Colina, que se produce alrededor de una tonelada de carne de avestruz cada mes²³.

Y finalmente Avestrulandia, es un proyecto del Instituto Tecnológico EuroAmericano. Aquí se investiga la factibilidad de la creación de la industria del Avestruz en el Ecuador, esto es reproducción y crianza del ave, además del procesamiento de los derivados y su comercialización. (avestrulandia.com, 2007).

2.1.2.2 PROPIEDADES DEL AVESTRUZ

2.1.2.2.1 BENEFICIOS NUTRICIONALES DEL AVESTRUZ

Carne y embutidos

La carne de avestruz, es un alimento similar en textura, sabor y apariencia a la carne de res, pero con características únicas para el beneficio de la salud familiar. A su vez es una fuente importante de nutrientes que aportan a proteger y resguardar al organismo, de ahí que constituye una alternativa para combatir enfermedades como la obesidad, reducir el riesgo de cáncer, entre otros, para los llamados períodos carenciales: embarazo, lactancia, adolescencia y convalecencia. Asimismo es aconsejable para deportistas y también para los que siguen dietas eminentemente vegetarianas debido a la alta calidad proteica que ofrece.

Además, por su bajo contenido en grasa y aporte calórico es idónea para personas que siguen régimen para el control de la obesidad. Esto debido a que es la carne con menor contenido de grasa, colesterol y calorías, en comparación con otros productos cárnicos que se consumen con mayor frecuencia. Por ejemplo, su valor energético es modesto, entre 90 y 100 calorías por cada 100 gramos, siempre que se cocine con poca grasa (plancha, horno, parrilla)²⁴.

²³ maizysoya.com/produccion-de-avestruz-crece-en-ecuador/. *Producción de avestruz crece en Ecuador*. Sábado 05/abr/2014.

²⁴ maizysoya.com/carne-de-avestruz-para-proteger-al-organismo/. *Carne de avestruz: para proteger al organismo*. Sábado 05/abr/2014.

Según explican especialistas nutricionales, este tipo de carne se caracteriza por ser bajo en calorías, sodio y grasas saturadas, rica en omega 3 y 6. Además posee altos valores nutritivos, en especial es muy rica en proteínas de alto valor biológico como calcio, fósforo y hierro; entre otras propiedades. Convirtiéndola en una excelente alternativa para complementar una dieta saludable. La carne de avestruz, es famosa por ser rica en Omega 3 y 6, lo que contribuyen a estabilizar el metabolismo de las grasas en el organismo, concretamente del colesterol, su cantidad y transporte son corregidos, reduciendo así el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares como hipertensión arterial, ataques al corazón, trombosis, entre otras. Debido a esto, es que se recomienda para personas que necesitan mantener una dieta baja en sodio.²⁵

El resto de nutrientes presentes en menor medida en este alimento, ordenados por relevancia de su presencia, son: potasio, calorías, magnesio, sodio, ácidos grasos poliinsaturados, ácidos grasos saturados, grasa, ácidos grasos monoinsaturados, vitamina B9, yodo, vitamina E y calcio.²⁶

2.1.2.2.2 OTROS PRODUCTOS DEL AVESTRUZ

Huevos

Los huevos de avestruz son más grandes del tamaño de una mini pelota de rugby. Tiene un peso aproximado de 1,5 kilos, y equivale a 23 o 24 huevos de gallina, es decir, que con un huevo de estas magnitudes equivale a dos docenas de huevos de gallina.

Las ventajas de los huevos de avestruz con respecto a los de las gallinas es su bajo nivel de colesterol, así que las personas que tengan problemas con el colesterol es mejor tomar este tipo de huevos. Su sabor en cambio es un poco más insípido que los huevos normales, pero con echar un poco más de sal se lo puede solucionar. Los huevos duran aproximadamente 1 mes desde que los pone el avestruz no siendo recomendable ingerirlos a partir de ahí.

Del huevo se aprovecha todo, incluso la cascara se puede aprovechar para muchas formas de decoración. (avestruces.es, 2012)

²⁵ www.saludactual.cl/news/los_beneficios_de_consumir_carne_de_avestruz.php. *Los beneficios de consumir carne de Avestruz*. Sábado 05/abr/2014.

²⁶ www.saludybuenosalimentos.es/alimentos/?s1=Carnes&s2=Aves&s3=Avestruz. *Clasificación y propiedades del Avestruz*. Sábado 05/abr/2014.

Piel y artesanías en cuero

Posteriormente al faenamiento del Avestruz, las pieles son enviadas a la curtiembre especializada en este tipo de cuero, la cual procesa cuidando: Tamaño de la piel, levantamiento de folículos, pigmentado de la piel evitando manchas de grasa, terminaciones mate o brillantes, según petición del cliente.

La piel es lujosa, suave y elegante, un placer tanto para la vista como para el tacto. Ligera, suave y dócil la hacen excelentes para cualquier tipo de tapicería. Su transpiración, suavidad y fortaleza la hace igualmente óptima para el calzado.

El destino del cuero es la confección de prendas finas como carteras, cinturones, chaquetas, billeteras, portafolios, guantes, zapatos y botas. El diseño que le dan los folículos de las plumas es importante en su singular aspecto y calidad.

Plumas y pestañas

Las Plumas son utilizadas desde mucho tiempo atrás para el embellecimiento de las damas y ornamentación de artistas de espectáculos de variedades, en los nuevos tiempos las plumas menos vistosas se utilizan para la fabricación de cómodas almohadas y de plumeros porque son los idóneos para adherir el polvo, sobre todo para el uso en ordenadores y aparatos eléctricos, por sus propiedades estáticas.

Las pestañas se utilizan para la elaboración pinceles de pintura para artistas, otras veces son utilizadas para productos de belleza de la mujer, como las pestañas postizas.

Huesos y uñas

Sus huesos son utilizados básicamente para la artesanía en la fabricación de productos exóticos como adornos, flautas y las uñas se utilizan en joyería.

Aceite

El Aceite del Avestruz, actúa como regenerador celular, compuesto por ácidos grasos esenciales, omega 3, 6 y 9 con función regeneradora de células, desinflamatoria y humectante.

Para cuidado facial, para quitar arrugas y líneas de expresión, manchas, suspensión para problemas de Cáncer, artritis, úlceras, gastritis, estreñimiento, prevención de tumores, pérdida de memoria, etc. y corporal para las estrías, flexibilizar y humectar profundamente la piel, para embarazo, cicatrices, artritis, inflamación de articulaciones, etc.

Con la grasa que les protege a estos animales, se están haciendo estudios para ser utilizada para la elaboración de cosméticos.²⁷

Con lo anteriormente investigado obtuvimos información que revela un incremento de actividad comercial y económica en la vía a la costa, con apertura de nuevos centros comerciales y urbanizaciones que la convertirán en una de las zonas de más influencia de Guayaquil.

Otra inversión importante de la vía a la costa es la ciclo vía (Guayaquil-Progreso) realizada por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Esta vía se convierte en una nueva oportunidad para fomentar el uso de alternativas amigables con el ambiente y con la salud. Recordando que esta ciclo vía pasa junto al Paradero Río Daular, convirtiendo a los ciclistas en un potencial mercado para este negocio.

Se escogió al Paradero Río Daular como propuesta para renovar su identidad visual y promocionarlo como una alternativa de alimentación saludable y turística del Guayas, porque es un punto interesante que resaltar de la Ruta del Pescador; por ofrecer platillos tradicionales de la zona elaborados con carne de avestruz, siendo esta una de las carnes más nutritivas para el consumo humano. Actualmente esta carne no es explotada correctamente debido al desconocimiento de las personas sobre su existencia en el país, su fácil producción y sus propiedades nutritivas.

Así mismo, podemos encontrar en el Paradero Río Daular otras alternativas saludables como es la producción de conservas, mermeladas, encurtidos, jugos naturales, ensaladas de frutas, polen, entre otras que se producen de la misma hacienda del Sr. Hernández.

²⁷ www.avestrulandia.com/productos.html. *Productos*. Sábado 05/abr/2014.

Por las mismas declaraciones del Sr. Hernández, nos cuenta que no ha recibido anteriormente propuesta para la renovación de su imagen visual. Lo cual es una gran oportunidad para aportar positivamente al turismo de la provincia del Guayas.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 TURISMO ECOLÓGICO

El Turismo Ecológico y/o Ecoturismo consiste en viajar de forma responsable hacia áreas naturales conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales; y se sustenta en el cumplimiento de siete componentes:

- Contribuye a la conservación de la biodiversidad.
- Sostiene el bienestar de la población local.
- Incluye una experiencia de aprendizaje / interpretación
- Involucra la acción responsable por parte de turistas y de la industria turística.
- Es ofrecido primordialmente a grupos pequeños por pequeñas empresas.
- Requiere el consumo más bajo posible de recursos no renovables.
- Enfatiza la participación local, propiedad y oportunidad de negocios para la población rural²⁸.

2.2.2 TURISMO GASTRONÓMICO

El turismo gastronómico busca sorprender con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias de las distintas zonas a las que se visita, además de platillos específicos por determinadas fiestas locales.

2.2.3 PUNTO TURÍSTICO

Se denomina punto turístico a un área geográfica o zona ubicada en un lugar atractiva y que es visitada por el turista por motivos como descanso, aventura, negocios, cultura, etc. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las inversiones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística²⁹.

²⁸ Guerrero, C. (2012). *Turismo Ecológico*. Sábado 05/abr/2014 desde <http://turismodeaventura1704.blogspot.com/2012/11/turismo-ecologico.html>

²⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico. Sábado 17/ene/2015

2.2.4 PUNTO NUTRICIONAL

La nutrición es principalmente el aprovechamiento de los nutrientes, manteniendo el equilibrio del organismo. Así mismo, la nutrición también es el estudio de la relación que existe entre los alimentos y la salud, especialmente en la determinación de una dieta³⁰.

En base a esto, un Punto Nutricional es el que ofrece alimentos orgánicos, frescos y no perecibles que aportan todos los nutrientes naturales que estas tienen y que son cultivados en huertos libres de químicos y pesticidas. Del mismo modo, preparados de una manera saludable conservando sus propiedades alimenticias.

2.2.5 CONCLUSIÓN MARCO CONCEPTUAL

Podemos concluir que el marco conceptual se basará en proponer al Paradero Río Daular como un punto turístico-nutricional, englobando los 4 puntos antes expuestos (turismo ecológico, turismo gastronómico, punto turístico y punto nutricional).

El Paradero Rio Daular aportará al ecoturismo la experiencia de poder conocer de cerca a las avestruces, aprender datos curiosos sobre estos animales y sobretodo poder interactuar con ellas; observando su comportamiento y tomándose fotos con ellas.

Así mismo, con la creación de la ciclovía que pasa junto al establecimiento se pretende llegar a los ciclistas, como un punto de parada obligatorio donde encontrará además de un lugar turístico, un lugar donde alimentarse y refrescarse, un taller de mantenimiento y reparación y venta de accesorios para ciclistas.

De esta manera podremos fomentar el uso de la ciclovía, la cual además de ser amigable con el ambiente fomenta el uso de la bicicleta como medio de transporte y es una forma de ayudar a la salud del turista.

El Paradero Rio Daular cuenta con una variedad de platillos elaborados a base de carne de avestruz, que además de ser deliciosos son beneficiosos para la salud del consumidor.

³⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Nutrici%C3%B3n#Historia_de_la_nutrici.C3.B3n. Sábado 17/ene/2015

Convertir al Paradero en un punto de visita inevitable para turistas nacionales y extranjeros que transitan la ruta del pescador rumbo a las playas del Guayas es aportar al turismo de la misma con una experiencia gastronómica diferente y saludable.



CAPÍTULO 3
ESTUDIO DEL MERCADO

3. ESTUDIO DEL MERCADO

3.1 METODOLOGÍA

Según Pablo Cazau (Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales, 2006), las investigaciones sirven para explorar, describir, correlacionar y finalmente intentar explicar la influencia de unas variables sobre otras.

Se eligieron los métodos de investigación exploratoria y descriptiva para este proyecto porque incluyen: observación de campo, conversaciones antropológicas, búsqueda de características demográficas, formas de conducta y de mercados para desarrollar así la propuesta de la renovación de identidad visual y promoción como punto turístico-nutricional del Paradero Río Daular.

3.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Se caracteriza por ser un tipo de investigación que habitualmente tiene su objeto impreciso y se aplica cuando se desconoce o se conoce poco sobre el problema. Algunos autores consideran que este tipo de investigación sería la primera etapa de cualquier investigación que se efectúe sobre la realidad social. Señalan también que eventualmente se la utiliza para precisar el objeto de la investigación a realizar³¹.

Con la investigación exploratoria se realizó una observación participativa y no participativa, como también una entrevista al propietario del establecimiento y diálogos con personas que hayan asistido en ocasiones anteriores al Paradero Río Daular. Con estas observaciones y comentarios se determinó la propuesta de un cambio de imagen visual, y así tener las bases para realizar la investigación descriptiva de este proyecto.

3.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Un estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno midiendo cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin de describirlas.

³¹ Pastén Cordovez, F. (2008). Tipos de investigación: Investigación exploratoria. *Metodología de la Investigación Social*, p.p. 66-67.

El investigador acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios (encuestas). La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico. Esta recolección de información puede concluir con hipótesis de tercer grado formuladas a partir de las conclusiones a que pueda llegarse por la información obtenida³².

Para continuar con el desarrollo de la propuesta, después de la investigación exploratoria, se realizará el Estudio Descriptivo; el cual ayudará a conocer acerca de las necesidades del Paradero Río Daular, mostrando la realidad del lugar y las necesidades comunicacionales que se deberían mejorar para que sea un punto atractivo para los turistas nacionales e internacionales.

3.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.2.1 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.2.1.1 ENCUESTAS

Estas estarán comprendidas por preguntas idóneas sobre su conocimiento acerca del local, sobre la carne de avestruz, servicios, etc. Este cuestionario será resultado por personas que desconozcan este punto gastronómico.

3.2.2 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO A ENCUESTAR

Para conocer mejor al mercado objetivo a encuestar en relación al Paradero Río Daular, se consideró a hombres y mujeres de 18 a 60 años, porque son personas que pueden aportar información relevante que se desea recolectar para la investigación. La que se realizará en centros comerciales, parques y malecones de la ciudad de Guayaquil, al mismo tiempo por vía correo electrónico, durante los meses de Mayo y Junio del año 2014.

³²

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html. Sábado 05/abr/2014

3.2.2.1 CARACTERÍSTICAS

- **Elemento:** Hombres y mujeres de 18 a 60 años con poder adquisitivo.
- **Unidad de muestreo:** Nuestra población objetivo la encontraremos en sitios frecuentados por personas de nivel económico medio, medio alto y alto como centros comerciales, restaurantes y malecones ubicados en el centro y norte de la ciudad de Guayaquil.
- **Extensión:** La ciudad de Guayaquil.
- **Tiempo:** Información que se toma en los meses de mayo y junio del 2014.

3.2.3 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

n = tamaño de la muestra

Z = valor de estandarización que indica el nivel de confianza

S = desviación estándar (conocida de anteriores estudios o prueba piloto o estimada)

E = error o diferencia máxima entre la media muestral y media poblacional que se está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza que se ha definido.

SIENDO:

$$z = 92\% = 1.75$$

$$s = 0.167$$

$$e = 2\%$$

- Se utilizó un nivel de confianza del 92%, para lo que se utiliza la tabla de estadística, y le corresponde 1.75. El 92% se divide para dos ya que la mitad está a la derecha de la media y la otra a la izquierda de la curva normal de distribución.
- Margen de error del 2%.
- La desviación estándar la hemos tomada de estudios anteriores siendo esta desviación del 0.167.

Con las explicaciones anteriormente expuestas tenemos:

$$n = \left(\frac{ZS}{E} \right)^2$$

$$n = \frac{Z^2 S^2}{E^2}$$

$$n = [(1.75) * (0.167) / (0.02)]^2$$

$$n = [0.29225 / 0.02]^2$$

$$n = [14.6125]^2 = 213 \text{ personas}$$

$$n = 213 \text{ encuestas a realizar}$$

3.3 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Género

Se realizó un número total de 216 encuestas, a través de dos vías, las tradicional o de persona a persona y de manera electrónica a través de email, se dividió el número de encuestados de acuerdo al género (masculino y femenino), y la encuesta se realizó en distintos puntos de la ciudad de Guayaquil.

Género	Número de encuestados	Porcentaje
Masculino	116	54%
Femenino	100	46%
Total	216	100%

Tabla 3-1.- Género

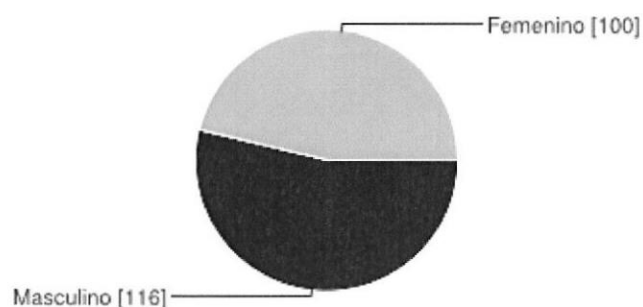


Figura 3-1.- Género

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Como se definió previamente los encuestados fueron hombres y mujeres, de las 216 encuestas la mayoría con el 54% fueron hombres y 46% fueron mujeres, como se muestra en la tabla 2.

Edad		
Rango de edad	Número de encuestados	Porcentaje
18 a 25 años	93	43%
26 a 30 años	54	25%
31 a 40 años	40	19%
41 a 50 años	17	8%
51 a 60 años	12	6%
61 años en adelante	0	0%
Total	216	100%

Tabla 3-2.- Edad

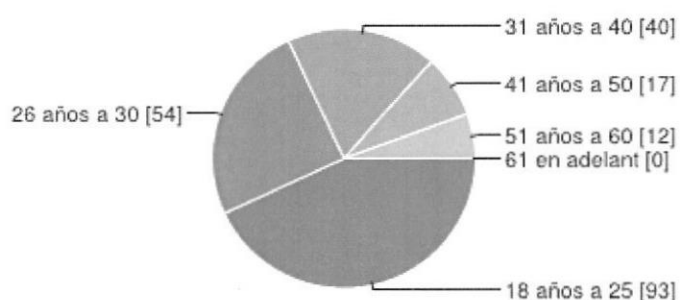


Figura 3-2.- Edad

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Como se muestra en la tabla 3, la mayoría de los encuestados con un 43% oscilan entre los 18 y 25 años, en segundo lugar con un 25% las personas entre 26 y 30 años, seguido por un 19% de personas entre 31 y 40 años, demostrando así que nuestro mercado objetivo se encuentra en personas de 18 a 40 años.

Pregunta 1 ¿Con qué frecuencia viaja a la playa?

Frecuencia	Número de encuestados	Porcentaje
Semanalmente	5	2%
Mensualmente	31	14%
Anualmente	61	28%
Feriados	89	41%
Otro	30	15%
Total	216	100%

Tabla 3-3.- Pregunta 1

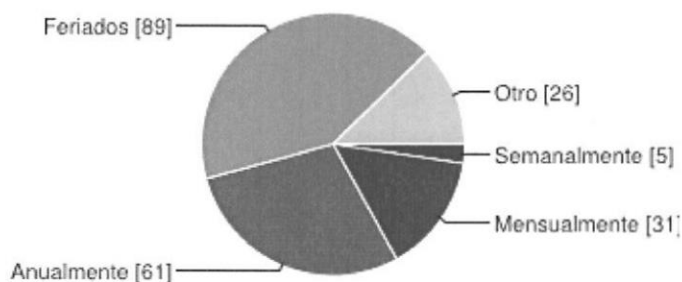


Figura 3-3.- Pregunta 1

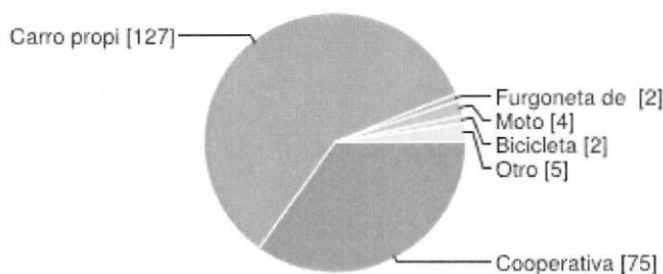
Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Los resultados que se observan en la tabla 4 con relación a la pregunta 1, muestran cuales son los periodos del año en que los encuestados viajan a la playa, siendo los feriados el escogido por la mayoría con un 41%, de este modo se determina en qué momento se podría tener una mayor afluencia de clientes y aumentar la publicidad.

Pregunta 2 ¿Cuál de los siguientes medios utiliza usted para ir a la playa?

Transporte	Número de encuestados	Porcentaje
Cooperativa	75	35%
Carro propio	127	59%
Furgoneta de alquiler	2	1%
Moto	4	2%
Bicicleta	2	1%
Otro	6	2%
Total	216	100%

Tabla 3-4.- Pregunta 2*Figura 3-4.- Pregunta 2*

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

La tabla 5 con la pregunta 2 nos muestra cual es el medio de transporte más utilizado por los encuestados, siendo el más popular el de uso personal o familiar con un 59%, seguido por el transporte por cooperativas intercantonales con un 35%, lo que nos indica que tipo de publicidad realizar para llegar a estos medios de transporte. Así mismo, nos refleja que la mayoría de las personas tienen carro propio, lo cual facilita positivamente la llegada al Paradero Río Daular para su respectiva visita.

Pregunta 3 ¿Hace paradas a lo largo de la carretera para adquirir comida?

Paradas	Número de encuestados	Porcentaje
Siempre	34	16%
Frecuentemente	46	21%
En ocasiones	59	27%
Raramente	35	16%
Nunca	42	19%
Total	216	100%

Tabla 3-5.- Pregunta 3

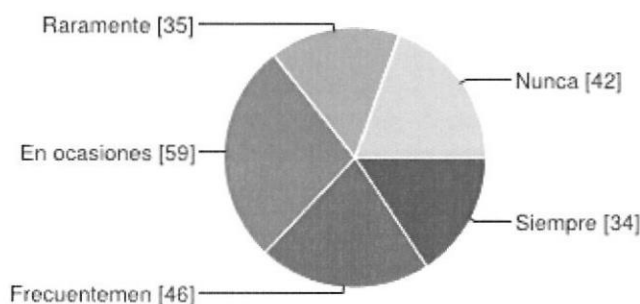


Figura 3-5.- Pregunta 3

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Los resultados que nos muestra la tabla 6 indican que la mayoría de los encuestados realizan frecuentemente alguna parada a lo largo de la carretera para consumir algún tipo de alimento o bebida, apenas un 19% de los encuestados afirmo no detenerse a consumir nada.

Pregunta 4 ¿Si hace paradas en la carretera, cuál de estos platos consume?

Platillo	Número de encuestados	Porcentaje
Seco de gallina	36	17%
Churrasco	4	2%
Arroz con menestra y carne	57	26%
Sánduches de chancho	15	7%
Yapingacho	19	9%
Otro	98	45%
Total	216	100%

Tabla 3-6.- Pregunta 4

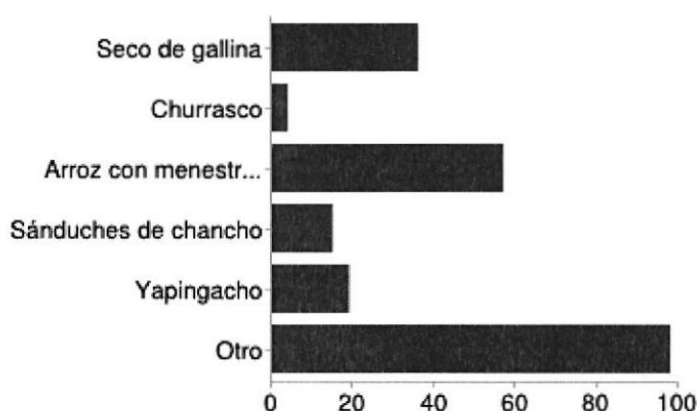


Figura 3-6.- Pregunta 4

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

La pregunta 4 nos muestra que tipo de alimentos consumen los encuestados durante sus paradas a lo largo de la carretera; como se observa en la tabla 7, la más popular con un 45% es la opción Otros que incluye: Papas Rellenas, Humitas, Maduros Lampreados y todo tipo de Snacks típicos de la localidad, seguido por el Arroz con menestra con un 26% y el Seco de gallina con un 17%.

Pregunta 5 ¿Cree usted que existen suficientes puntos turísticos a lo largo de la carretera Guayaquil-Salinas (Ruta del Pescador)?

	Número de encuestados	Porcentaje
Si	61	28%
No	155	72%
Total	216	100%

Tabla 3-7.- Pregunta 5

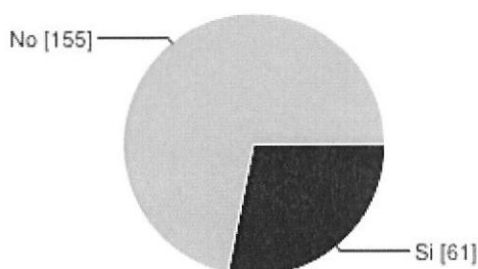


Figura 3-7.- Pregunta 5

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Según la pregunta 5, en la tabla 8 refleja que tan solo el 28% de los encuestados piensa que si existen suficientes puntos turísticos donde recrearse a lo largo de la carretera Guayaquil-Salinas, frente a un 72% que piensa todo lo contrario.

Pregunta 6 ¿Conoce usted sobre los beneficios de la carne de avestruz?

	Número de encuestados	Porcentaje
Si	24	11%
No	165	76%
Más o menos	27	13%
Total	216	100%

Tabla 3-8.- Pregunta 6

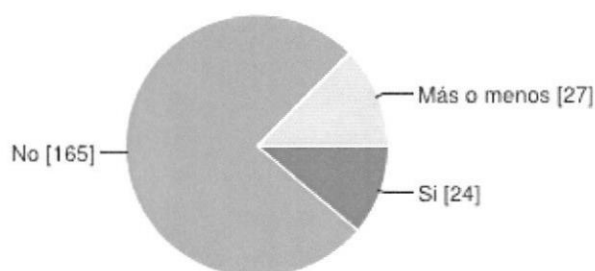


Figura 3-8.- Pregunta 6

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

La pregunta 6 nos indica que tanto conocen las personas sobre lo beneficioso que es consumir carne de avestruz. En la tabla 9 se aprecia que tan solo el 11% afirmó saber los beneficios de su consumo, mientras que el 13% indico conocer poco y el 76% dijo no conocer nada de este tema.

Pregunta 7 ¿Si conociera la existencia de un restaurante de comida sana y nutritiva elaborada a base de carne de avestruz, lo visitaría?

	Número de encuestados	Porcentaje
Si	134	62%
No	26	12%
Tal vez	54	25%
Total	216	100%

Tabla 3-9.- Pregunta 7

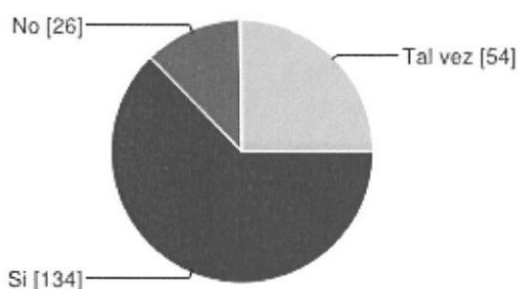


Figura 3-9.- Pregunta 7

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Según la tabla 10 el 62% de los encuestados afirmaron que si visitarían un restaurante de comida sana y nutritiva que hace platillos con carne de avestruz, mientras que el 25% indicaron que tal vez visitarían el lugar y tan solo el 12% dijo que no lo visitarían. Esto muestra que con una buena promoción, el Paradero Río Daular, sería un excelente punto turístico-nutricional para la provincia del Guayas.

Pregunta 8 ¿Conoce o ha escuchado acerca del Paradero Río Daular (ubicado en el km 36 vía a la costa, famoso por las hamburguesas elaboradas con carne de avestruz)?

	Número de encuestados	Porcentaje
Si	106	49%
No	109	51%
Total	216	100%

Tabla 3-10.- Pregunta 8

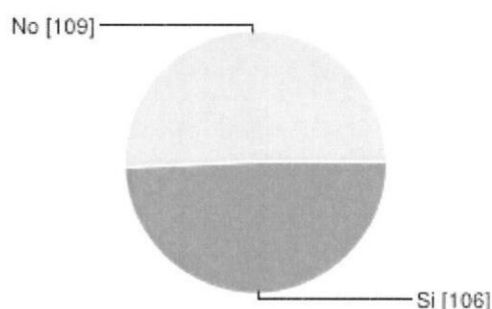


Figura 3-10.- Pregunta 8

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Los resultados que nos indica la tabla 11 reflejan que las personas si conocen y/o han escuchado acerca del Paradero Rio Daular con un 49%, frente a un 51% que dicen que no. Esto revela que a pesar de no tener publicidad, las personas tienen noción del Paradero Rio Daular, lo que es favorable a la propuesta.

Pregunta 9 ¿Alguna vez ha consumido algo en el Paradero Río Daular?

	Número de encuestados	Porcentaje
Si	37	35%
No	70	65%
Total	107	100%

Tabla 3-11.- Pregunta 9

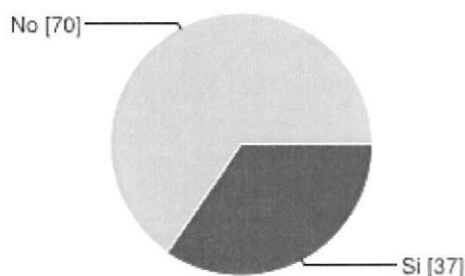


Figura 3-11.- Pregunta 9

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Sin embargo, a pesar de conocer el Paradero Río Daular, la tabla 12 muestra que de las personas que saben del lugar, el 32% nunca ha visitado el paradero y solo el 17% ha consumido algo ahí. Según las declaraciones de las personas, el establecimiento es poco atractivo y visible.

Pregunta 10 ¿Cree usted que el Paradero Río Daular sería un punto potencial turístico-nutricional de la provincia del Guayas?

	Número de encuestados	Porcentaje
Si	27	77%
No	0	0%
Tal vez	8	23%
Total	35	100%

Tabla 3-12.- Pregunta 10

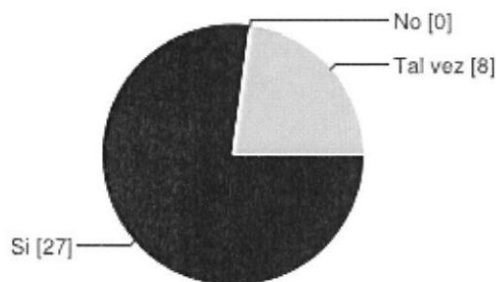


Figura 3-12.- Pregunta 10

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

Según la tabla 13 con la pregunta 10, de las personas que si han visitado el lugar, el 77% afirmaron que si sería un punto potencial turístico-nutricional de la provincia del Guayas, mientras que el 23% dijo que tal vez y el 0% dijo que no. Esto da a comprender que entre las personas que han visitado el establecimiento, existe un apoyo del 100% positivo para el proyecto.

Pregunta 11 Además de la comida, ¿cuál de estas opciones le gustaría disfrutar durante su visita al Paradero Río Daular?

Opciones	Número de elegidos	Porcentaje
Área de juegos infantiles	11	14%
Mini zoológico de avestruces	22	29%
Punto ecociclistas	24	32%
Venta de artesanías	17	22%
Otro	2	3%
Total	76	100%

Tabla 3-13.- Pregunta 11

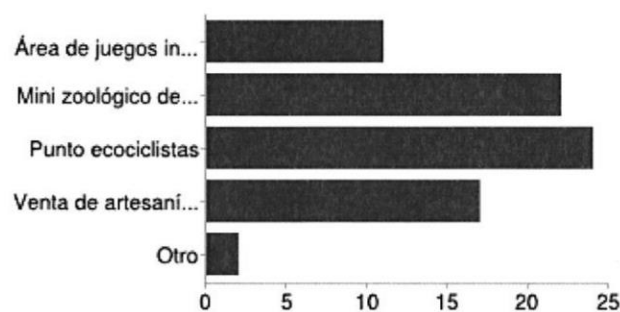


Figura 3-13.- Pregunta 11

Elaborado por: Los autores / Fuente: Los encuestados

Análisis

A las personas que si han visitado el lugar, la tabla 14 refleja que el 32% dijo que sería bueno tener un punto ecociclista, seguido del 29% con un mini zoológico de avestruces y con un 22% venta de artesanías, dos de los cuales ya posee (venta de artesanías y mini zoológico) pero sin buena presentación. Las dos primeras opciones son las que se tomarán en cuenta para implementar como parte de la propuesta del proyecto en el Paradero Río Daular.

3.4 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas se aprecia mediante un análisis general quienes serían nuestro mercado objetivo, para así poder enfocar la propuesta de cambio de imagen de marca de manera correcta.

Según la investigación del público estudiado dio como resultado que la potencial clientela son hombres y mujeres entre los 18 y 40 años, las cuales son personas que mayormente viajan a la playa en feriados.

Así mismo, el medio de transporte más utilizado según los encuestados es el carro propio, seguido por las cooperativas intercantonales. Esto propone el tipo de publicidad que usaríamos para lograr una mejor comunicación hacia los clientes para el Paradero Río Daular.

La investigación a su vez demostró que la mayoría de las personas sí hacen paradas a lo largo de la carretera Guayaquil-Salinas para adquirir comida, y que los productos que más consumen son snacks típicos de la localidad como humitas, papa rellena, maduro lampreado, empanadas y demás.

La mayor razón para resaltar las características del Paradero Río Daular es porque las personas encuestadas afirmaron en su mayoría que no creen que existan muchos puntos turísticos en la carretera Guayaquil-Salinas. Convirtiendo al Paradero en un punto estratégico para el turismo en el Guayas. Del mismo modo, las encuestas respaldaron en un 100% que el Paradero Río Daular sí sería un punto Turístico-Nutricional para la provincia, dicho por las personas que han tenido la oportunidad de visitar el lugar.

Debido al desconocimiento de los encuestados con un 76% sobre las bondades de la carne de avestruz es necesario llamar la atención de las personas con publicidad atractiva e informativa sobre la misma y de este modo motivarlos a visitar el Paradero Río Daular. Sin embargo, los encuestados con un 87% mostraron interés en visitar un restaurante sano y nutritivo que elabora platos con carne de avestruz. Reforzando la acogida que tendría el Paradero Río Daular si tuviera una mejor imagen y promoción publicitaria.

3.5 FODA

Fortalezas

- Pioneros en establecer un paradero-restaurante en la vía a la costa Guayaquil-Salinas.
- Atención personalizada por el mismo propietario (Sr. Jorge Hernández).
- Ubicación visible del paradero en la carretera.
- Ofrecen carne de avestruz rica en nutrientes y baja en grasa preparada en sus platos y/o para la venta de la misma para consumo particular del cliente.
- Frutos cosechados de su propia hacienda. Son orgánicos, frescos y libre de pesticidas.
- Sazón casero en la preparación del menú.
- Carne de avestruz cocinada a la parrilla libre de grasas adicionadas.
- Aseo y organización en el establecimiento.
- Amplio menú de comida y jugos típicos.
- Únicos en cultivar y elaborar productos a gran escala a base de marañón.

Oportunidades

- La reciente creación de la ciclovía que es paralela al Paradero Río Daular, generará mayor afluencia de ciclistas al lugar.
- Interés de los encuestados en visitar y probar los diferentes productos del paradero.
- Ser un establecimiento que satisfaga la búsqueda de las personas por alimentos más sanos.
- El Paradero Río Daular es potencial punto turístico-nutricional para la provincia del Guayas.
- Posibilidad de que marcas reconocidas en la industria alimenticia deseen patrocinar el restaurante.
- Realización de competencias para ciclistas patrocinadas por marcas reconocidas en este medio que se puedan efectuar desde el Paradero Río Daular.

Debilidades

- Desconocimiento de la ubicación del Paradero Río Daular por falta de promoción.
- El paradero no poseen una identidad visual establecida.
- Sus clientes no serían tan frecuentes porque comprenden mayoritariamente para quienes viajan por la carretera Guayaquil-Salinas, un público que no es a diario.
- Por su ubicación en la carretera, sus clientes potenciales son los que tienen carro propio más que los usuarios de cooperativa.

Amenazas

- Posibles competencias como Avestruzlandia, ubicado en Chongón sector Daular, km 10.
- Disminución de la afluencia de clientes en épocas que no son de temporada.
- Incremento en los costos de materiales y mano de obra.
- Riesgo de plagas en los cultivos de la hacienda del Sr. Hernández.
- Los avestruces corren el riesgo de sufrir diversas enfermedades como: infecciones bacterianas, virales y parasíticas.



CAPÍTULO 4
MANUAL DE MARCA

4. MANUAL DE MARCA

4.1 ANTECEDENTE CONCEPTUAL

Paradero Río Daular es un restaurante de comida típica (enfocado principalmente en especialidades elaborados con carne de avestruz), ubicado en el Km. 36 ½ vía a la costa Guayaquil-Salinas.

Actualmente el restaurante tiene una identidad visual descuidada, poco llamativa y regida solo por la singularidad de sus hamburguesas de avestruz. Este restaurante nos ofrece además de su reconocida hamburguesa, otros platillos tradicionales de la cocina criolla elaborados a base de avestruz, dotándolos de carácter nutritivo por las bondades que esta carne tiene.

Así mismo, el Paradero Río Daular elabora conservas con ingredientes sanos y frescos cultivados en su propia hacienda, que aporta a este restaurante un valor agregado digno de resaltar como punto nutricional en la ruta del pescador.

En la parte turística podemos destacar la presencia de un par de avestruces fundadoras del lugar a las cuales se las puede observar en su estado natural y tomarse fotografías con ellas. También se encuentra en exhibición y venta una variedad de artesanías elaboradas con cascarón de huevo de estos animales, que adquieren formas decorativas tales como: relojes de salón, joyeros, adornos y entre otros.

Cabe destacar que en el año 2014 se inauguró la ciclovía que recorre mayormente la carretera Guayaquil – Salinas paralela al Paradero Río Daular, lo que aumentó el flujo de personas, ciclistas y turistas por el lugar. Del mismo modo, este paradero se convirtió en uno de los puntos favoritos por los ciclistas para realizar sus competencias.

4.1.1 CONCEPTO

Con la intención de enfatizar la sensación natural, tradicional, nutritiva y rústica del lugar; nuestro concepto se sintetiza en la siguiente expresión:

“Descubre lo sanamente turístico en la provincia del Guayas”

Sano y turístico, eso es el Paradero Río Daular y renovar su imagen ayudará a descubrir que es posible alimentarse de una manera más saludable y original que en otros lugares, junto con la presencia de un ambiente natural que incluye fauna, flora y distracción para toda la familia.

4.2 MANUAL DE MARCA

Diseñar una identidad visual exitosa en la competitiva industria alimentaria involucra más detalles que solo un simple logotipo, un slogan y colores complementarios. (Diseño Gráfico Delicioso, Linksbooks 2011).

Para que el Paradero Río Daular logre posicionar su marca en la Ruta del Pescador, lo más adecuado es la creación de su manual de marca. Aquí es donde se indicará las maneras de utilizar los colores corporativos del Restaurante, el logotipo y los elementos visuales en todas sus aplicaciones que se utilizaran dentro y fuera de su estructura física.

4.2.1 INTRODUCCIÓN

El Principal objetivo que se tomó en cuenta en este manual, que se ha desarrollado tras un programa de diseño estudiado y planificado, es que la marca sea reconocida, fácil y rápidamente por sus clientes dotándola de una imagen visual propia y bien diferenciada. También se busca regular sus usos y aplicaciones en diferentes medios, para así obtener una identidad integral.

4.2.2 TERMINOLOGÍA BÁSICA

Con objeto de interpretar correctamente el significado de la terminología básica utilizada en este manual, se resume a continuación una lista de términos utilizados y su definición.

- **Imagen Corporativa**

Se refiere a cómo se percibe una compañía o producto. La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Su interpretación es algo subjetivo de cada persona.

- **Identidad Corporativa**

La identidad corporativa o identidad visual (IVC) es la manifestación física de la marca. En general incluye la marca, normas gráficas y un grupo de líneas maestras que se recogen en el Manual Corporativo.

La identidad visual y/o corporativa de una organización se recoge normalmente en un documento llamado **Manual de Marca y/o Manual Corporativo**, que establece la definición de la marca (identidad) especificando colores y tipografías concretos, así como las líneas maestras de uso de la marca (cómo se puede usar y cómo no se debe usar).

El manual de identidad corporativa también puede incluir aplicaciones de la marca, por ejemplo para papelería corporativa (tarjetas de presentación, sobres, membretes, facturas, etc.), para elementos de publicidad, para vestimenta y uniformes de los empleados, para los vehículos de la empresa y demás.

Todas las organizaciones, no importa su tamaño, deberían cuidar su identidad visual, de la misma forma que cuidan la relación con sus clientes y proveedores, o la calidad de sus productos y servicios.

- **Marca**

Una marca es una identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.

Es un error común confundir el concepto de logo como un sinónimo de marca, siendo la principal diferencia para una marca, es que esta debe ser construida más allá de la representación visual que identifica a una empresa u organización.

- **Manual Corporativo**

Documento que define las reglas de aplicación de sistema de identidad visual sobre todos los soportes de comunicación.

- **Isotipo**

Es la forma gráfica que actúa como emblema y su visualización debe ser suficiente para el reconocimiento de la empresa.

- **Logotipo**

Se representa con un tipo de letra específico que nos permite reconocer rápidamente la compañía.

- **Imagotipo**

Es el conjunto de logo y nombre que le sirve a una entidad a un grupo de personas para representarse. Es parte de la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y la parte tipográfica. La funcionalidad de un Imagotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se quiere, y para lograrlo se necesita el uso de colores y formas que contribuyan a su interpretación. Un imagotipo se convierte en una estructura gráfica organizada con criterio semiótico que busca transmitir un significado.

- **Tipografía**

Arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

- **Retícula**

Tiene el fin de conservar la integridad del logotipo. Solamente puede ser utilizada cuando la situación no permita la reproducción a partir de un archivo electrónico.

- **Pantone**

Pantone Matching System (PMS), es un sistema que permite identificar colores para impresión por medio de un código determinado, en otras palabras, es un sistema propietario de igualación de colores. El mismo que permite, independientemente del sistema operativo que se use, que el color de salida en impresión sea el correcto.

4.2.3 PRESENTACIÓN DEL IMAGOTIPO



Figura 4-1.- Imagotipo Paradero Río Daular

En la creación del imagotipo se decidió conservar su nombre original por la razón de ser el nombre fundador del establecimiento, pioneros en la venta de platos preparados con

carne de avestruz en el Ecuador y por el paso del río Daular en la hacienda del Sr. Hernández, propietario del restaurante.

El Isotipo se realizó procurando englobar lo más destacado del Paradero Río Daular y está inspirado en los logos vintage de restaurantes y bares norteamericanos que tienen un estilo de escudo de armas con gráfica limpia y clásica. Al representarlo como un escudo queremos proteger su trayectoria y su futuro como marca, siendo armónico y encantador para los clientes.

Así mismo, el isotipo está compuesto por un cruce de cubiertos que en este caso es el tenedor y el cuchillo; ya que este símbolo por lo general es usado como señal de establecimiento de comida. Así mismo, dentro del cruce de estos cubiertos colocamos iconos representativos del Paradero, como son:

- **El huevo:** representa el inicio y fin del ciclo del avestruz y todo lo que esta produce durante su vida.
- **La palmera:** es el ícono representativo de lo natural y el turismo.
- **La hamburguesa:** es la base y plato estrella del Paradero Río Daular.
- **La pluma de avestruz:** representa el lado no comestible del avestruz, porque con sus plumas y otras partes del animal, se realizan diversidades de artesanías decorativas.

El logotipo tiene una tipografía clara y retro que enlaza perfectamente con el estilo del isotipo y sus colores son cálidos para atraer la atención y evocar comida caliente. Sin embargo, el diseño del imagotipo posee una versatilidad que se puede jugar con distintos colores para diferentes ocasiones.

4.2.4 IMAGOTIPO BLANCO Y NEGRO E INVERTIDO



Figura 4-2.- Imagotipo B/N e Invertido

Se utilizará el imagotipo en blanco y negro ó a un solo tono, en aquellos casos en los que la reproducción se deba realizar a una sola tinta, cuando la reproducción en sus colores no sea posible, ó por que el fondo de color sea similar a los que ya contiene el imagotipo, por lo que podría resultar dificultoso reconocerlo. De igual manera para el imagotipo invertido.

4.2.5 COLORES PANTONE, CMYK Y RGB DEL IMAGOTIPO




	PANTONE 718 EC		PANTONE 1535 PC
	CMYK C 0 M 76 Y 100 K 3		CMYK C 8 M 75 Y 100 K 40
	RGB R 233 G 96 B 33		RGB R 149 G 64 B 16

Figura 4-3.- Colores Pantone, CMYK y RGB del Imagotipo.

Los colores escogidos fueron el naranja (Pantone 718 EC) y el café (Pantone 1535 PC), el primero para poder representar la calidez del lugar, su comida y su atención personalizada hacia quienes visitan el Paradero Río Daular; y el segundo para representar el estilo rustico y clásico que esta tiene. Así mismo cada color Pantone tiene su respectiva equivalencia en CMYK (colores para impresión) y RGB (colores para pantalla).

4.2.6 TIPOGRAFÍA: FUENTE PRINCIPAL

Big Noodle Titling
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
. , ; : ! ? “ \$ % / () = * _ ' - +

Figura 4-4.- Tipografía Principal del Imagotipo.

Big Noodle Titling es la tipografía usada para el logotipo Paradero Río Daular. Es una tipografía San serif que no tiene minúsculas y fue escogida por su legibilidad y su estructura estrecha que permite acoplar el texto extenso en un espacio optimizado.

4.2.7 TIPOGRAFÍA: FUENTES SECUNDARIAS

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,;:!"\$%/'-+

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,;:!"\$%/'-+

Figura 4-5.- Tipografía Secundaria

Roboto Light y Roboto Light Italic son las tipografías complementarias destinadas para el texto extenso. Es una tipografía San Serif con mucha legibilidad que no desentona con la tipografía principal y trabajan bien en conjunto.

4.2.8 USOS INCORRECTOS DEL IMAGOTIPO



Prohibido reducir el tamaño del isotipo ya que pierde equilibrio y protagonismo.



Prohibido deformar de cualquier manera el imagotipo.



Prohibido cambiar la tipografía del logotipo de cualquier manera.



Prohibido cambiar la combinación de colores del imagotipo bajo ningún concepto.



Prohibido cambiar el orden de los íconos del isotipo.



Figura 4-6.- Usos incorrectos del Imagotipo.

4.2.9. CAMBIOS PERMITIDOS DEL IMAGOTIPO



Figura 4-7.- Imagotipo Vertical



Figura 4-8.- Colores permitidos para Imagotipo.

Para el cambio de color, esta debe de realizarse en todo el imagotipo y solo para promociones, diseños y patrones especiales.

4.2.10. PAPELERÍA

4.2.10.1 HOJA A4

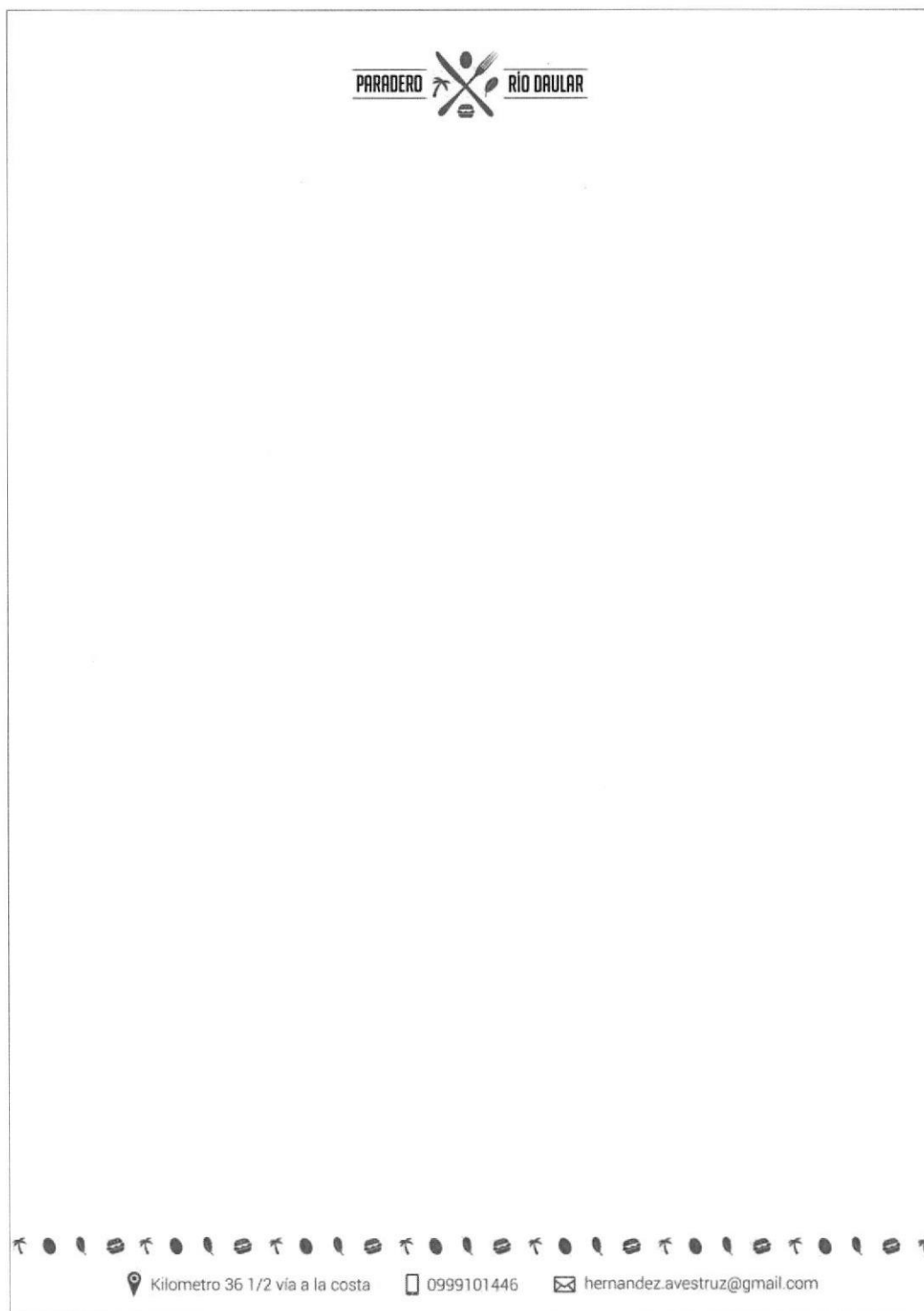


Figura 4-9.- Hoja membretada A4

4.2.10.2 SOBRE MANILA

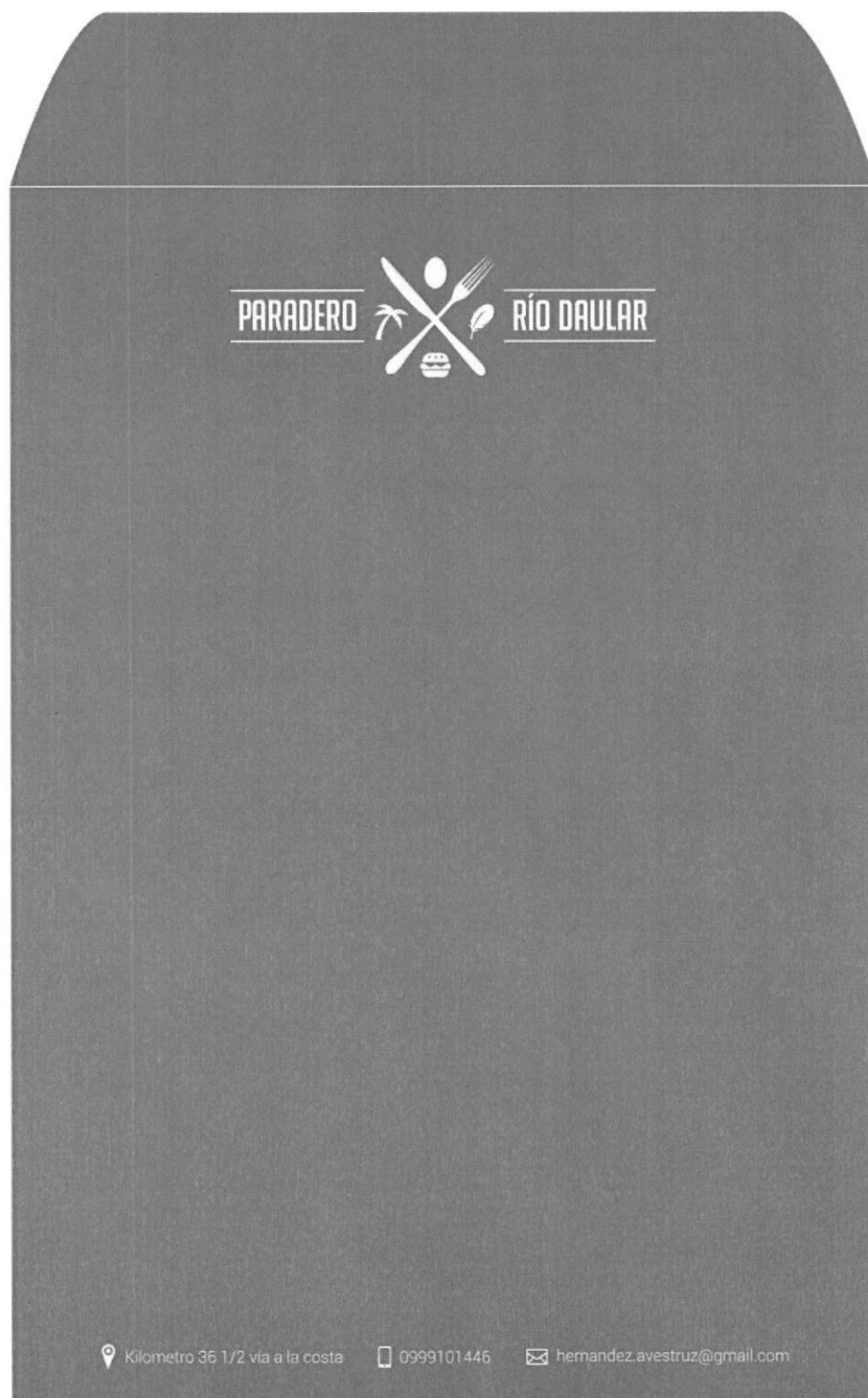


Figura 4-10.- Sobre Manila

4.2.10.3 CARPETA

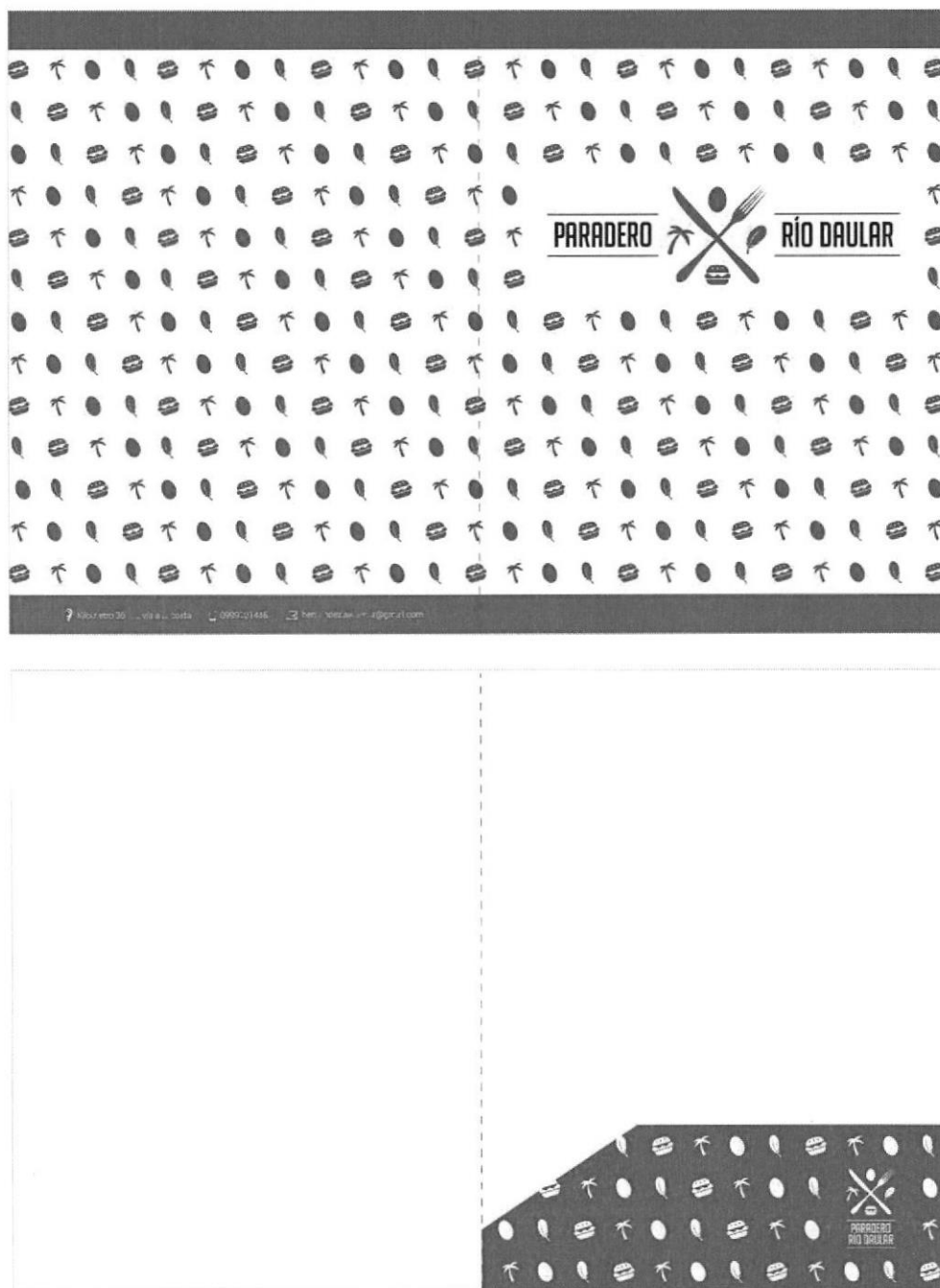


Figura 4-11.- Carpeta Institucional

4.2.10.4 TARJETA DE PRESENTACIÓN

tiro



retiro

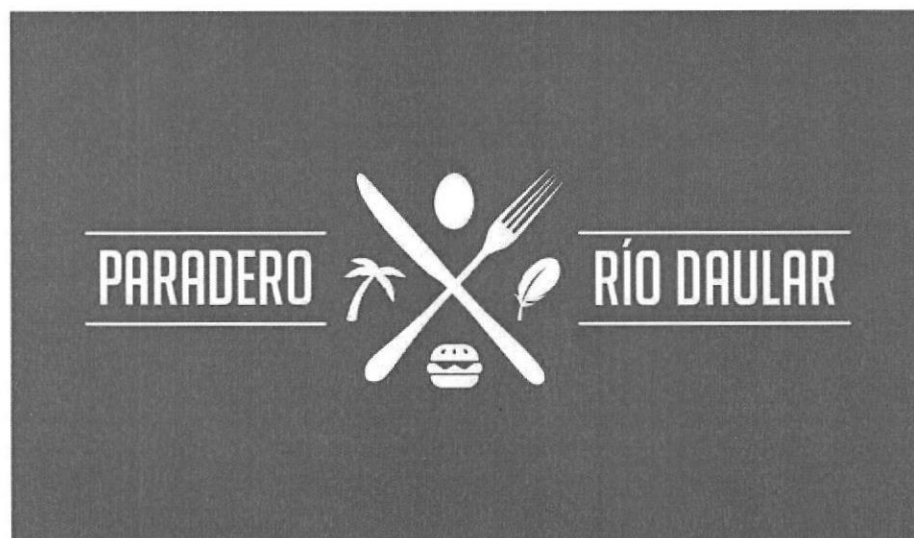


Figura 4-12.- Tarjeta de Presentación

4.2.10.5 DÍPTICO INSTITUCIONAL

SANAMENTE TURISTICO
PARADERO RÍO DAULAR

Vegetales frescos y de primera calidad

Carne 100% de avestruz que se deshace en tu boca

Pan suave

Jorge Hernández González dirige el paradero Río Daular, negocio familiar en el km 36 de la carretera que se ha hecho famoso por las hamburguesas y sandwiches con carne de avestruz la cual tiene más parecido a la carne de res que a la de pollo.

El paradero Río Daular está dedicado a comercializar los productos que genera la hacienda familiar de los Hernández.

Jorge Hernández
Gerente General

Producción
Incubación
Comercialización
Asesoramiento en la
Industria del Avestruz

Kilometro 36 1/2 vía a la costa
✉ hernandez.avestruz@gmail.com
☎ 0999101446

Figura 4-13.- Díptico Institucional

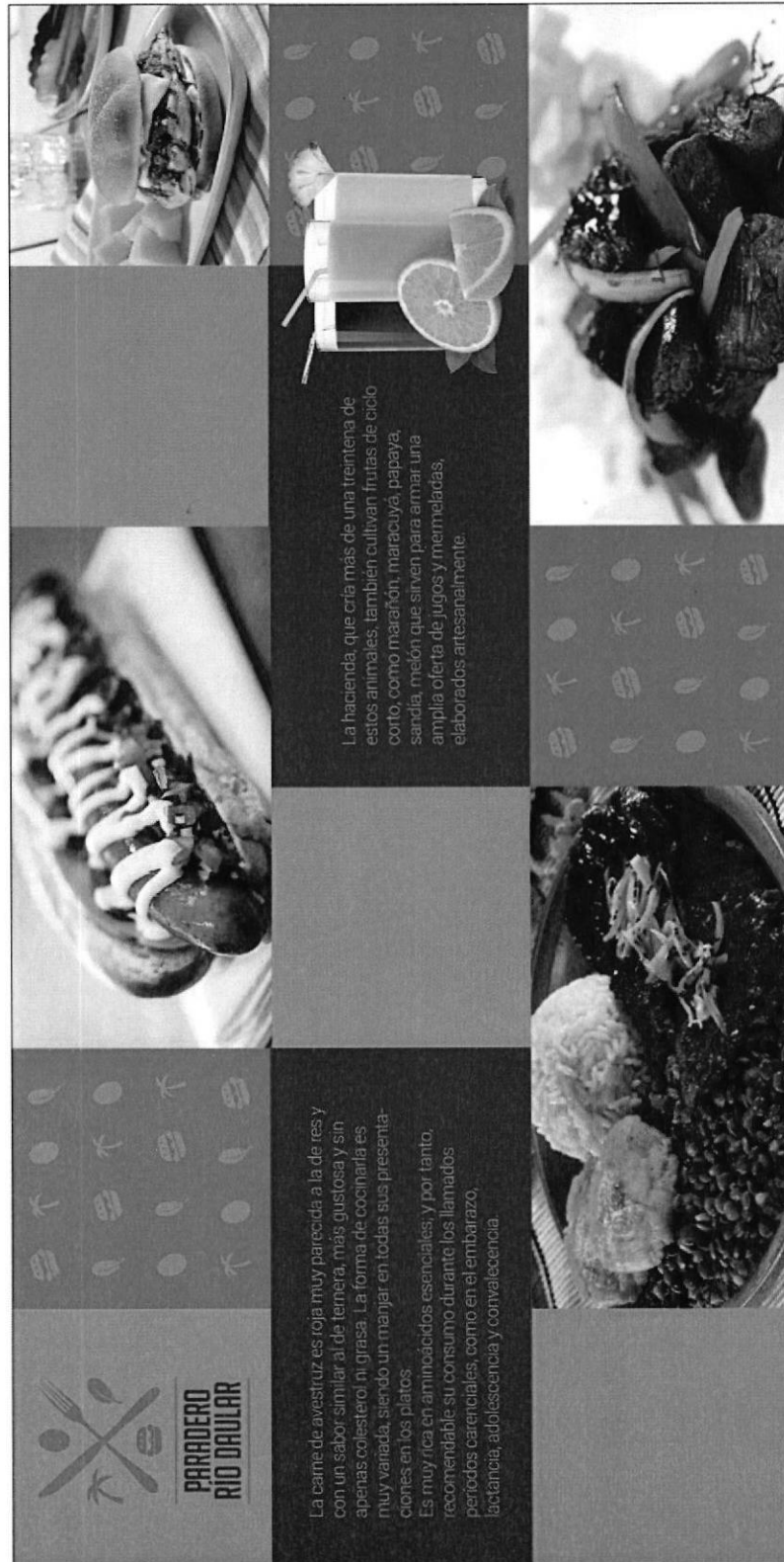


Figura 4-14.- Retiro del Díptico Institucional

4.2.10.6 VOLANTE



Figura 4-15.- Volante Promocional

4.2.11 MARKETING

4.2.11.1 CAMISETAS

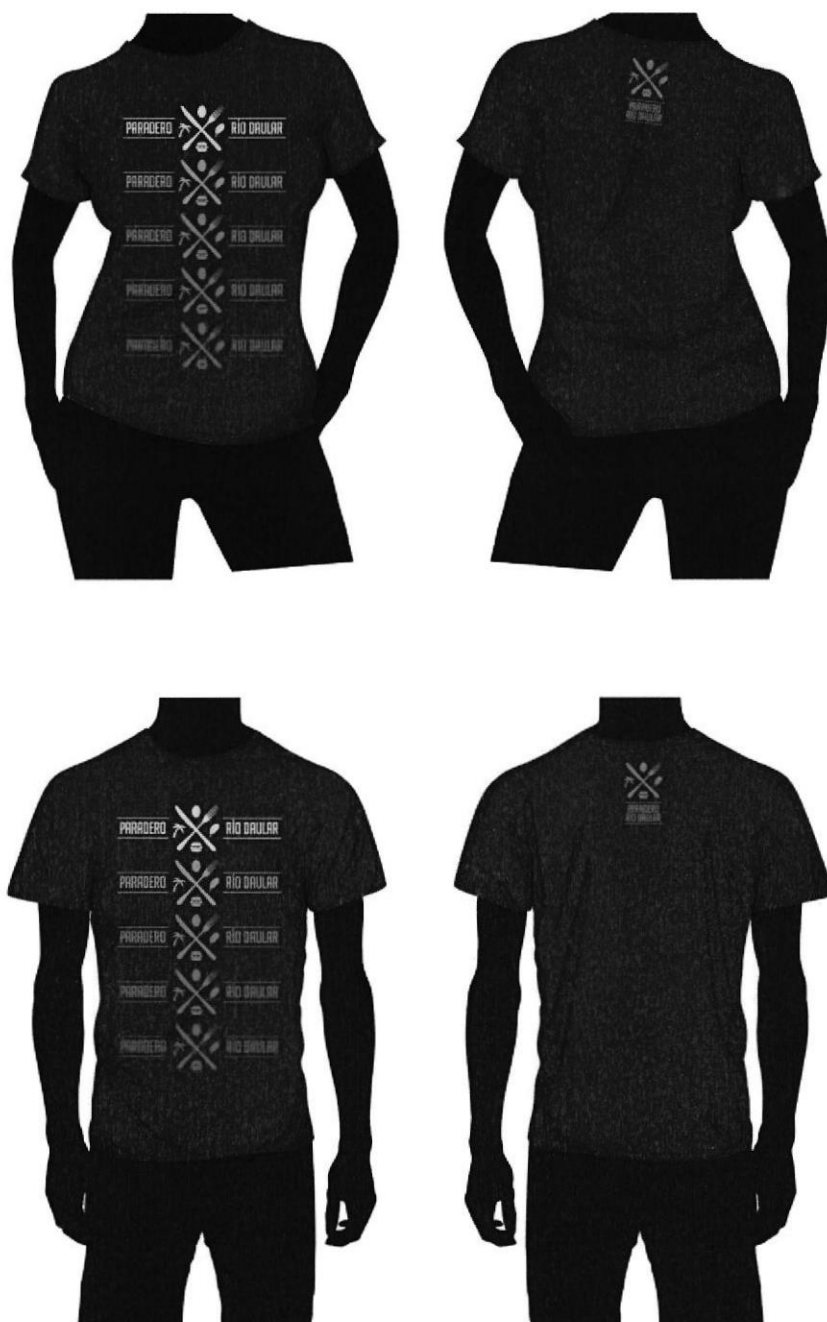


Figura 4-16.- Diseño Camisetas

4.2.11.2 DELANTAL

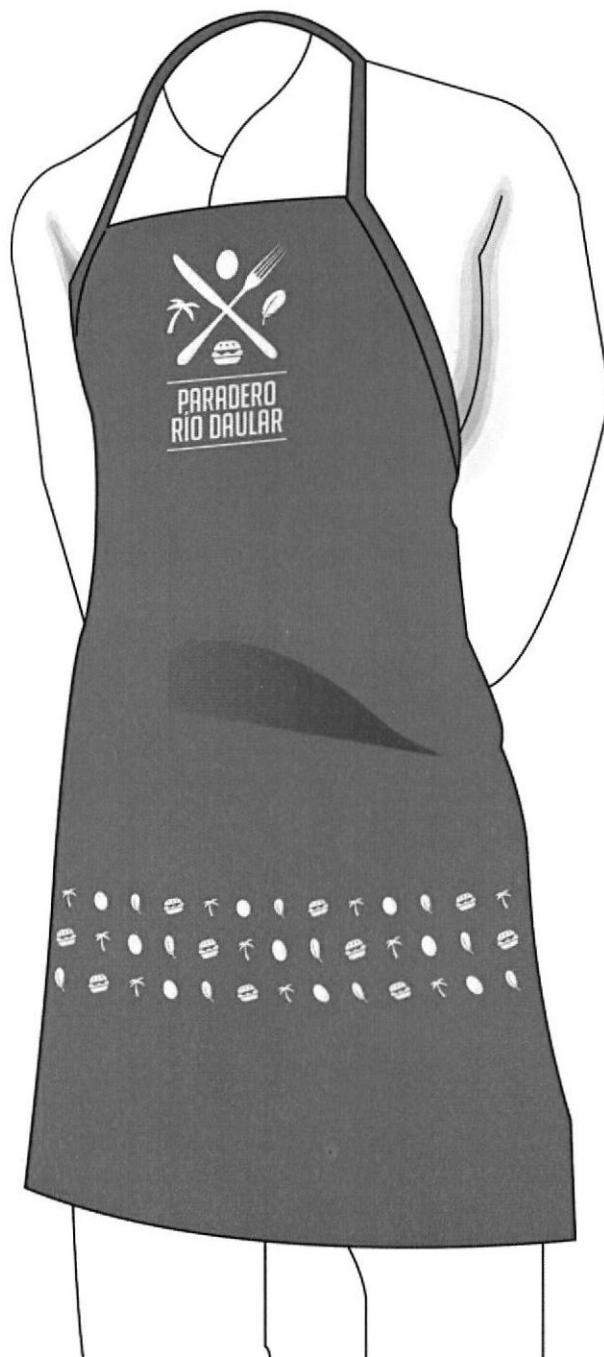


Figura 4-17.- Delantal

4.2.11.3 FUNDA DE PAPEL

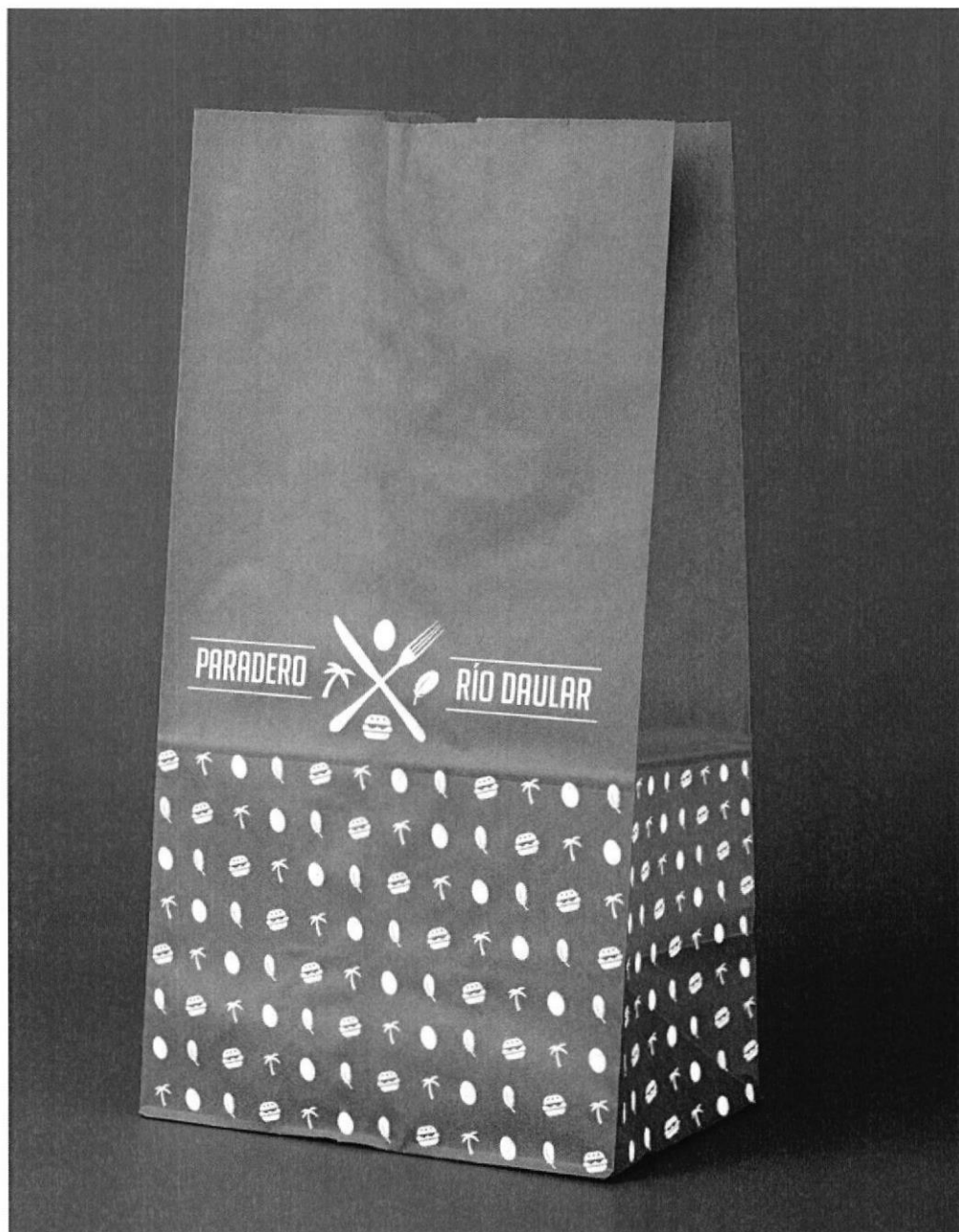


Figura 4-18.- Funda de Papel

4.2.11.4 PAPEL GRADO ALIMENTICIO PARA HAMBURGUESA



Figura 4-19.- Papel para hamburguesa.

4.2.11.5 PLATO

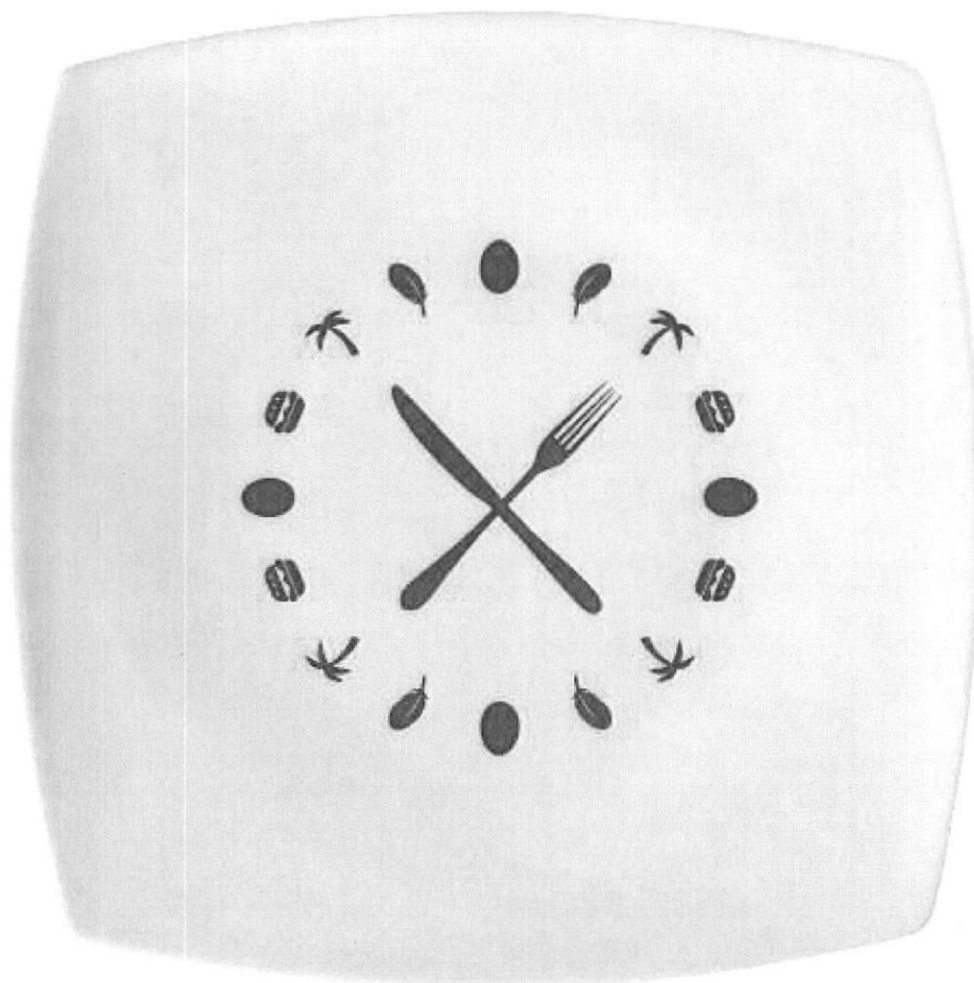


Figura 4-20.- Plato sublimado

4.2.11.6 MANTEL

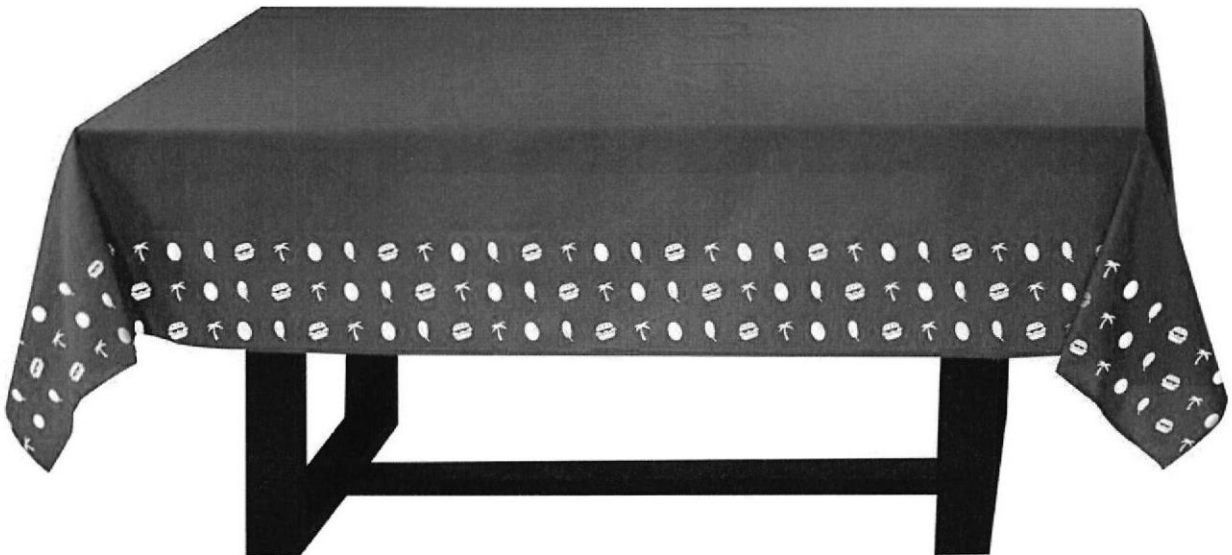


Figura 4-21.- Mantel serigrafiado

4.2.11.7 MENÚ A4

PARADERO  **RÍO DAULAR** **MENÚ**

<p>HAMBURGUESA DE AVESTRUZ \$ 4,99</p> 		<p>ARROZ, MENESTRA Y LOMO DE AVESTRUZ \$ 4,99</p>
<p>MINI PARRILLADA DE AVESTRUZ \$ 5,99</p> 		<p>LOMO DE AVESTRUZ CON ENSALADA \$ 4,99</p>
<p>LOMITO SALTADO DE AVESTRUZ \$ 4,99</p> 		<p>CHURRAZCO DE AVESTRUZ \$ 5,99</p>
<p>YAPINGACHO CON CHORIZO DE AVESTRUZ \$ 4,99</p> 		<p>SECO DE AVESTRUZ \$ 4,99</p>

 Kilometro 36 1/2 vía a la costa  hernandez.avestruz@gmail.com  0999101446

Figura 4-22.- Tiro de Menú A4

	SÁNDUCHE DE POLLO A LA PLANCHA	\$ 3,80
	HOT DOG DE AVESTRUZ	\$ 1,99
	TOSTADA DE JAMÓN	\$ 1,99
	SÁNDUCHE DE LOMO DE AVESTRUZ	\$ 4,99
	TORTILLA DE HUEVO CON CHORIZO DE AVESTRUZ Y QUESO	\$ 4,99
	PAPA RRELLENA CON CARNE DE AVESTRUZ	\$ 2,50
	EMPANADAS CON CARNE DE AVESTRUZ	\$ 1,60

JUGOS NATURALES

MARAÑÓN	MANGO	CEREZA
GUAYABA	CIRUELA	FRUTAS TROPICALES
SANDÍA	BADEA	PIÑA CON DURAZNO

📍 Kilometro 36 1/2 vía a la costa ✉ hernandez.avestruz@gmail.com 📞 0999101446

Figura 4-23.- Retiro Menú A4

4.2.11.8 MENÚ BOARD

 HAMBURGUESA DE AVESTRUZ \$ 4,99	 ARROZ, MENESTRA Y LOMO DE AVESTRUZ \$ 4,99	 CHURRASCO DE AVESTRUZ \$ 5,99	 SECO DE AVESTRUZ \$ 4,99	 MINI PARRILLADA DE AVESTRUZ \$ 5,99
 LOMITO SALTADO DE AVESTRUZ \$ 4,99	 LOMO DE AVESTRUZ CON ENSALADA \$ 4,99	 VAPINGACHO CON CHORIZO DE AVESTRUZ \$ 4,99	 EMPANADAS CON CARNE DE AVESTRUZ \$ 1,60	 PAPA RELLENA CON CARNE DE AVESTRUZ \$ 2,50
 SÁNDUCHE DE POLLO A LA PLANCHA \$ 3,80	 TOSTADA DE JAMÓN \$ 1,99	 SÁNDUCHE DE LOMO DE AVESTRUZ \$ 4,99	<p>JUGOS NATURALES \$ 2,00</p> <ul style="list-style-type: none"> FRUTAS TROPICALES MARañÓN CEREZA GUAYABA SANDIA PIÑA CON DUBAZZO MANGO CIRUELA BADEA 	
 HOT DOG DE AVESTRUZ \$ 1,99	 TORTILLA DE HUEVO CON CHORIZO DE AVESTRUZ Y QUESO \$ 4,99			

Figura 4-24.- Menú Board

4.2.11.9 BANNER DEL LOCAL



Figura 4-25.- Banner del local 'Paradero Río Daular'

4.2.11.10 BANNER LOCAL ECOCICLISTA



Figura 4-26.- Banner Punto Ecociclista.

4.2.11.11 PLANO LOCAL BICITRUZ

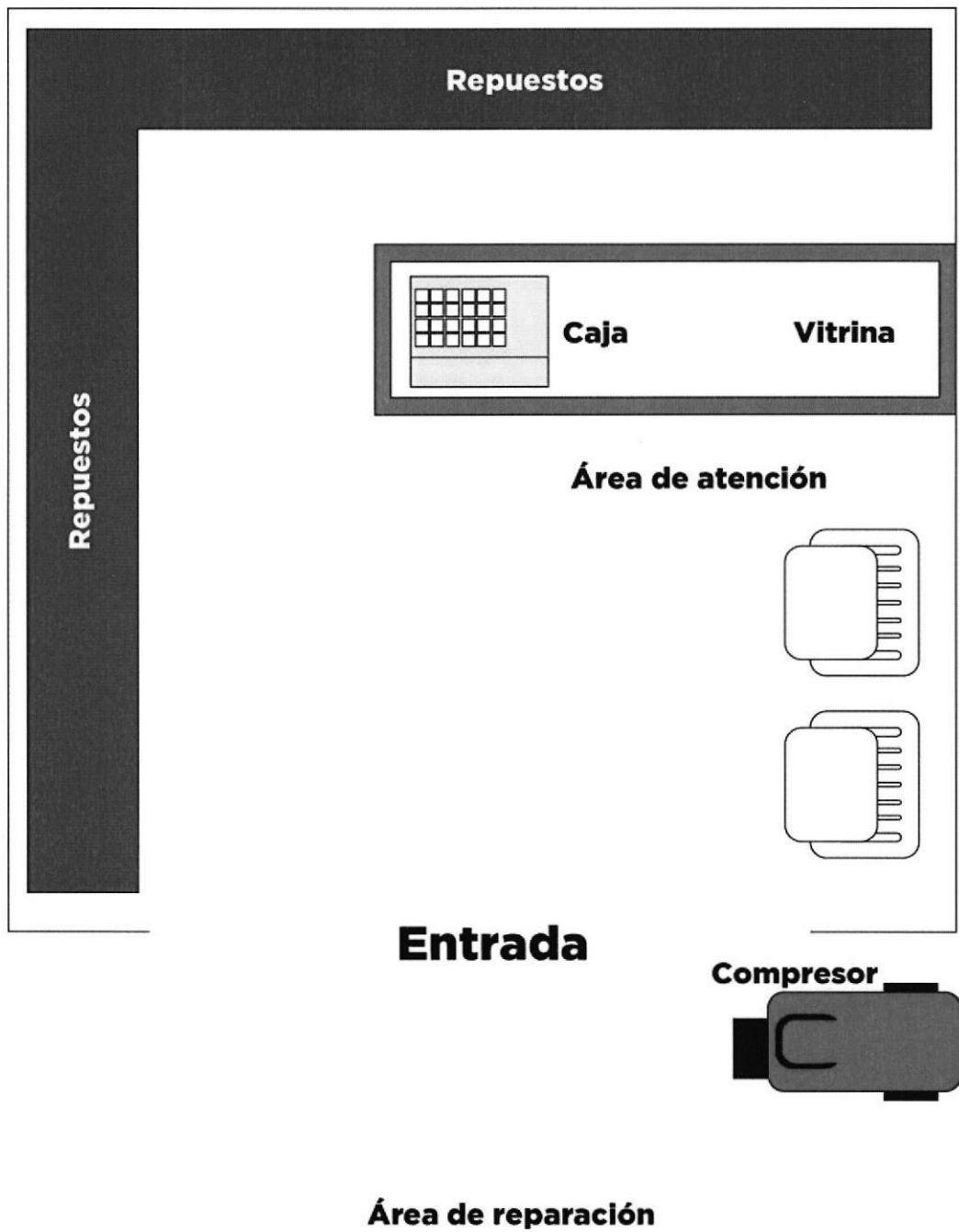


Figura 4-27.- Plano local BICITRUZ

4.2.11.12 CORRAL PARA AVESTRUCCES

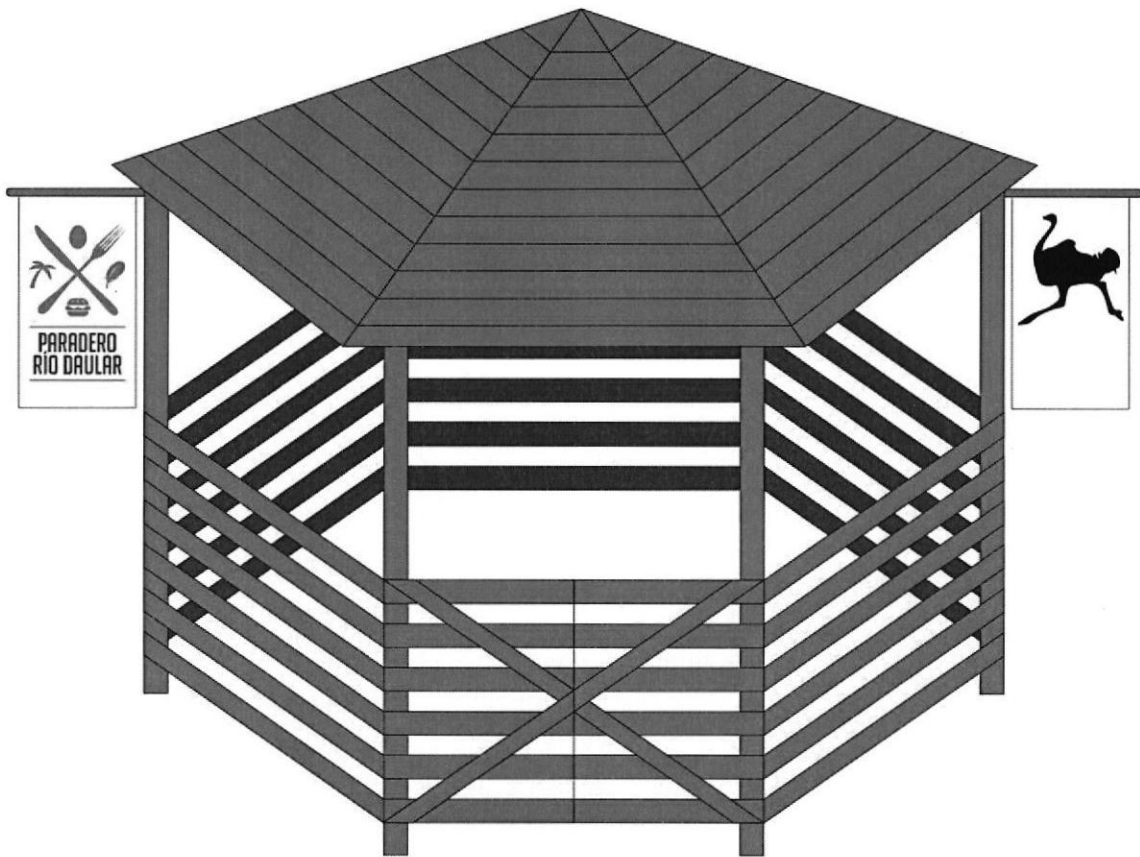


Figura 4-28.- Corral para avestruces.

4.2.11.13 RESBALADERA DE AVESTRUZ



Figura 4-29.- Resbaladera de avestruz.

4.2.11.14 AVISO INFORMATIVA - NUTRICIONAL

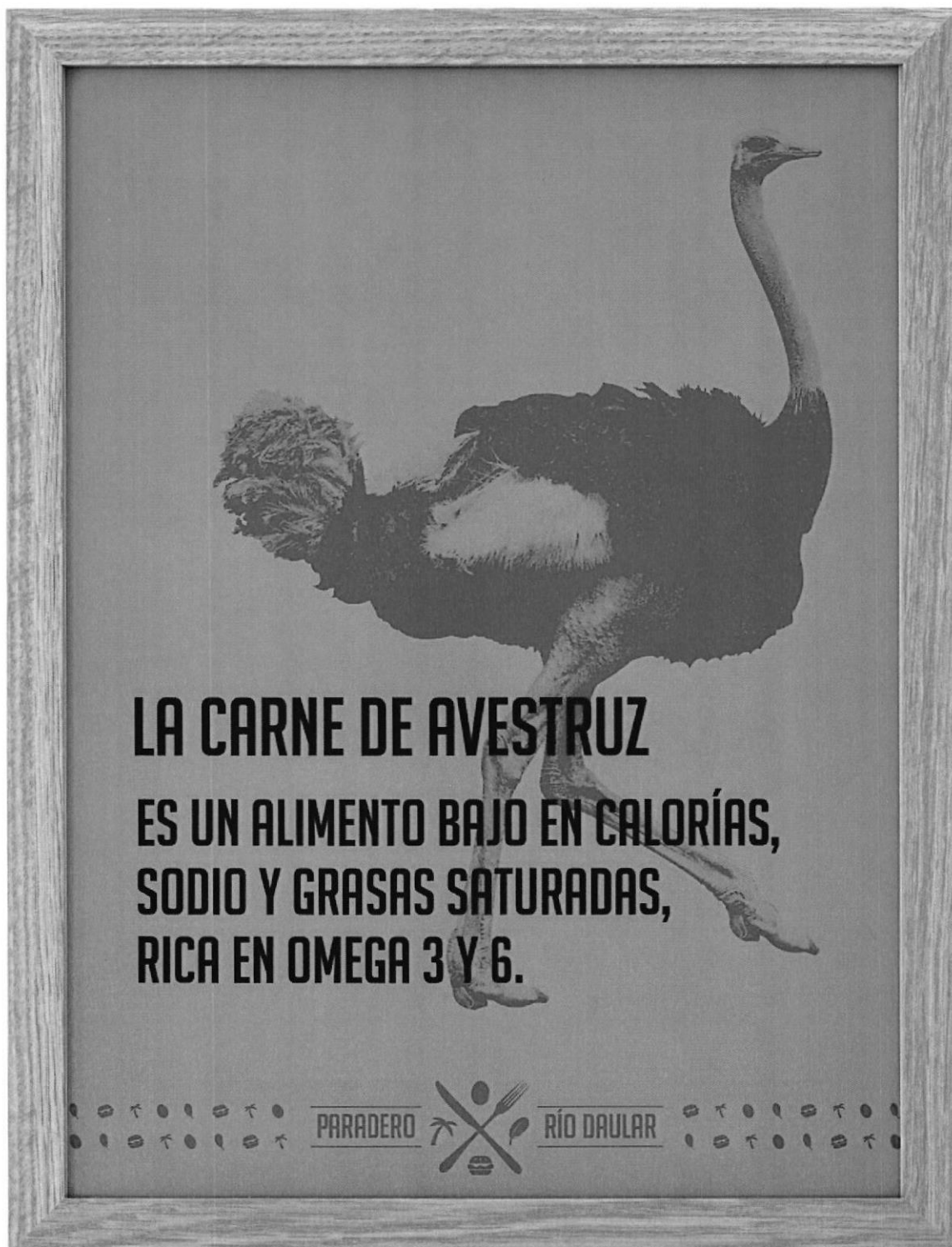


Figura 4-30.- Aviso Informativa – Nutricional.

4.2.11.15 AVISO PARA COMBOS



Figura 4-31.- Aviso para combos.

4.2.12 PUBLICIDAD

4.2.12.1 VALLA PUBLICITARIA KM 35 VÍA A LA COSTA



Figura 4-32.- Valla publicitaria Km 35 vía a la Costa.

4.2.12.2 ADHESIVOS PARA AUTOS



Figura 4-33.- Adhesivos para autos.



CAPÍTULO 5
ESTUDIO FINANCIERO

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS

5.1.1 COSTOS DE MATERIAL PUBLICITARIO

Los costos para llevar a cabo nuestra propuesta de cambio de imagen visual son los que se detallan a continuación:

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
100	Hoja Membretada	0.30	30.00
50	Carpeta institucional	3.30	165.00
100	Sobre Manila Papel Kraft	0.30	30.00
100	Tarjetas de Presentación	0.15	15.00
144	Stickers de vinyl para auto	0.14	20.00
5	Camiseta sublimada	15.00	75.00
5	Mandiles sublimados	10.00	50.00
10	Manteles sublimados	15.00	150.00
300	Fundas de papel con serigrafía	0.25	75.00
1	Papel parafinado caja de 20 kg.	60.00	60.00
10	Menús	2.50	25.00
200	Dípticos	0.25	50.00
1000	Volantes	0.08	80.00
8	Banners Decorativos	8.00	64.00
30	Platos Sublimados	9.00	270.00
2	Menú Boards sin luz	75.00	150.00
1	Valla Publicitaria (3meses)	4890.00	4890.00
Total de Material Publicitario			6199.00

Tabla 5-1.- Costo de Material Publicitario.

5.1.2 COSTOS DE RECURSOS HUMANOS

Para la realización de este proyecto de cambio de identidad visual se necesitará el siguiente equipo de trabajo para las labores indicadas durante 2 meses.

EQUIPO DE TRABAJO		Meses de Trabajo		SUB TOTAL
		1	2	
Director de Arte / Diseñador	1	800.00	800.00	1600.00
Director Creativo / Diseñador	1	800.00	800.00	1600.00
Total de Sueldos				3200.00

Tabla 5-2.- Costos de Recursos Humanos.

Para la atención al cliente en el local para ciclistas y ventas de artesanías elaboradas con huevos de avestruz se recomienda la contratación de 2 empleados.

Cargo	Sueldo
Atención al cliente "Ciclistas"	354.00
Atención al cliente "Artesanías"	354.00
Total de sueldos	708.00

Tabla 5-3.- Costo de Recursos Humanos - Atención al Cliente.

5.1.3 COSTOS DE REPUESTOS DE BICICLETA

Así mismo se deberá adquirir los siguientes artículos para poner a la venta en el local para ciclistas.

Bicicleta BMX

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
3	Cuadrante	33.00	99.00
6	Timón	6.00	36.00
6	Codo	3.00	18.00
6	Brazo para pedales	3.00	18.00
6	Catalina	3.40	20.40
6	Rache	3.50	21.00
6	cadena	5.50	33.00
6	Pedales	3.80	22.80
6	Aro	8.00	48.00
6	Trinche	8.30	49.80
24	Llanta	4.20	100.80
24	Tubo	2.50	60.00
6	Montura	5.00	30.00
6	Soporte de montura	2.20	13.20
6	Juego de frenos de plástico	3.80	22.80
6	Juego de frenos de aluminio	7.00	42.00
6	manubrios	3.00	18.00
Total de Repuestos			652.80

Tabla 5-4.- Costo de Repuestos de Bicicleta BMX.

Bicicleta de Montaña

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
3	Cuadrante	22.00	66.00
6	Timón	3.25	19.50
6	Codo	1.90	11.40
6	Brazo para pedales	4.50	27.00
6	Catalina	14.50	87.00
6	Rache	3.50	21.00
6	cadena	5.50	33.00
6	Pedales	3.80	22.80
6	Aro	12.70	76.20
6	Trinche	7.10	42.60
24	Llanta	5	120.00
24	Tubo	2.80	67.20
6	Montura	5.00	30.00
6	Soporte de montura	2.20	13.20
6	Juego de frenos de plástico	3.80	22.80
6	Juego de frenos de aluminio	7.00	42.00
6	manubrios	3.00	18.00
6	Pasa catalina	1.90	11.40
6	Tensor	1.60	9.60
Total de Repuestos			740.70

*Tabla 5-5.- Costo de Repuestos de Bicicleta de Montaña.***5.1.4 COSTOS DE EQUIPOS PARA REPARACIÓN DE BICICLETAS**

Además se deberá adquirir los siguientes implementos para brindar el servicio de reparación y/o mantenimiento de bicicletas.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10	Parches caja x 48	1.00	10.00
10	Pegamento para llanta	2.00	20.00
1	Compresor de aire	239.90	239.90
10	Manguera x 1mt.	2.89	28.90
8	Planchas de corcho 60 x 90	22.21	177.68
1	Juego de herramientas	69.90	69.90
1	Grasa	8.00	8.00
Total de Equipos			554.38

Tabla 5-6.- Costos de Equipos para Reparación de Bicicletas.

5.1.5 INVERSIÓN TOTAL A REALIZAR

Concepto	Costo
Material Publicitario	6199.00
Corral para avestruces estilo pérgola	7150.00
Resbaladera en forma de avestruz	2500.00
Repuestos de bicicleta BMX	652.80
Repuestos de bicicleta de Montaña	740.70
Equipos para reparación de bicicletas	554.38
Recursos Humanos	3908.00
Sub Total	21704.88
IVA 12%	2604.59
Total General	24309.47

Tabla 5-7.- Inversión Total a realizar.



CAPÍTULO 6
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

Para concluir con la propuesta detallamos los siguientes puntos:

- Según los resultados de las encuestas realizadas, se destaca que el punto débil actualmente del Paradero Río Daular es el desconocimiento de la existencia del mismo; es el motor de llevar a cabo este proyecto, pudiendo así renovar su identidad visual (junto a un manual de marca) con un estilo fácil de recordar para los turistas nacionales y extranjeros.
- El Paradero Río Daular cuenta con el interés de las personas para visitar su establecimiento a probar los platillos elaborados con carne de avestruz. Así mismo, les pareció un lugar de fácil acceso por su ubicación geográfica (vía a la Costa) y sin dejar de lado su atractivo como los avestruces que pueden ser admiradas por los visitantes. Por estas oportunidades el Paradero Río Daular alcanzaría su reconocimiento como un punto turístico-nutricional en la provincia del Guayas.
- Vale recalcar que la reciente construcción de la ciclovía ayudará a potencializar la afluencia de turistas aventureros al establecimiento. Con la creación del Punto Ecociclista ‘BICITRUZ’ se tendrá un espacio exclusivo para este nuevo público objetivo; que comprenderá de venta de accesorios y reparación para bicicletas. Un motivo más para promocionar este Paradero como un lugar de recarga para los ciclistas.
- Se conservó el nombre original del Paradero Río Daular por ser el nombre fundador del restaurante como pionero en la venta de hamburguesas con carne de avestruz en el Ecuador y por el cercano paso del río Daular por la zona.

- Para potenciar la imagen renovada del Paradero Río Daular, se propone utilizar los feriados como días estratégicos para entregar volantes promocionales del restaurante en las colas de automóviles que se generan antes del peaje de la vía a la Costa, para generar expectativa a las personas que transiten por la carretera antes de llegar al Paradero. En las encuestas se reflejó mayoritariamente, que las personas transitan la carretera Guayaquil-Salinas en los feriados, por lo que son grandes oportunidades para la visita de clientes al Paradero Río Daular en dichas temporadas.
- Se planeó una fuerte inversión para una valla publicitaria en el Km 35 vía a la Costa, punto estratégico por estar a un kilómetro y medio antes del Paradero Río Daular. En el diseño de la valla hay un mensaje importante que expresa: que lo turísticamente delicioso está a tan solo un 1 km de distancia de la valla. Un mensaje que llamará la atención para quienes transiten por la carretera vía a la costa.
- Para llamar la atención de las personas que viajen por la carretera Guayaquil-Salinas, se propone una resbaladera en forma de avestruz como atractivo temático alusivo a este animal; buscando conquistar a grandes y chicos para la visita al paradero.
- Se propuso un nuevo diseño para el corral de los avestruces. Un diseño mejorado y más llamativo para los visitantes que acuden al lugar, el cual está provisto de un techo para la protección de los avestruces del sol y el mal tiempo.

6.2 RECOMENDACIONES

Para finalizar con este proyecto de tesis se recomienda:

- Llevar a cabo esta propuesta para la renovación de la imagen visual del Paradero Río Daular no solo para beneficio de los clientes sino también para el propietario para así crear un nuevo punto turístico-nutricional en el Guayas.
- Además de ejecutar esta propuesta se recomienda no descuidar el mantenimiento del local, así como su aseo y la atención personalizada al consumidor para tener un cliente satisfecho y que regrese siempre.
- No dejar de lado el punto ecociclistas para poder abarcar este potencial público y brindarles ayuda en el momento que más lo necesiten.
- Seguir las normas del manual de marca propuesto para así contribuir al mejor desempeño del Paradero Río Daular.
- Incluir los Snacks típicos que tuvieron mayor votación en la encuesta en su menú, para así ofrecer opciones rápidas al viajero frecuente.
- No sobrepasar un número de 4 personas en la parte superior de la resbaladera, para evitar una sobrecarga y no incomodar a los usuarios que se encuentran en ese momento usando el tobogán.



ANEXOS

5) **¿Cree usted que existen suficientes puntos turísticos a lo largo de la carretera Guayaquil-Salinas (Ruta del Pescador)?**

Sí No

6) **¿Conoce usted sobre los beneficios de la carne de avestruz?**

Sí No Más o menos

7) **¿Si conociera la existencia de un restaurante de comida sana y nutritiva elaborada a base de carne de avestruz, lo visitaría?**

Sí No Tal vez

8) **¿Conoce usted al Paradero Río Daular?**

Sí No

Si su respuesta es No, ha finalizado la encuesta. ¡Muchas gracias!

9) **¿Alguna vez ha consumido algo en el Paradero Río Daular?**

Sí No

Si su respuesta es No, ha finalizado la encuesta. ¡Muchas gracias!

10) **¿Cree usted que el Paradero Río Daular sería un punto potencial turístico nutricional de la provincia del Guayas?**

Sí No Tal vez

11) **Además de la comida, ¿cuál de estas opciones le gustaría disfrutar durante su visita al Paradero Río Daular?**

Área de juegos infantiles

Mini zoológico de avestruces

Punto ecociclistas

Venta de artesanías derivadas del avestruz

Otros _____

*¡Muchas gracias
por su tiempo prestado!*

COTIZACIÓN

Guayaquil, 10 DE ENERO DEL 2015

Sr.
FREDDY LEON RUIZ
Ciudad.-

Cantidad	Descripción	Valor	TOTAL
1	HOJA A4 FULL COLOR.	\$0.80	\$0.80
1	SOBRE MANILA COLOR PAPEL.	\$0.30	\$0.30
1	CIENTO DE TARJETA DE PRESENTACION TIRO Y RETIRO	\$15.00	\$15.00
1	STIKER PARA AUTO DE VINIL 1X1 (INSTALACION \$15).	\$20.00	\$20.00
1	CAMISETAS SUBLIMINADA.	\$15.00	\$15.00
1	CAMISETAS POLO CAFÉ (LOGO BORDADO).	\$12.00	\$12.00
1	MILLAR DE DIPTICO TIRO Y RETIRO.	\$ 250	\$250
1	FUNDAS PLASTICAS CON SERIGRAFIA MENU EN A4 TIRO Y RETIRO EN CARTULINA Y EMPLASTICADO.	\$0.22	\$0.22
1	CREDENCIALES CON CORDON.	\$4.00	\$4.00
1	MENU BOARDS SIN LUZ VINIL	\$75.00	\$75.00
1	SOBRE PVC 250X50CM.	\$10.00	\$10.00
1	PLATOS SUBLIMINADOS.	\$80.00	\$80.00
1	MILLAR DE VOLANTES SOLO TIROFULL COLOR A5. BANERS DECORATIVO.	\$8.00	\$8.00
TOTAL			\$490.32

VALOR NO INCLUYE IVA

Atentamente
Ingrid Salazar

VIA PRINTO S.A.
CENTRO DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD

Dirección: Quisquis 1502 Y Tulcán (esq.) Tel: 2280010 Cel: 0997831178

Carmetavic S.A.

Victor Suntaxi
“Las manos que dan vida al metal”



Durán, 15 de Abril del 2015



ING.
FREDDY LEON
Ciudad.-

Por medio del presente pongo en su conocimiento el siguiente presupuesto por la fabricación e instalación de:



PERGOLA

Modelo solicitado

Medidas: D 10 m, 3 m.h.

Alternativa 1

Materiales:

- Pilares: Tubo cuadrado 150 x 3.5 mm
- Horizontales: Tubo rectangular 70 x 30 x 2 mm
- Plancha galvanizada 1/20
- Tubo cuadrado 2 x 2 mm
- Placas de 200 x 200 x 8 mm



COSTO: \$ 8,700.00



Alternativa 2

Materiales:

- Pilares: Tubo cuadrado 100 x 3 mm
- Horizontales: Tubo rectangular 50 x 25 x 2 mm
- Steel Panel 6 mm
- Tubo cuadrado 2 x 2 mm
- Placa 15 x 15 x 8 mm



COSTO: \$ 7,150.00

Acabado:

- Fondo uniprimer
- Masilla epóxica
- Acabado laca automotriz
- Un solo tono



EXHIBICIÓN Y VENTAS
Km 3 vía Durán - Tambo (frente a Crystal Chemical) • Telfs.: 2811225 - 2815522
Cel.: 092306392 - 091198047
WWW.CORP-SUNTAXI.COM



BIBLIOGRAFÍA

Diario El Universo, El Gran Guayaquil. Presidente Palacio inaugura vía Salinas-Guayaquil. Lunes 04/dic/2006

Diario El Universo, Noticias. Se acelera expansión comercial en Vía a la Costa. Jueves 07/nov/2013

Departamento de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas. Guía Turística de la Provincia del Guayas. 2012

Diario El Universo, La Revista. Paradas con sabor. Domingo 08/sep/2013

Holguín Orejuela, J. C., Viajando Ecuador. Carne de avestruz, un negocio que ‘alza vuelo’. Martes 23/feb/2010

Diario El Universo, Gran Guayaquil. Light, saludable y en porciones pequeñas. Jueves 25/oct/2012

www.manso.ec. Martes 08/jul/2014

Diario El Universo, La Revista. Dieta paleolítica. Domingo 06/jul/2014

Diario El Universo, Gran Guayaquil. Obesidad ya es enfermedad en norte de Guayaquil y se atribuye a alimentación. Martes 09/jul/2013

Diario El Comercio, Tendencias. ¿Por qué nos gusta tanto la comida rápida?. Viernes 10/ene/2014

www.ecuador.us/turismo.htm. Turismo del Ecuador. Sábado 05/abr/2014

<http://www.restaurantcorvel.com/turismo/detalles/el+turismo+sostenible+y+su+importancia>. Sábado 05/abr/2014

http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=67370&umt=plandetur_2020_fija_norte_del_turismo_en_ecuador. Sábado 17/ene/2015

Ministerio de Turismo. La experiencia turística en el Ecuador. Sábado 05/abr/2014

Ministerio de Turismo. Principales indicadores de Turismo Febrero 2014. Sábado 05/abr/2014

Diario El Comercio, Actualidad. Más extranjeros llegan a Ecuador en enero, junio, julio y diciembre. Viernes 28/mar/2014

www.viajandox.com/guayas.htm. Provincia Guayas. Sábado 05/abr/2014

www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas. Rutas Turísticas del Guayas. Sábado 05/abr/2014

www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-pescador. Ruta del Pescador. Sábado 05/abr/2014

Calero Garcés, J., Ecuador a colores. Fue inaugurada la ciclovía hacia la Costa. Domingo 16/feb/2014

González, P. & Toller, N. (2006). Clasificación del turismo según el motivo. Sábado 17/ene/2015 desde <http://www.monografias.com/trabajos34/clasificacion-turismo/clasificacion-turismo.shtml>

damisela.com/zoo/ave/ratities/avestruz/. El Avestruz. Sábado 05/abr/2014

maizysoya.com/produccion-de-avestruz-crece-en-ecuador/. Producción de avestruz crece en Ecuador. Sábado 05/abr/2014

maizysoya.com/carne-de-avestruz-para-proteger-al-organismo/. Carne de avestruz: para proteger al organismo. Sábado 05/abr/2014.

www.saludactual.cl/news/los_beneficios_de_consumir_carne_de_avestruz.php. Los beneficios de consumir carne de Avestruz. Sábado 05/abr/2014.

www.saludybuenosalimentos.es/alimentos/?s1=Carnes&s2=Aves&s3=Avestruz. Clasificación y propiedades del Avestruz. Sábado 05/abr/2014

www.avestrulandia.com/productos.html. Productos. Sábado 05/abr/2014

Guerrero, C. (2012). Turismo Ecológico. Sábado 05/abr/2014 desde <http://turismodeaventura1704.blogspot.com/2012/11/turismo-ecologico.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico. Sábado 17/ene/2015

http://es.wikipedia.org/wiki/Nutrici%C3%B3n#Historia_de_la_nutrici.C3.B3n. Sábado 17/ene/2015

Pastén Cordovez, F. (2008). Tipos de investigación: Investigación exploratoria. Metodología de la Investigación Social, p.p. 66-67

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html. Sábado 05/abr/2014