



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: PROPUESTA DE UN PROCESO DE CADENA PRODUCTIVA
PARA COMEDORES COMUNITARIOS DENTRO DE LOS
COLECTIVOS QUE DESARROLLAN TURISMO LOCAL EN EL
CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR**

**AUTORAS: EVELYN CAROLINA ANDRADE SORIA
MARÍA ALEXANDRA TAPIA GARCÍA**

**DIRECTOR: ING. GEOVANY ACOSTA
CODIRECTOR: LIC. ISMAEL GUANOLUISA**

LATACUNGA

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICADO

Ing. Geovany Acosta F.

Lic. Ismael Guanoluisa

CERTIFICAN:

Que el trabajo denominado **“PROPUESTA DE UN PROCESO DE CADENA PRODUCTIVA PARA COMEDORES COMUNITARIOS DENTRO DE LOS COLECTIVOS QUE DESARROLLAN TURISMO LOCAL EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR”** realizado por las Srtas. Evelyn Carolina Andrade Soria y María Alexandra Tapia García ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido que la presente investigación ha sido guiada y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPEL, recomendamos su publicación, ya que constituye un trabajo de excelente contenido científico que cooperará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizamos a las Srtas. Evelyn Carolina Andrade Soria y María Alexandra Tapia García que lo entregue al Ing. Geovany Acosta, en su calidad de Director de la Carrera.

Latacunga, junio de 2015

Ing. Geovany Acosta
DIRECTOR

Lic. Ismael Guanoluisa
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

NOSOTRAS: EVELYN CAROLINA ANDRADE SORIA,
MARÍA ALEXANDRA TAPIA GARCÍA

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado **“PROPUESTA DE UN PROCESO DE CADENA PRODUCTIVA PARA COMEDORES COMUNITARIOS DENTRO DE LOS COLECTIVOS QUE DESARROLLAN TURISMO LOCAL EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR”**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, junio del 2015

Evelyn Carolina Andrade Soria
C.C.: 0503632291

María Alexandra Tapia García
C.C.: 0503174567

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

**NOSOTRAS: EVELYN CAROLINA ANDRADE SORIA,
MARÍA ALEXANDRA TAPIA GARCÍA**

Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución el trabajo denominado **“PROPUESTA DE UN PROCESO DE CADENA PRODUCTIVA PARA COMEDORES COMUNITARIOS DENTRO DE LOS COLECTIVOS QUE DESARROLLAN TURISMO LOCAL EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR”**, en el que se encuentran contenido, ideas y criterios que ha desarrollado bajo nuestra exclusiva responsabilidad y autoría

Latacunga, junio de 2015

Evelyn Carolina Andrade Soria

C.C.: 0503632291

María Alexandra Tapia García

C.C.: 0503174567

DEDICATORIA

Este documento va en dedicado a las personas que me han acompañado durante todo este tiempo, aquellas personas que han sido un pilar fundamental para que cumpla este objetivo más en la vida.

A mis madres (Mami Rosita, Tía Laura y a mi viejita querida Mama Piedad) que me han apoyado y han guiado mis pasos y que jamás a pesar de mis errores, nunca me han abandonado. Sin su amor y su cariño no sería la persona que soy

A Papá Enrique, mi abuelito querido que desde pequeña a cuidado de mí, a mis hermanos Bryan y Anthony que son mi orgullo y mi fuerza y a mi padre Manuel que a pesar de toda diferencia y dificultad seguimos unidos...

A mi abuelita Elvia, mis queridos tíos Wili y Marcelo, a que desde el cielo sé que me cuidan y protegen mis pasos.

Carolina

DEDICATORIA

Este documento va en memoria de las personas que me han acompañado durante toda esta travesía, siendo pilares fundamentales aquellas personas que ya no están conmigo y que siempre les llevare en mi corazón. ; En especial a la Srta. María Fernanda Tapia García y al Sr. Lic. Hernán Tapia Viteri.

A las personas que llegaron en el momento preciso para ser fuerza y seguir en el camino, aquellos que día tras día me llenan de alegría.

A la persona que ha estado junto a mí en los buenos y malos momentos a esa persona que le debo todo lo que fui, lo que soy, y lo que llegaré a ser Mami

A mis hermanas en especial a Carmita porque me ha dado la fuerza que me ha llevado a donde estoy y que a pesar de mi cansancio siempre ha estado ahí para darme su aliento para seguir adelante.

A vos que a pesar que ya no estés aquí has sido la causa para terminar y hacer todo esto, sé que siempre me cuidas y al final es por vos todo esto

Te amo Fer...

A todas esas personas que vieron en mí un potencial para desarrollar y guiaron mis pasos durante todo este tiempo y me ayudaron hacer mejor persona.

Alexandra

AGRADECIMIENTO

Gracias a todas esas personas que siempre han estado junto a mí para no desmayar en esta travesía, aquellas que me han dado su aliento para continuar. Mi agradecimiento a toda mi familia y amigos.

Gracias a mis estimados profesores por su apoyo en especial al Ing. Geovany Acosta que con paciencia nos ha encaminado para culminar este proyecto y que ha sido nuestro guía en toda la carrera.

Gracias a mi compañera, amiga y hermana Alexandra por estar siempre en todo momento malo o bueno. Por empujarme y ayudarme a superar obstáculos y a seguir adelante

Gracias a todos los que formaron parte de este logro.

Carolina

AGRADECIMIENTO

Muchas gracias a todas las personas que han estado durante todo este tiempo, madre, hermanas, sobrinos, sobrinos nietos, familia en general, a los amigos que se han formado, a mis profesores que de todos he aprendido varias cosas.

Y sobre todo aquellas personas que no creyeron en mí porque son las quemadas me has ayudado para seguir aquí.

Agradezco de todo corazón a mi amiga Carola que siempre ha estado en mis buenos y malos momentos, no me alcanzara la vida para agradecerte amiga mía....

Y a esas personas que sin saber lograron que este proyecto se pueda culminar y se lleve a cabo.

Un especial agradecimiento a la persona que desde el 2012 ha estado ahí en las buenas y en las malas, ha sido una guía y apoyo; que sin el esfuerzo, la dedicación y la perseverancia no se hubiese podido terminar este proyecto. Ing. Acosta de verdad muchas gracias por la confianza durante todo este tiempo

Alexandra

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
CERTIFICADO	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiviii
INDICE DE CUADROS.....	xx
RESUMEN	xxi
ABSTRACT	xxii
GENERALIDADES.....	xxiii
TEMA	xxiii
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	xxiii
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	xxiii
PROYECTOS RELACIONADOS	xxiv
OBJETIVOS	xxiv
HIPÓTESIS	xxv
VARIABLES	xxv
CAPÍTULO I	
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1. Marco teórico	1
1.1. Cadenas productivas y de valor.....	1
1.1.1. Metodología de cadenas productivas y de valor	5
a Diagnóstico de la cadena productiva de alimentos & bebidas	6
b Investigación de mercados	6

c	Diseño de productos de la cadena para comedores comunitarios	6
1.2.	Servicio de A&B en comedores comunitarios	7
1.2.1.	Servicio	7
1.2.2.	Comedor	7
1.2.3.	Sector comunitario	8
1.3.	Turismo local	8
1.3.1.	Turismo comunitario	9

CAPÍTULO II

	DIAGNÓSTICO.....	14
2.	Diagnóstico de la cadena productiva de alimentos & bebidas	14
2.1.	Línea base de la Parroquia Salinas	14
2.1.1.	Componente físico.....	14
a	Fisiografía	14
b	Clima	16
c	Hidrología	17
d	Agricultura y ganadería.....	17
2.1.2.	Componente social	17
a	Población.....	17
b	Población económicamente activa	18
c	Educación.....	18
d	Vivienda	19
2.1.3.	Componentes turísticos	20
a	Atractivos turísticos.....	20
b	Actividades turísticas	23
c	Planta de Alimentos y Bebidas en la Parroquia Salinas	23
d	Información actual de establecimientos de Alimentos y Bebidas en la Parroquia Salinas.....	25
e	Actividades y productos del sector Parroquia Salinas.....	28
f	Disponibilidad turística, infraestructura y accesos.....	29

g	Emprendimientos empresariales en Salinas	29
2.2.	Línea base de la Parroquia Guanujo.....	32
2.2.1.	Componente físico.....	32
a	Fisiografía	32
b	Clima	32
c	Hidrología	32
d	Agricultura y ganadería.....	32
2.2.2.	Componente social	33
a	Población.....	33
b	Población económicamente activa	34
c	Educación.....	35
2.2.3.	Componentes turísticos	35
a	Atractivos turísticos.....	35
b	Actividades turísticas	37
c	Planta de Alimentos y Bebidas en la Parroquia Guanujo.....	37
d	Estado de las instalaciones de alimentos y bebidas.....	39
e	Disponibilidad turística, infraestructura y accesos.....	41
f	Actividades y productos del sector Parroquia Guanujo	42
g	Organizaciones	42
h	Promoción y comercialización	43

CAPÍTULO III

DEMANDA	44	
3.1.	Análisis de la demanda.....	44
3.1.1.	Motivaciones para el turismo comunitario.....	45
3.2.	Total de visitantes en el Ecuador 2014.....	46
3.3.	Recursos y atractivos turísticos en el sector	47
3.4.	Perfil del visitante.....	50
3.5.	Beneficios del turismo comunitario	50
3.5.1.	Productos de turismo comunitario que se ofrecen en Ecuador.....	51

3.6.	Investigación de mercado.....	53
3.6.1.	Propósito de la Investigación	53
3.6.2.	Determinación metodológica	54
3.6.3.	Tamaño de la muestra	55
3.6.4.	Análisis e Interpretación de datos	57
3.6.5.	Análisis e Interpretación de la entrevista	83

CAPÍTULO IV

PROPUESTA	85	
4.	Cadena productiva.....	85
4.1.	Enfoque estratégico.....	85
4.2.	Red de alimentos & bebidas.....	87
4.2.1.	Caso salinas.....	87
4.2.2.	En el caso Guanaju.....	88
a	Actores de la red de alimentos y bebidas	90
4.3.	Análisis estratégico	92
4.3.1.	Objetivos	92
a	Objetivo general	92
b	Objetivos específicos.....	92
4.3.2.	Misión y Visión.....	93
a	Misión	93
b	Visión	93
4.4.	Análisis FODA.....	93
4.4.1.	Caso salinas	93
4.4.2.	Caso guanaju.....	94
4.5.	Análisis del entorno competitivo.....	95
4.5.1.	Análisis de involucrados	95
a	Lista y mapeo de actores involucrados.....	95
b	Evaluación de importancia de cada involucrado y su relativo poder/influencia.....	100

c	Caracterizar a los involucrados.	105
d	Control de Involucrados y elaboración de estrategias para intervenciones	107
4.6.	Proceso de cadena productiva	112
4.6.1.	Articulación institucional, seguimiento y apoyo	114
4.6.2.	Determinar una imagen para el servicio de alimentos y bebidas de los colectivos que desarrollan turismo comunitario.....	115
4.6.3.	Determinar los protocolos para el servicio de alimentos y bebidas de los colectivos que desarrollan turismo comunitario.....	115
4.6.4.	Establecer un plan de menú general la oferta gastronómica de Salinas y Guanujo	115
4.6.5.	Caracterizar el circuito para la Parroquia Salinas y Guanujo del cantón Guaranda.	116
4.6.6.	Mercado.....	116
4.6.7.	Articulación en el desarrollo de la red de comedores y mercado.	116
4.7.	Propuesta estratégica	116
4.7.1.	Líneas y productos	117
a	Imagen.....	117
b	Recetas estándar	117
c	Protocolos en el servicio	132
d	Circuitos gastronómicos.....	135
e	Directrices y políticas para la participación	140
f	Buenas prácticas y producción.....	142
g	Políticas de inclusión integral	142
h	Reglas para la distribución de beneficios económicos	144
i	Parámetros para la elección de participantes de la red	144
j	Perfil de los integrantes de la red de servicios de A&B	147

CAPÍTULO V

	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	149
5.1.	Conclusiones	149
5.2.	Recomendaciones.....	149

BIBLIOGRAFÍA:	150
ANEXOS:	153
ANEXO A	Encuesta
ANEXO B	Entrevista
ANEXO C	Logotipo de la red de A&B
ANEXO D	Recetas Estándar
ANEXO E	Circuito Turístico

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1	Aspectos que se desarrollan dentro de cadenas productivas y cadenas de valor.....	2
Tabla 1.2	Ejes del turismo comunitario.....	10
Tabla 1.3	Comunidades registradas.....	11
Tabla 2.1	Tipos de clima	16
Tabla 2.2	Atractivos Naturales de la Parroquia Salinas	21
Tabla 2.3	Atractivos Culturales de la Parroquia Salinas	22
Tabla 2.4	Establecimiento de Alimentos & bebidas en la parroquia Salinas	24
Tabla 2.5	Check list Establecimientos de A&B	26
Tabla 2.6	Organigrama del Corporación del Gruppo Salinas	30
Tabla 2.7	Emprendimientos privados.....	31
Tabla 2.8	Atractivos Naturales de la Parroquia Guanujo	36
Tabla 2.9	Atractivos culturales de la Parroquia Guanujo.....	36
Tabla 2.10	Establecimiento de Alimentos & bebidas en la parroquia Guanujo.....	37
Tabla 2.11	Check list Establecimientos de A&B	39
Tabla 2.12	Emprendimientos	43
Tabla 3.1	Líneas y productos mayormente usados.....	49
Tabla 3.2	Líneas y productos mayormente usados.....	52
Tabla 4.1	Análisis FODA en la parroquia Salinas	93
Tabla 4.2	Análisis FODA en la parroquia Guanujo	94
Tabla 4.3	Lista y Mapeo de Actores Involucrados.....	95
Tabla 4.4	Lista y Mapeo de Actores Involucrados.....	98
Tabla 4.5	Evaluación de importancia.....	100
Tabla 4.6	Evaluación de importancia.....	103
Tabla 4.7	Caracterización de involucrados	105
Tabla 4.8	Caracterización de involucrados	106
Tabla 4.9	Intervenciones	108

Tabla 4.10	Intervenciones	109
Tabla 4.11	Intervenciones	111
Tabla 4.11	Receta N° 1	117
Tabla 4.12	Receta N° 2	118
Tabla 4.13	Receta N° 3	118
Tabla 4.14	Receta N° 4	119
Tabla 4.15	Receta N° 5	119
Tabla 4.16	Receta N° 6	120
Tabla 4. 17	Receta N° 7	120
Tabla 4. 18	Receta N° 8	121
Tabla 4.19	Receta N° 9	122
Tabla 4.20	Receta N° 10	123
Tabla 4. 21	Receta N° 11	123
Tabla 4. 22	Receta N° 12	124
Tabla 4.23	Receta N° 13	125
Tabla 4.24	Receta N° 14	126
Tabla 4.25	Receta N° 15	126
Tabla 4.26	Receta N° 16	127
Tabla 4. 27	Receta N° 17	127
Tabla 4. 28	Receta N° 18	128
Tabla 4.29	Receta N° 19	129
Tabla 4.30	Receta N° 20	129
Tabla 4.31	Receta N° 21	130
Tabla 4.32	Receta N° 22	130
Tabla 4.33	Receta N° 23	131
Tabla 4.34	Receta N° 24	131
Tabla 4.35	Servicio en el área de Cocina	132

Tabla 4.36	Servicio en el área de Cocina	133
Tabla 4.37	Servicio en el Área del Restaurante	134
Tabla 4.38	Servicio en el área de Restaurante.....	135
Tabla 4.39	Circuito N° 1	136
Tabla 4.40	Circuito N° 2	137
Tabla 4.41	Circuito N° 3	139
Tabla 4.42	Circuito N° 4	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1	Población económicamente activa	18
Figura 2.2	Tipo de Vivienda.....	20
Figura 2.3	PEA POR SEXO	34
Figura 3.1	Llegada de extranjeros al Ecuador	46
Figura 3.2	Sexo.....	57
Figura 3.3	Edad.....	59
Figura 3.4	Tipo de establecimiento visitado.....	60
Figura 3.5	Criterio de Calificación de los establecimiento de A&B	61
Figura 3.6	Criterio de Calificación de los establecimiento de A&B	63
Figura 3.7	Protocolos Cumplidos	64
Figura 3.8	Presentación de la oferta gastronómica	66
Figura 3.9	Variedad en la oferta	67
Figura 3.10	Calidad en la oferta	69
Figura 3.11	Aspectos dentro del servicio	70
Figura 3.12	Variedad en la oferta	72
Figura 3.13	Imagen en los establecimientos.....	73
Figura 3.14	Tipo de alimentación.....	75
Figura 3.15	Planificación de Menú.....	76
Figura 3.16	Redes de Cooperación.....	78
Figura 3.17	Organización de la oferta	79
Figura 3.18	Red Comunitaria	80
Figura 3-19	Elección de Productos	81
Figura 4.1	Logotipo de la Red de A&B.....	86
Figura 4.2	Estructura organizacional Salinas	88
Figura 4.3	Estructura organizacional Guanujo	89

Figura 4.4	Actores directos e indirectos Salinas.....	96
Figura 4.5	Actores directos e indirectos Guanajuato.....	98
Figura 4.6	Mapeo (Importancia/poder/riesgo de los involucrados).....	101
Figura 4.7	Involucrados importancia/poder/riesgo.....	101
Figura 4.8	Mapeo (Importancia/poder/riesgo de los involucrados).....	103
Figura 4.9	Importancia/poder/riesgo de los involucrados	107
Figura 4.10	Proceso de cadena productiva	114

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1	Establecimientos educativos por zonas	19
Cuadro 2.2	Población de la parroquia Guanujo	33
Cuadro 2.3	Establecimientos educativos	35
Cuadro 3.1	Llegada de extranjeros al Ecuador	46
Cuadro 3.2	Principales mercados turísticos al Ecuador	47
Cuadro 3.3	Registro de visitantes	55
Cuadro 3.4	Sexo.....	57
Cuadro 3.5	Edad.....	58
Cuadro 3.6	Pregunta N°1	60
Cuadro 3.7	Pregunta N° 2	61
Cuadro 3.8	Pregunta N° 3	62
Cuadro 3.9	Pregunta N° 4	64
Cuadro 3.10	Pregunta N° 5	65
Cuadro 3.11	Pregunta N° 6	67
Cuadro 3.12	Pregunta N° 7	68
Cuadro 3.13	Pregunta N° 8	70
Cuadro 3.14	Pregunta N° 9	71
Cuadro 3.15	Pregunta N° 10	73
Cuadro 3.16	Pregunta N° 11	74
Cuadro 3.17	Pregunta N° 12	76
Cuadro 3.18	Pregunta N° 13	77
Cuadro 3.19	Pregunta N° 14	79
Cuadro 3.20	Pregunta N° 15	80
Cuadro 3.21	Pregunta N° 16	81

RESUMEN

El presente proyecto pretende generar una un proceso de cadena productiva a través de una red de alimentos y bebidas en los colectivos que desarrollan turismo local en la Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda. Los colectivos de estudio son la parroquia Salinas y la parroquia Guanujo donde se proponer formar una red de alimentos y bebidas con los restaurantes existentes en ambos lugares, esta red tiene por objetivo dinamizar la oferta de alimentos y bebidas y a la vez a través de un circuito gastronómico, hacer partícipes a todos los actores, directos e indirectos, para lograr alcanzar uno de los objetivos del turismo comunitario, la economía solidaria con cada uno de los actores. A demás se pretende con la presente investigación mejorar el servicio dentro de los miembros que ofertan alimentos y bebidas en cada sector implementando recetas estándar propias de la zona.

PALABRAS CLAVE

- **CADENA PRODUCTIVA**
- **CIRCUITO GASTRONÓMICO**
- **TURISMO COMUNITARIO**
- **PARROQUIA SALINAS**
- **PARROQUIA GUANUJO**

ABSTRACT

This project aims to generate a process of supply chain through a network of food and beverage in the groups that develop local tourism in the province of Bolivar, Guaranda City. Study groups are the Salinas and Guanujo where it proposed to form a network of food and beverage with the restaurants in both places, this network aims to boost the offer food and drinks and at the same time through a gourmet, do circuit involved all actors, direct and indirect, to achieve one of the objectives of community-based tourism, economy of solidarity with each of the actors. Others is intended to present research improve service within members that offer food and drinks in each sector implementing standard recipes typical of the area.

KEY WORDS

- **SUPPLY CHAIN**
- **GASTRONOMIC CIRCUIT**
- **COMMUNITY TOURISM**
- **SALINAS**
- **GUANUJO**

GENERALIDADES

a) TEMA

“Propuesta de un proceso de cadena productiva para comedores comunitarios dentro de los colectivos que desarrollan turismo local en el cantón Guaranda provincia de Bolívar”

b) PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las principales dificultades que presenta el área de influencia a la que se enfoca el proyecto, en este caso la Parroquia Salinas, Cantón Guaranda Provincia de Bolívar es lograr que la población desarrolle un turismo que resulte sostenible tanto en lo económico como en lo natural y a la vez integrar a todos los miembros de los colectivos ya que no todos están involucrados en el desarrollo turístico.

Debido a la necesidad existente de desarrollar un turismo sostenible en lo económico y natural se propone una Cadena Productiva que ayude al aprovechamiento de los recursos y mejorará la competitividad de los productos existentes y la aplicación de comedores comunitarios servirán como canales de distribución y comercialización de productos que partan de las cadenas. De esta forma se permitirá mejorar las condiciones económicas en los actores directos del comedor comunitario e integrar a la comunidad para tener mejor aceptación de los turistas.

c) JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El propósito del proyecto es generar crecientes oportunidades para alcanzar una mejor calidad de vida y bienestar social, además de aprovechar los recursos existentes en la zona, construyendo al futuro a partir de una activa y organizada participación ciudadana en las decisiones que les afecta.

Dentro de las comunidades de la Parroquia Salinas las actividades económicas que realizan son: las actividades agrarias en las cuales existe producción en pequeños huertos de papas, habas, productos que se generan en la zona, los cuales están destinados más para consumo local, y no para su comercialización en el mercado nacional, y en la actividad ganadera se dedican a mejorar las razas, obtención de materia prima que está destinada para comercializarlas dentro de los emprendimientos de las microempresas.

Gran parte de los miembros de la comunidad se dedican a la actividad de las microempresas, en su gran mayoría como trabajadores y los demás entregan materia prima para los diferentes emprendimientos dentro de las comunidades como son: leche, hongos, plantas medicinales, etc.

d) PROYECTOS RELACIONADOS

En la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga no existen proyectos relacionados

e) OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponerla creación de una Cadena Productiva para comedores comunitarios dentro de los colectivos que desarrollan Turismo local en el cantón Guaranda Provincia de Bolívar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el marco teórico y conceptual que fundamente la investigación.
- Realizar el diagnóstico de la situación actual del turismo comunitario en el cantón Guaranda.
- Efectuar el análisis de mercado a los actores involucrados en el turismo comunitario del catón Guaranda.

- Proponer la cadena productiva para comedores comunitarios y su sociabilización en los colectivos que desarrollan turismo local en el catón Guaranda
- Desarrollar las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

f) HIPÓTESIS

La propuesta de procesos de una cadena productiva permitirá mejor las condiciones económicas en los actores directos del comedor comunitario y tener la aceptación de los turistas.

g) VARIABLES

- **Variable independiente (Causa)**

Cadena Productiva y Comedor Comunitario

- **Variable dependiente (efecto)**

Mejora las condiciones económicas y aceptación de los turistas.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. Marco teórico

El desarrollo de este estudio requiere del tratamiento de tres ejes temáticos:

- Cadenas Productivas y de Valor
- Servicio de A&B en Comedores Comunitarios
- Turismo Local

1.1. Cadenas productivas y de valor

Para empezar con el tema de la investigación es necesario tener claro el concepto de la terminología que se describirá durante todo el estudio es por eso que a continuación se describirá cada uno de los términos.

Entendiéndose que una cadena productiva de valor está orientada a coordinar estructuras, su objetivo es mantener la competitividad entre los sectores y subsectores, para el sector privado su objetivo es mantener la competitividad y para el sector público intentar la inclusión de otras cadenas para redistribuir sus ganancias.

Para (Riisgaard, Bolwing, Ponte, Toit, & Matose, 2010) el uso y análisis del término cadena productiva y de valor ha sido usado con un enfoque "vertical" que establece las relaciones entre compradores y proveedores y a la vez mira el movimiento de un bien o servicio del productor al consumidor.

Una de las características más importantes dentro de la cadena es que existe al menos un nivel de confianza entre los integrantes de estas cadenas, permitiendo que cada uno confíe en el otro, en el desarrollo de sus funciones, y alcanzar metas que de forma individual no se podrían alcanzar, existe una cantidad importante de

definiciones del concepto de cadena de valor. Su desarrollo eventualmente se ha dado durante varias décadas.

Según la Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor (Fundación CODESPA, 2011) menciona que las cadenas productivas o cadenas de producción existen en todas partes, pero no siempre bajo un enfoque de cadena de valor. Este último constituye un marco de análisis integral orientado a mejorar la competitividad y equidad en las cadenas productivas. Analiza el contexto, los actores (el rol que juegan y sus relaciones), los puntos críticos así como las principales barreras de participación, acceso a servicios de apoyo y recursos por parte de personas en riesgo de exclusión. A partir de ahí, se diseña una estrategia o plan de acción con el que se busca añadir un valor económico y social sostenible para las personas que forman parte de la cadena.

Es por esto que para una mejor interpretación, en el cuadro 1 se detalla los aspectos que se desarrollan dentro de las cadenas productivas y cadenas de valor:

Tabla 1.1

Aspectos que se desarrollan dentro de cadenas productivas y cadenas de valor

Aspectos	Cadena Productiva	Cadena de Valor
Estructura Organizativa	Actores independientes	Actores dependientes
Orientación	Liderado por la Oferta	Liderado por la demanda
Identificación de Mercado	Potencial de Mercado	Nichos y negocios concretos
Elemento Principal	Coste/Precio	Valor/calidad
Estrategia	Productos básicos	Productos Diferenciados
Relación entre actores	Formal	Formal
Visión de la Relación	Corto Plazo	Largo Plazo
Nivel de Confianza	Bajo/Medio	Alto
Flujo de Información	Escasa o Ninguna	Amplia

Fuente: (Bouma, 2000)

(CODESPA, 2011) Las cadenas productivas suelen tener una visión poco clara y bastante general del mercado al que se vinculan. Así es frecuente que los actores de una cadena productiva puedan hacer referencia a comportamientos globales del mercado en el que operan pero que no tienen por qué afectar directamente a su producto. En cambio, en la producción bajo un enfoque de cadena de valor los actores manejan información concreta sobre el mercado del producto específico sobre el que trabajan, y han identificado a clientes finales que demandan unos productos concretos. Con el final de la cadena especificado, se articula la cadena de valor para, entre todos los actores, responder a las especificaciones de los clientes. En el momento en que las oportunidades comerciales son reales, hay un mayor incentivo para trabajar unidos en la cadena, mejorar la competitividad y desarrollar acciones coordinadas para asegurar calidad, mercado y sostenibilidad

La cadena de valor incluye el concepto de cadena productiva, pero incluye además otros elementos adicionales, como aspectos institucionales, relación entre empresas, relaciones de poder, trasciende más allá, es por ello que a partir de la década de los 80 cuando (Porter, 1985) expuso su modelo, en el cual se entiende a la cadena de valor como a la relación de las empresas y su cooperación entre las actividades y organizaciones para crear valor por sí mismos y por sus clientes a través de la ejecución de actividades primarias y tareas de apoyo.

Herrera (Herrera, 2000), menciona al valor en un contexto de cambios y transformaciones, donde el conocimiento y la capacidad de innovación se constituyen en las variables estratégicas para generar desarrollo económico integrado, y la necesidad de las empresas de optimizar sus estructuras de costos y sus capacidades de innovación productiva para mantener el posicionamiento competitivo en el mercado.

Es decir que el diseño de estrategias de desarrollo y la formación de nuevos productos turísticos como los comedores comunitarios, generará una nueva cartera

de productos para satisfacer la necesidad de ofertar un servicio de alimentos y bebidas.

De esta manera, se incorpora la cadena de valor, como el elemento fundamental en la definición del entorno del sistema de innovación, con la finalidad de desarrollar ventajas competitivas para el sector en caso de la investigación en el turismo local (turismo comunitario). Además, esta definición reconoce que dependiendo de su nivel de articulación y funcionamiento, un grupo de actores en un eslabón tendrá más o menos incidencia directa en los otros eslabones de la cadena.

Según Kaplinsky y Morris, (www.ids.ac.uk, 2000) plantean que: la cadena de valor es un conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio en este caso de alimentos y bebidas (comedores comunitarios); Para generar mayor competitividad en el mercado y la integración de varios actores dentro de una comunidad o sector específico. (p. 74)

Cabe mencionar que estas actividades generan nuevas expectativas y enfoques a los diferentes tipos de producciones de servicio de alimentos & bebidas que existen dentro de un territorio (en el Cantón Guaranda) y que la base de ellos es que todos los involucrados dentro de la cadena productiva de valores deben estar conscientes que el desarrollo es para el bienestar de cada uno de ellos.

Y esto lleva a tener nuevas formas de alianzas y cooperación que pueden elevar la competitividad y aumentar el valor agregado para el conjunto de quienes participan en la cadena, con el último fin de una mayor participación en los mercados (Jansen & Tilburg, 1996) (Tallec & Bockel, 2005)

Según (Ekins, 2007) La cadena de valor se define como la red estratégica de actores independientes. La red estratégica implica que estos actores estén dispuestos

a colaborar para identificar objetivos, metas y estrategias comunes, compartir riesgos y beneficios e invertir tiempo y recursos en mantener estrechas relaciones comerciales para generar un beneficio colectivo.

Estas definiciones permiten entender dentro del contexto de estudio que una cadena productiva de valor es la suma de diferentes actores que se organizan coordinan y comparten información; tienen intereses diferentes pero comparten una visión común del desarrollo de la cadena; se diferencian por elaborar productos innovadores y de calidad; aprovechan oportunidades de mercado.

Siguiendo la perspectiva del enfoque de cadenas de valor, los agentes de desarrollo deben fortalecer lazos en dos direcciones. Por un lado, en los llamados enlaces horizontales; esto es, relaciones entre agentes que trabajan en un mismo nivel de la cadena de producción; y, por otro, en las relaciones verticales, aquellas que se establecen entre actores de distintas fases del proceso (CODESPA, 2010)

1.1.1. Metodología de cadenas productivas y de valor

Existen diferentes metodologías que permiten analizar cadenas productivas y de valor, como la metodología de RURALTER, la metodología Value Links de GTZ, la metodología del Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). Cada una plantea procesos similares pero, son diferentes en cuanto al tipo de herramientas utilizadas, los recursos necesarios para su aplicación y la presentación de las conclusiones obtenidos del análisis.

A continuación se describe la metodología que se implementará en la presente investigación

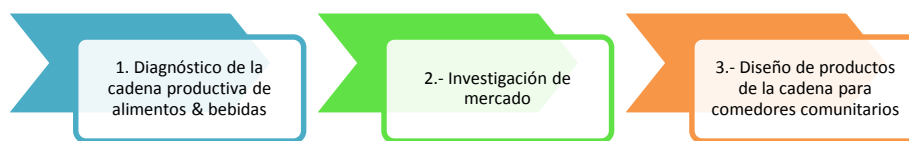


Figura1.1 Metodología de análisis con enfoque de cadena de valor

Fuente: (Consultora Ambiental SAMBITO S.A.; MINTUR, 2009)

Red de agroturismo MINTUR 2009

a Diagnóstico de la cadena productiva de alimentos & bebidas

Para poder desarrollar la investigación se debe partir por ver la situación actual de los lugares en los que se van a plantear el estudio; con la ayuda del levantamiento de líneas bases se establecerá los datos generales de las parroquias, a su vez se debe analizar cómo está la planta de alimentos y bebidas, los productos y servicios que ofertan, las instalaciones, el enfoque de promoción y comercialización de los mismos, las directrices y políticas para la participación es aquí donde se colocaran los parámetros para la elección de los participantes de la red

b Investigación de mercados

Después de los resultados obtenidos en la fase 1 de la red se debe realizar una investigación de mercados la que permitirá determinar cuáles son las necesidades del sector, determinar el tamaño de la muestra, se ejecutaran las encuestas y de analizará y se interpretará los datos obtenidos en la misma.

c Diseño de productos de la cadena para comedores comunitarios

Es la última etapa de la cadena y la más importante porque es aquí donde se desarrollara el motivo de la presente investigación; además, se levantara información turística, analizara la demanda, se realizara un análisis estratégico de se generará el

modelo de la cadena productiva: la red gráfica, la hoja de ruta y el producto entregable.

1.2. Servicio de A&B en comedores comunitarios

Para entender el alcance del servicio de alimentos en comedores comunitarios es necesario operativizar las variables del tema, a partir del análisis de cada uno de sus componentes: servicio, comedor y sector comunitario

1.2.1. Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.

Según el reglamento de aplicación de la ley de turismo (MINTUR, 2008) en el artículo 43 en el literal c) dice que: se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares (comedores comunitarios), de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento; completando lo señalado en la normativa, se menciona al Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica Costa Rica (Instituto Costarricense de Turismo, S/n) en el cual señala que el servicio de Alimentos y Bebidas A&B, abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico

1.2.2. Comedor

(Benavidez, 2014) menciona que el comedor designa un espacio o lugar en el cual las personas se reúnen para ingerir alimentos, ya sea desayuno, comida, cena o refrigerio. Puede haber uno o varios comedores en una casa, edificio, empresa, hotel,

oficina o escuela. Dependiendo del lugar, del servicio y de los productos que ofrezca el comedor puede cambiar de nombre: restaurante o cafetería, pero cumple la misma finalidad. Es una ampliación de la cocina y por lo general se encuentra cerca de ésta, con la finalidad de atender bien a los comensales, y de llevar y traer sin dificultad los enseres necesarios para la ingesta de alimentos.

1.2.3. Sector comunitario

Según el artículo 15 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario Ecuador 2012 (MIES, 2012). Sector Comunitario es el conjunto de organizaciones vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos, y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la Ley.

Por lo tanto, se puede definir al servicio de alimentos y bebidas en comedores comunitarios como el conjunto de actividades destinadas al servicio de alimentación, realizada por los colectivos locales y dirigidos a los visitantes que desarrollan turismo comunitario y/o local. En un espacio en el cual la comunidad y turistas se reúnen para ingerir alimentos.

Cuando se habla de colectivos se define a un grupo de personas que trabajan de una manera organizada para cumplir objetivos comunes, satisfacer necesidades y desarrollar actividades hacia un mismo fin.

1.3. Turismo local

Según la revista de investigación en turismo y desarrollo local en su página oficial (Torres & Rojas, 2012) indica que:

Se entiende por turismo local a un caso particular de aglomeración, formado por empresas en su mayoría de origen local, donde se desarrolla una fuerte innovación a nivel de estas y de su entorno, y en donde los actores interactúan tomando decisiones conjuntas a nivel de destino turístico.

Depende del sector donde se pueden desarrollar diferentes actividades turísticas dependiendo potencial del destino, en el caso de la investigación el turismo local que se desarrolla dentro del Cantón Guaranda en su gran mayoría es un turismo comunitario.

Es por este motivo que en la presente investigación se analizara que es turismo comunitario

1.3.1. Turismo comunitario

De acuerdo con (García, 2006), señala que el turismo comunitario es un reto y una oportunidad, ya que no solamente se debe ver la actividad como un medio para obtener riqueza y por lo tanto, con visión empresarial, sino que también se debe ver como una oportunidad para establecer eficientes mecanismos de organización y autogestión, a los efectos de preservar el patrimonio natural y cultural, costumbres y formas de vida de las propias comunidades.

Según (Ochoa, 2011, pág. 19) Es también turismo comunitario cuando dos o más comunidades de un mismo territorio o área geográfica, unen sus recursos para presentar socialmente un mismo producto turístico.

Para la (FEPTCE) (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) en su página oficial el turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes

organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados

Según la FEPTCE la actividad turística comunitaria en el Ecuador dio sus inicios con una de las más antiguas rutas de comunicación ancestral que cruza los Andes: “El camino del Inca”, debido a que a lo largo de la misma se han encontrado vestigios de los “tambos” los cuales fueron lugares de alojamiento, alimentación y abastecimiento para los viajeros de estas rutas.

Para la FEPTCE existen 4 ejes principales para el desarrollo del turismo comunitario, cada uno de los ejes cuenta con las actividades que se deben desarrollar para lograr cumplir cada uno, es por eso que en el cuadro 3 se enlistaran cada uno:

Tabla 1.2

Ejes del turismo comunitario

N°	Eje	Actividad
1	Fortalecimiento organizativo	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar una estructura fuerte. • Tomar decisiones consensuales con visión de grupo • Resolver conflictos internos con autonomía e intendencia
2	Revitalización Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Revalorar los principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad y con la pachamama. • Retomar nuestros símbolos. • Revitalizar las expresiones culturales como la música la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas. • De-colonizar nuestra forma de pensar, de hacer y de ser

CONTINÚA 

3	Gestión del territorio	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: tolas, pukaras, tambos, caminos, terrazas, pircas • Defender el territorio de las actividades extractivistas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y cultural. • Delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades • Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades. • Exigir el cumplimiento de los derechos colectivos, de la naturaleza y humanos consagrados en la constitución. • Recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.
4	Economía solidaria	<ul style="list-style-type: none"> • Dinamizar e integrar la economía local • Fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios • Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables • Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario

Fuente: <http://www.feptce.org/>

Otro de los puntos más importantes que se debe citar dentro de la presente investigación son las comunidades registradas oficialmente en la FEPTCE siendo el ente regulador para desarrollar este tipo de turismo a nivel nacional.

En el cuadro 4 se enlistaran según las regiones las comunidades registradas en la federación:

Tabla 1.3

Comunidades registradas

Amazonia	Andes	Costa
Comunidad San Pablo de Katetsiaya	Comunidad San Juan	Comunidad Bucay
Comunidad Santa Rosa de Suno	Comunidad Nisag	Comunidad Salango
Comunidad Playas de Cuyabeno	Comunidad Pulingui	Comunidad Portovelo
Comunidad Limoncocha	Comunidad Uraurco	Comunidad Olón
Comunidad San Eduardo	Comunidad Monjas	Comunidad Mompiche

Comunidad Atari	Comunidad El Carmen de Jadán	Comunidad Manglaralto
Comunidad 8 de Marzo	Comunidad de Chiriboga	Comunidad Las Tunas
Comunidad Chaguamango	Comunidad Salinas de Guaranda	Comunidad Libertador Bolívar
Comunidad Shayari	Comunidad Lagunas	Comunidad Las Manchas
Comunidad Pavacachi	Comunidad Illolan	Comunidad La Puntilla
Comunidad Añangu	Comunidad Palacio Real	Comunidad Isla Costa Rica
Comunidad Wasila Talag	Comunidad Cedein	Comunidad Florida
Comunidad San José de Wuapuno	Comunidad Calshi Grande	Comunidad Bellavista
Comunidad Shiwa Kucha	Comunidad Balda Lupaxi	Comunidad Dos Mangas
Comunidad Runashitu	Comunidad Guargualla	Comunidad Bilsa el Uñate
Comunidad 27 de Febrero	Comunidad Agato	Comunidad Agua Blanca
Comunidad Santa Ana	Comunidad Zhipta	
Comunidad Rio Blanco	Comunidad Yunguilla	
Comunidad Machacuyaku	Comunidad Tunibamba	
Comunidad Galeras	Comunidad Soldados	
Comunidad Atacapi Curaray Liquino	Comunidad Sisid	
Comunidad Chontayacu	Comunidad Santa Bárbara de la Esperanza	
Comunidad Etno-ecológica Pablo López de Oglán Alto “C.E.P.L.O.A.”	Comunidad Santa Ana del Pedregal	
Comunidad Bellavista	Comunidad Romerillos	
Comunidad Alukus	Comunidad Principal	
Comunidad Sinchi Pura	Comunidad Pijal	
Comunidad Pacto Sumaco	Comunidad Pastocalle	
Comunidad Amazonas	Comunidad Parcoloma	
Comunidad Chuva Urku	Comunidad Oñacapak	
Comunidad Chico Méndez	Comunidad Ñamarin	
Comunidad Capirona	Comunidad Morocho	
Comunidad Amazanga	Comunidad Mindo	

Chuva Urku	Comunidad Inmaculada Barabon
	Comunidad La Chimba
	Comunidad La Calera
	Comunidad Jima
	Comunidad Huertas
	Comunidad Ilincho Totoras
	Comunidad Gera
	Comunidad Chuchucán
	Comunidad San Miguel del Pedregal
	Comunidad Palo Amarillo
	Comunidad Mascarillas
	Comunidad Loreto Pedregal
	Comunidad Conshote
	Comunidad Chontal
	Comunidad Chobshi
	Comunidad Chilca Totoras
	Comunidad Charon Ventanas
	Comunidad Chemical
	Comunidad Buena Vista
	Comunidad Caguanapamba

Fuente: <http://www.feptce.org/>

Como se puede observar en el Cuadro 4 de todo el cantón Guaranda la única registrada y que pertenece a esta organización es la comunidad de Salinas de Guaranda en dicho registro.

Es por este motivo que basándose al mayor ente regular de turismo comunitario en el Ecuador se ha tomado como referencia de estudio el caso Salinas para el desarrollo de la investigación

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2. Diagnóstico de la cadena productiva de alimentos & bebidas

Para efectos de este estudio se consideró a la Parroquia Salina debido a que como se menciona en el capítulo I, cuadro 4, es la única comunidad registrada dentro de la FEPTCE y consta como miembro oficial de la misma con el nombre “Comunidad de Salinas de Guaranda” Por otro lado, se considera también a la Parroquia Urbana Guanujo, que a diferencia de la Parroquia Salinas, no se ha desarrollado turísticamente, pero si como organización comunitaria a través de la FEDERACIÓN FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanujo). Debido a que no ha impulsado su potencial turístico se ha tomado como una oportunidad para el desarrollo de turismo comunitario.

Para iniciar el diagnostico de las 2 comunidades seleccionadas se debe iniciar con levantando una línea base para interpretar de una mejor manera la situación de las parroquias.

2.1. Línea base de la Parroquia Salinas

2.1.1. Componente físico

a Fisiografía

Según (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015) La parroquia Salinas pertenece al cantón Guaranda de la provincia Bolívar con un área: 44.510 Hectáreas (445.10 Km) se ubicada en la sierra centro del Ecuador en las estribaciones de la cordillera Occidental de los Andes, Limita al norte con las Parroquias Simiatug y Facundo Vela

al sur con el Cantón Guaranda al este con las Provincias de Tungurahua al oeste con San Luis de Pambil y los cantones las Naves y Echeandía. Registra seis zonas de vida: de gran importancia Ecológica diferentes entre sí por clima, suelo y vegetación, entre las más importantes esta:

- Zonas de Vida:

Paramo Herbáceo: formación exclusiva de la Sierra Andina. Las plantas presentan adaptaciones en sus formas de vida (forman densos haces o penachos, almohadillas, desarrollan hojas muy pequeñas, coriáceas y pubescentes, etc.) Se extiende desde los 3.320 hasta 4.400 m.s.n.m con temperaturas de 3 a 6 °C, la precipitación promedio se sitúa entre 750 y 1500 mm, las poblaciones que se ubican en este territorio son: Pambabuela, Natahuapamba, Salina, la Victoria Pachancho, Rincón de los Andes y Yuragusha.

Páramo seco: se extiende desde los 4.080 hasta 4.320, esta zona se caracteriza por la formación rocosa arenosa y la poca vegetación. Bosque siempre verde montano alto de los andes occidentales: Montano o zona templada fría. Se extiende desde los 3.120 a 3500 msnm, con temperaturas entre 6 y 12 °C, la precipitación promedio se sitúa entre 1.500 y 1.800 mm. Esta formación incluye la Ceja Andina, vegetación de transición entre el bosque montano alto y el páramo. Las comunidades que se localizan en esta zona son: Apahua y Los Arrayanes.

Bosque de neblina montano de los andes occidentales: presente a lo largo de las estribaciones de la cordillera Occidental. Se extiende desde los 1.120 a 2.040 msnm. Con temperaturas entre 10 y 16° C., la precipitación promedio se sitúa entre 1.700 y 2.200 mm caracterizada por la presencia de un estrato arbóreo que alcanza de 25 a 30 m de altura y está densamente cubierto por musgos. Las epífitas alcanzan su más alta diversidad, tanto por el número de especies como por el número de individuos. Las comunidades que se encuentran son: La Palma, La Cocha, Cebada Pamba y Guarumal.

Bosque siempre verde montano bajo de los andes occidentales.-se ubica desde los 1.100 hasta los 1.700 msnm, su temperatura está entre 16 y 20 °C., la precipitación promedio se sitúa entre 1.800 y 2.000 mm se encuentran abundantes epifitas, musgos, helechos y orquídeas. Esta zona presenta estribaciones y pendientes inaccesibles. Las comunidades que se ubican en este piso son: Gramalote, Matiaví, Lanza Urco y Tres Marías.

Bosque siempre verde Pie montano de la costa.- su altitud oscila entre los 480 y 1.640 msnm, la precipitación promedio se sitúa entre 2.000 y 2.500 mm anuales y la temperatura está comprendida entre 18 y 24°C. Se ubica al pie de la cordillera de los andes, estas formaciones posee altos niveles de endemismo, sus bosques son prácticamente inaccesibles y, por ende, poco intervenidos. Los árboles de esta zona alcanzan los 30 m de altura y presentan grandes concentraciones de epifitas como orquídeas, bromelias, helechos y aráceas cubren los troncos de los árboles. Las comunidades que se encuentran en esta zona son: Canitas, Tigre Yacu, Copal, El Calvario Mulidiaguan, Chazojuan, San José de Camarón y la Pradera.

b Clima

Clima Presenta una variedad de climas y microclimas, que va desde el páramo hasta la zona subtropical entre los cuales están:

Tabla 2.1

Tipos de clima

Zonas		Características		
Tipo	Temperatura	Régimen de lluvias	Precipitaciones	sector
Frio Ecuatorial húmedo	<12°C	Bimodal	entre 1.000 a 2.000 mm	Natahua Pamba, Pachancho, Rumi Corral, Yurashua, Salinas
Meso térmico Ecuatorial	Entre 12 y 22°C	Bimodal	entre 1.000 y 2.000 mm	La Palma, La Cocha, Chazo Juan , Tigre

húmedo				Urco
Meso térmico tropical húmedo	Entre 12 y 24° C	Unimodal	entre 1.000 y 2.000 mm	Matiabi, Lanza Urco, La Pradera, San José de Camarón

Fuente: plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

c Hidrología

En la parroquia Salinas se localiza dos Subcuencas hidrográficas, la del Río Babahoyo conformados por las micro cuencas del Suquibi, Limón del Carmen, Oncebi, Chazo Juan Hacia el occidente, en las estribaciones externas y la Subcuenca del Yaguachi formado por la micro cuenca del Salina hacia el sur que forman parte de la cuenca alta del río Guayas.

d Agricultura y ganadería

Su producción se basa en agricultura andina en particular: papa, oca, maíz, trigo, avena, cebada...) y los animales originados de los ecosistemas locales (llamas, alpacas, vicuñas...) preservando así técnicas agrarias ancestrales.

2.1.2. Componente social

a Población

La parroquia, según los datos del INEC, Censo de Población y Vivienda del año 2010, la población total es de 5821 habitantes, siendo 2944 hombres y 2877 mujeres.

b Población económicamente activa

En la parroquia Salinas existen 9 actividades económicas que sus pobladores se dedican a continuación en la figura 1 se detalla en porcentajes el numero ocupacional

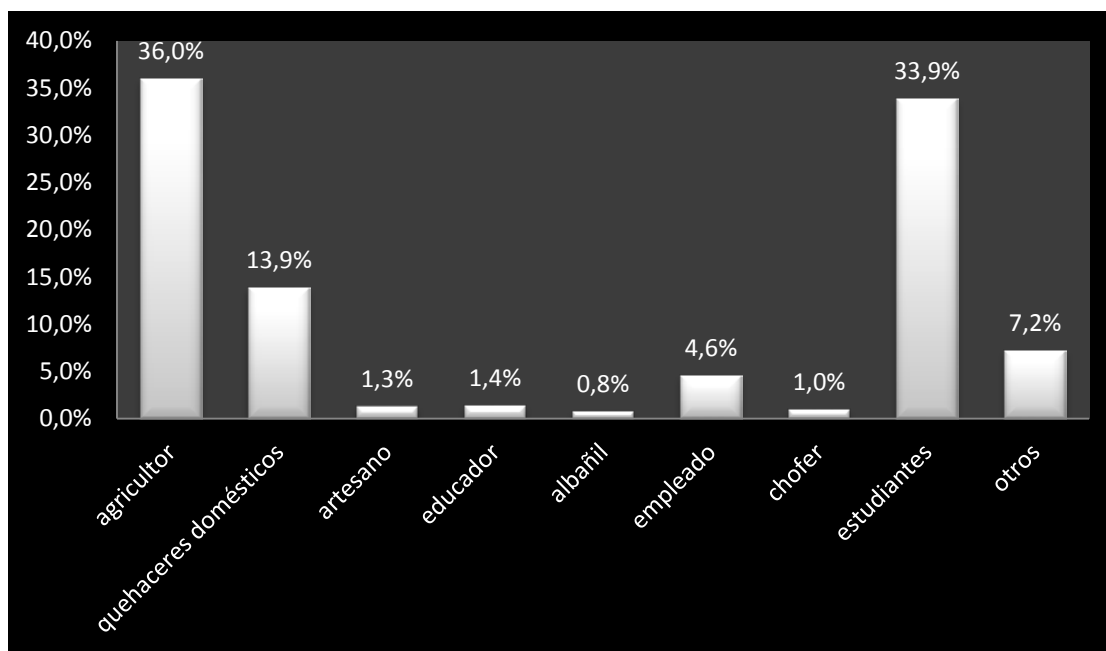


Figura 2.1 Población económicamente activa

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

En la parroquia la principal actividad laboral es la agropecuaria, el 36% de la población se dedica a esta; un 13,9% indica que se dedica a quehaceres domésticos; 1,3% se ocupa en actividades artesanales; el 1,4% son educadores, 0,8% se dedica a la albañilería, el 4,6% son empleados; 1% son choferes; 33,9% son estudiantes y 7,2% se dedican a otras actividades.

c Educación

En cuanto a educación secundaria, el 4,9% de la población de Salinas tiene educación secundaria completa y el 4,2% tiene educación superior.

Cuadro 2.1**Establecimientos educativos por zonas**

N°	Establecimientos	Zona Alta	Zonal del Valle	Zonal de la Bocana	Subtrópico	Cabecera parroquial	Total
2	Escuelas hispanas	2	3	7	5	1	18
2	Escuelas Bilingües	4	1	4	1	0	10
3	Colegios	1		1		1	3
4	Centros de Alfabetismo	2	2	9	4	1	18
5	Centros de atención infantil	2	2	6	4	1	15
	Total	11	8	27	14	4	65

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

d Vivienda

El mayor porcentaje de la población (85,8%) vive en casa propia; 3,5% en casa arrendada y 10,7% bajo otro tipo de tenencia.

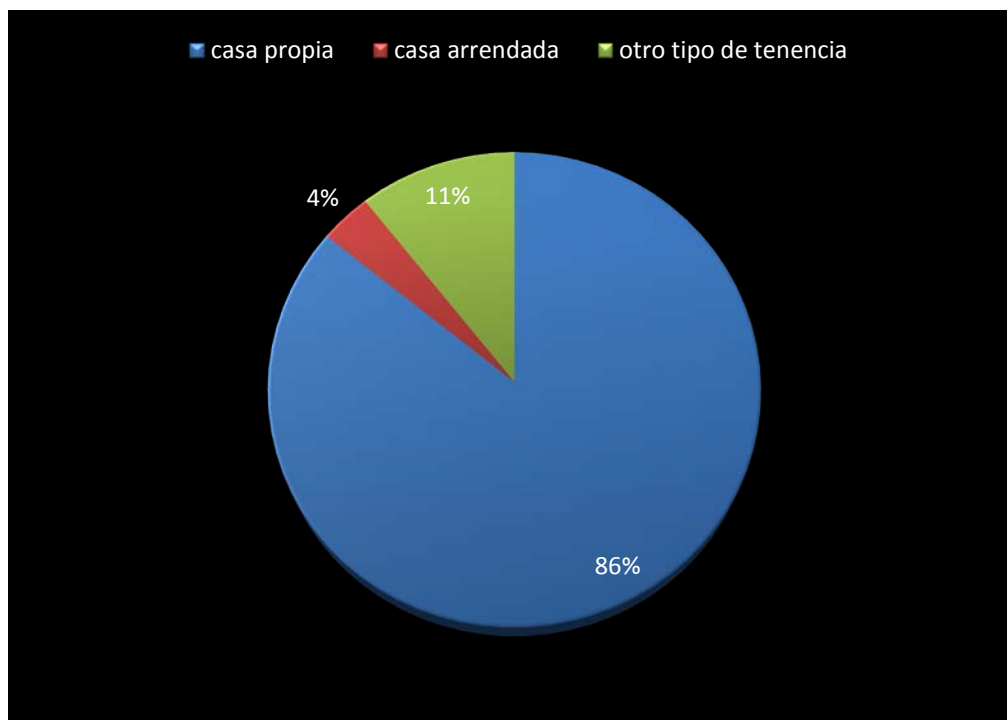


Figura 2.2 Tipo de Vivienda

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas 2011-2025

2.1.3. Componentes turísticos

a Atractivos turísticos

Según la clasificación de atractivos turísticos la parroquia cuenta con:

Tabla 2.2

Atractivos Naturales de la Parroquia Salinas

N	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	ACCESIBILIDAD	FACILIDADES TURÍSTICAS
1	Bosque Peña Blanca	Parroquia: Salinas Comunidad: Mulidiahuan	Sitio Natural	Bosque	Ceja Andina	Vía Terrestre, Lastrado y Senderos, Estado de la vía Regular	Servicios de la Parroquia Salinas alojamiento y alimentación Hotel el Refugio
3	Cuevas de Tigua	Parroquia: Salinas	Sitio Natural	Fenómeno Geológico y Espeleol	Escarpas de Fallas y Cuevas	Vía Terrestre, Lastrado Estado de la vía Regular	Servicios de la Parroquia Salinas alojamiento y alimentación Hotel el Refugio
9	La chorrera de Chazo Juan	Parroquia: Salinas Comunidad: Chazo Juan	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	Vía terrestres, Lastrado, Estado en malas condiciones	Servicio de alojamiento y en la Hospedería campesina, alimentación en la comunidad, servicios de guianza en el Grupo Juvenil
10	Laguna de Rio Verde	Parroquia: Salinas Comunidad: Chazo Juan y Mulidiahuan	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	Vía terrestres, Lastrado, Estado en malas condiciones	Servicio de alojamiento y en la Hospedería campesina, alimentación en la comunidad, servicios de guianza en el Grupo Juvenil.
11	Reserva de Protección Faunística de Chimborazo	Parroquias: Guanujo y Salinas	Sitio Natural	SNAP	Reserva Faunística	Vía terrestre, Asfaltado, estado de las vías en buenas condicione	Servicio de alojamiento, alimentación y demás comodidades se localiza en la ciudad de Guaranda

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

Tabla 2.3**Atractivos Culturales de la Parroquia Salinas**

N	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	ACCESIBILIDAD	FACILIDADES TURÍSTICAS
1	Microempresas comunitarias de salinas	Parroquia: Salinas	Manifestaciones culturales	Socio Productivo	Microempresas	Vía terrestre, Lastrado, Estado de las vías Regular	Servicios de la Parroquia Salinas alojamiento y alimentación Hotel el Refugio

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

b Actividades turísticas

Conocer y recorrer las decenas de microempresas productivas se ha convertido en el principal atractivo de Salinas. Las preferidas por la mayoría de turistas son las fábricas de quesos, chocolates y producción de hongos

Salinas cuenta con una Oficina de Turismo Comunitario ubicada Plaza Central de Salinas y desde aquí se organizan paquetes turísticos de calidad con alto contenido social, cultural, ecológico y productivo.

Han organizado circuitos para caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta para niños y jóvenes. En el río Salinas, fuente de vida de la zona, se puede practicar pesca deportiva. En las caminatas se observa una gran variedad de aves nativas e importadas, así como animales en peligro de extinción. Por las tardes, el anfitrión disfrutará de agradables veladas culturales amenizadas con juegos, música, ritos y narraciones de leyendas locales. Se realiza actividades educativas, como las visitas a los proyectos comunitarios.

c Planta de Alimentos y Bebidas en la Parroquia Salinas

Por ser la cabecera parroquial, por contar con el mayor número de visitantes en toda la parroquia, además de ser un ejemplo de organización comunitaria se realizó la visita de campo para poder analizar la situación de la misma.

A continuación se presenta el resumen del estudio de campo:

Tabla 2.4

Establecimiento de Alimentos & bebidas en la parroquia Salinas

Nombre	Tipo de Establecimiento	Tipo de Alimentación	Horario de atención
Ana María	Restaurante-Comedor	Tradicional, de casa	Mañana, tarde noche
El Callejón	Pizzería	Internacional	Noche
Cosa Nostra	Pizzería	Internacional	Noche
La Va-k	Pizzería	Internacional	Noche
Roxy Café	Cafetería	Rápida	Noche
Mama Miche	Delicatesen	Rápida	Noche
La Salinera	Restaurante-Comedor	Tradicional, de casa	Mañana, tarde noche
Guayamas Salina	Restaurante-Comedor	Tradicional, de casa	Mañana, tarde Noche
Mi tierra	Delicatesen	Rápida	Fines de semana

Para el desarrollo del estudio se dividió a los establecimientos en 2 tipos:

- Según el tipo de establecimiento

En este se puede mencionar que solo existen 3 tipos de establecimientos:

- Restaurante-Comedor
- Pizzerías
- Delicatesen
- Según el tipo de alimentación

Los resultados generados en este ítem muestran que se puede clasificar en 3 tipos:

- Tradicional, de casa

- Internacional
 - Rápida
-
- Según el horario de atención

La mayoría de establecimientos solo cumplen 2 horarios

- Todo el día
- En la Noche

Este último punto genera malestar con los visitantes porque no existe una gran variedad de establecimientos de A&B que oferten el servicio al medio día

d Información actual de establecimientos de Alimentos y Bebidas en la Parroquia Salinas

Para generar la información actual de los establecimientos de A&B en la parroquia se desarrolló un check list que ayudo a generar la información de cada uno de los establecimientos visitados

Tabla 2.5

Check list Establecimientos de A&B

CHECK LIST ESTABLECIMIENTOS DE A&B SALINAS										
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		ANA MARÍA	EL CALLEJÓN	COSA NOSTRA	LA VA-K	ROXY CAFÉ	MAMA MICHE	LA SALINERA	GUAYAMAS SALINA	MI TIERRA
parámetros a evaluar										
Tipo establecimiento	Restaurante-Comedor	x						x	x	
	Pizzería		x	x	x					
	Cafetería					x				
Tipo de Alimentación	Delicatesen						x			x
	Tradicional, de casa	x						x	x	
	Internacional		x	x	x					
Capacidad	Rápida					x	x			x
	10									x
	12		x						x	
	16	x						x		
	18			x			x			
Infraestructura	25				x	x				
	Excelente									
	Bueno		x	x	x	x	x			x
Imagen	Regular	x						x	x	
	Alto									

	medio		x	x	x	x	x			
	Bajo	x						x	x	x
Calidad del producto	Excelente		x		x	x				
	Bueno	x		x			x			
	Regular							x	x	x
Calidad del servicio	Excelente									
	Bueno	x	x	x	x	x	x			
	Regular							x	x	x
Variedad en oferta	Alto									
	Medio		x	x	x	x	x			
	Bajo	x						x	x	x

e **Actividades y productos del sector Parroquia Salinas**

Por la gran afectación que tuvo la migración por el beneficio de la comunidad se perdió gran parte de la identidad cultural, eso es un problema que se ve desde que se llega al sector, por tal motivo la oferta gastronómica no posee identidad propia en la mayoría de establecimientos de A&B

De acuerdo a la clasificación que se generó como resultado en la observación de campo la oferta gastronómica se basa en 3 líneas:

Tradicional.- este tipo de alimentos se realiza en 3 restaurantes el cual consiste en alimentos que se consumen a diario en una casa, no tiene variedad de productos a ofertar, el menú varía según la persona que es responsable de la cocina, no existe una planificación, no se rota la producción, aquí se dan 3 tipos de alimentación desayuno tipo continental, almuerzo varia en carne, pollo, trucha según la disponibilidad del restaurante y cena que al igual del almuerzo se realiza en base a la disponibilidad de productos que posee el establecimiento

Internacional.- 3 establecimientos que prestan el servicio de A&B solo realizan pizzas cabe resaltar que los ingredientes utilizados son productos elaborados en las microempresas y eso genera un plus, en la oferta dan a elección diferentes tipos de ingredientes que pueden llevar cada pizza, en 2 generan otros especialidades italianas.

Delicatesen.- los productos a ofertar en este tipo de restaurantes son básico, tablitas, sándwiches, snack, café, té, chocolate pero que no se encuentran todo el día disponibles su frecuencia de apertura es más en la noche y los fines de semana

f Disponibilidad turística, infraestructura y accesos

En el caso Salinas Tanto la Parroquia Salinas en la capacidad de la infraestructura no se maneja espacio para números de visitantes grandes haciendo un promedio máximo llega el cupo para 25 pax y mínimo para 12 pax, por no contar con el espacio adecuado

Refiriéndose al hospedaje, la parroquia cuenta con 3 establecimientos que no cuentan con una categorización pero de acuerdo con lo observado son de tipo turista.

Las vías de acceso para llegar a Salinas se debe dar mantenimiento a pesar de ser pavimentada está en mal estado así que dificulta el acceso a la parroquia.

La afluencia de visitantes en la parroquia es elevada en especial los fines de semana

g Emprendimientos empresariales en Salinas

Salinas con el pasar del tiempo y con el esfuerzo de varias organizaciones se ha convertido en un ejemplo de modelo de desarrollo de ejemplo de economía solidaria, no solo a nivel nacional sino que a su vez por la calidad de los productos que elaboran en las diferentes microempresas se han dado conocer en el mercado internacional.

Cada una de las microempresas forman parte de una corporación llamado Gruppo Salinas que es la máxima autoridad dentro de las organizaciones que se encuentra divididas en 6 agrupaciones las mismas que se encargan de la administración de cada emprendimiento empresarial.

A continuación se detallan las organizaciones existentes en salinas y sus actividades:

Tabla 2.6

Organigrama del Corporación del Gruppo Salinas

Grupo Salinas		
Organizaciones	Empresas Comunitarias	Productos
FUNORSAL	Embutidora	Jamón, Mortadela, Queso de chanco, Chuleta humada, Coppa cruda, Salchicha, Chorizo
	Centro de acopio	Se encarga de la venta de todos los productos que se realizan en las microempresas.
	Hilandería	Hilo de alpaca, hilo de oveja, hilo motita
FUNDACIÓN FAMILIA SALESIANA	Fábrica de chocolates	La gama de chocolates incluye grageas, tabletas, presentaciones y bombones de sabores exóticos, como el pájaro azul (el licor típico de Bolívar), o la maracuyá (la fruta de la pasión). La gama de confites ha sido ampliada por turrone de miel de abeja, galletas de soya, y mermeladas entre otros, los que conservan los sabores naturales de las bayas y frutas de la zona.
	Fábrica de Aceites esenciales	Aceite de palo Santo y aceite de eucalipto
	Deshidratadora de hongos	Hongos y frutos deshidratados
FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL	Operadora de Turismo	Se encarga de realizar paquetes turísticos dentro de las microempresas
	Hotel el Refugio	Presta el servicio de hospedaje y alimentación a los visitantes.
COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA EL SALINERITO "PRODUCCOOP"	Quesera	Dentro de las líneas de productos lácteos se encuentran: Quesos Frescos, Quesos Semi-maduros, Quesos Maduros, Mantequilla y Yogurt.
CENTRO ARTESANAL DE MUJERES "TEXSAL"	Taller de tejidos Texal	Suéteres, Ponchos, Gorras Guantes, Bufandas, Medias, Chalecos, Chalinas

Fuente: (Corporación Gruppo Salinas, 2015)

Otro de los nuevos emprendimientos que se ha originado en la parroquia es el huerto orgánico que se encarga a la actividad agrónoma con cultivos naturales, sin químicos; es un emprendimiento privado y la nueva planta de hospedería existente en la zona

A continuación se detallan los productos que se generan

Tabla 2.7

Emprendimientos privados

Tipo de emprendimiento	Actividad	Producto
Privado	Huerto Orgánico Samilagua	Cosecha de productos naturales, frutillas, mora, lechuga, tomate de árbol, maíz. Papa
Privado	Hoteles y Hostelerías del sector	Hospedaje a los visitantes

a) Promoción y comercialización

Debido a la marca el Salinerito, Salinas es un destino en cuanto ejemplo de micro emprendedor, la marca tiene posicionamiento en el mercado nacional y en el mercado internacional, el mayor canal de promoción es el las exportaciones de sus productos, pero en el turismo no se ha logrado tener ese impacto, de acuerdo con los datos proporcionados por la oficina de turismo el ingreso de visitantes ha disminuido; uno de sus principales problemas es la falta de promoción y de comercialización.

Los canales de promoción más utilizados son internet (no cuenta con una página oficial que muestra datos reales de la parroquia, sitios con información actualizados)

Otros canales de promoción que la Parroquia ha utilizado para realizar su promoción es en revistas, ferias, la boca en boca, pero siempre bajo la marca el Salinerito.

2.2. Línea base de la Parroquia Guanujo

2.2.1. Componente físico

a Fisiografía

La parroquia de Guanujo está ubicada al norte de la Ciudad de Guaranda a cinco kilómetros. A partir del año de 19990 se constituyó como parroquia urbana. Limita al norte con la Parroquia de Salinas. Al sur con las Provincias de Chimborazo y Tungurahua, con las Parroquias Veintimilla, Chávez, Julio Moreno y Guaranda. Al Este con la Cordillera Occidental de los Andes. Al oeste limita con la Parroquia Julio E, Moreno y con el Cantón Echeandia. La parroquia abarca a unas 120 comunidades repartidas en los 363 Km² de superficie, la población en su gran mayoría hablan Kickwa y castellano.

b Clima

Esta parroquia está asentada en una planicie a una altura de 2 923 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 12 grados centígrados.

c Hidrología

La hidrografía es variada, existen ríos de curso doble, de un solo curso, quebradas y esteros. Siendo los más representativos Los ríos: Tablas, Salinas, San Antonio, Chimbo, Telimbela, Escalera, Caluma y San Pablo.

d Agricultura y ganadería

En las zonas andinas los productos más representativos son lo Mortiño,, en la zona media se dan productos como el Maíz (amarillo, blanco, canguil) Cereales:

Trigo, cebada, quinua, etc. Hortalizas: Remolacha, zanahoria, cebolla, acelga, col, etc. Condimentos: Ajo, perejil, cilantro, paico, orégano, ají, achogcha. Medicinales: Manzanilla, toronjil, menta. Tubérculos: Papas, ocas, mellocos, mashuas. Calabazas, zambos, zapallo. Frutas: Mora, frutilla, naranjilla, café, bananos, cítricos, granadillas, caña de azúcar (materia prima con la cual se fabrican productos derivados como raspadura o dulce, miel y el famoso guarapo de donde sale el aguardiente anisado o caldo de gallina- pájaro azul). Además en esta parroquia existe ganado vacuno, caballar, entre otros.

2.2.2. Componente social

a Población

La Parroquia de Guanujo es una parroquia urbana del Cantón Guaranda, es por ello que los datos del INEC indican que entre las parroquias Veintimilla, Chávez, Guanujo hay un total de 55374 habitantes de los cuales el 26,155 son hombres y el 29219 son mujeres. Mostrando así un mayor porcentaje de mujeres dentro de la población con un de 6%

Cuadro 2.2

Población de la parroquia Guanujo

Nivel Territorial	Población por sexo				Total	%
	Hombres	%	Mujeres	%		
Cantonal	44.353	48	47.524	52	91.877	100
Parroquias Urbanas						
Parroquias: Veintimilla, Chávez, Guanujo	26.155	47	29219	53	55374	30
Periferia (Guaranda)	15.064	48	16.436	52	31.500	17.07
Casco Urbano (Ciudad Guaranda)	11.091	46	12.783	54	23.874	12.93

Fuente: (INEC, 2010)

b Población económicamente activa

Según e INEC (2010), la provincia Bolívar, posee 183,641 habitantes, el cantón Guaranda con sus 91,877 personas, constituye el 50% del total provincial, la ciudad de Guaranda, con sus 23,874 habitantes, representa el 26% de la población del cantón, la ciudad por ser la capital cantonal y provincial, concentra los principales servicios administrativos, educativos, financieros y políticos.

La población Económicamente activa (de los 18 años a 64 años), del cantón es de 38.697 personas, según el último censo del año 2010, de las cuales 18.017 son hombres y 20.680 son mujeres, equivalentes al 46,53 53,44 por ciento, respectivamente, según se observa en la figura

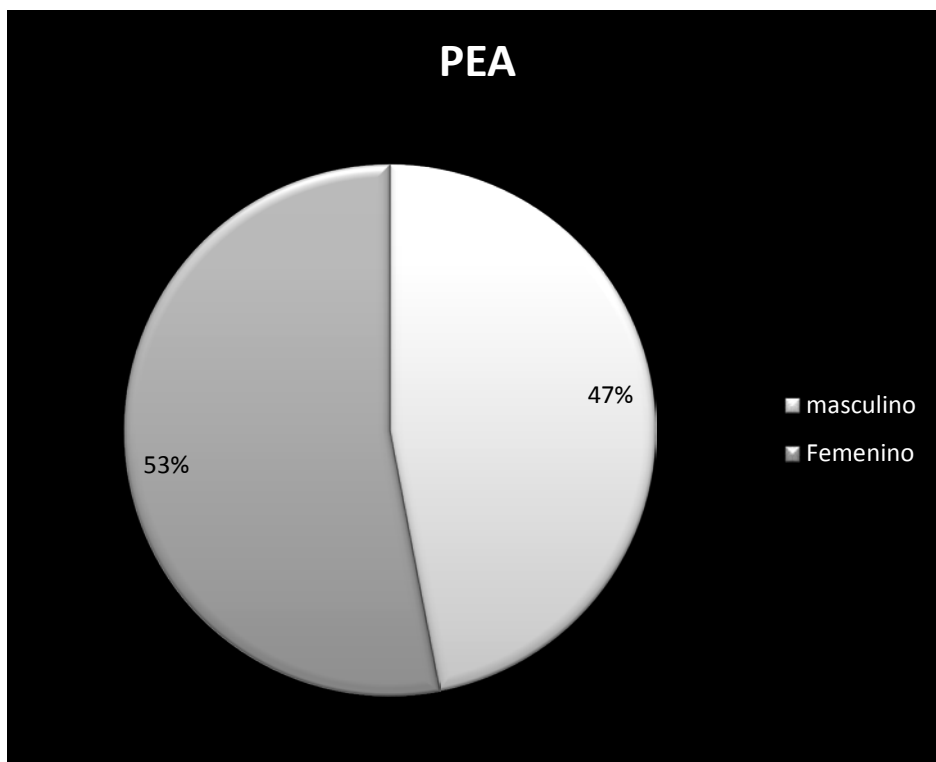


Figura 2.3 PEA POR SEXO

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010

c Educación

Los centro educativos del cantón brindan educación a un aproximado de 21.600 niños y jóvenes, siendo la mayoría de estos de educación fiscal a los cuales asisten un porcentaje de 86.8% estudiantes del total, mientras que el 9% se encuentran estudiando en establecimientos privados.

Cuadro 2.3

Establecimientos educativos

ESTABLECIMIENTOS DE ENSEÑANZA REGULAR AL QUE ASISTE	CASOS	PORCENTAJES %
FISCAL (ESTADO)	18756	86.84
PARTICULAR (PRIVADO)	1930	8.94
FISCO MISIONAL	872	4.04
MUNICIPAL	41	0.19
TOTAL	21599	100.0

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010

2.2.3. Componentes turísticos

a Atractivos turísticos

Según la clasificación de atractivos turísticos la parroquia cuenta con:

Tabla 2.8**Atractivos Naturales de la Parroquia Guanujo**

N	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	ACCESIBILIDAD	FACILIDADES TURÍSTICAS
1	El Arenal	Parroquia Guanujo	Sitio Natural	Desierto	Desierto del interior	Vía terrestre, Lastrado, Estado de la vía en excelentes condiciones	Servicios de la Parroquia Salinas alojamiento y alimentación Hotel el Refugio

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

Tabla 2.9**Atractivos culturales de la Parroquia Guanujo**

N	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	ACCESIBILIDAD	FACILIDADES TURÍSTICAS
14	Las Cochas	Parroquia: Guanujo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	Vía terrestres, Asfaltado, Estado de la vía en buenas condiciones	Cuenta con edificio de usos múltiples, así como áreas de camping, asadores, servicios sanitarios, juegos infantiles muelle y botes en excelentes condiciones.
17	Reserva de Protección Faunística de Chimborazo	Parroquias: Guanujo y salinas	Sitio Natural	SNAP	Reserva Faunística	Vía terrestre, Asfaltado, estado de las vías en buenas condiciones	Servicio de alojamiento, alimentación y demás comodidades se localiza en la ciudad de Guaranda
18	Ramal Cordilleras de los Andes	Parroquia: Guanujo	Sitio Natural	Montañas	Cordilleras	Vía terrestre, Empedrado, estado de las vías Regular	alojamiento, alimentación y demás comodidades se localiza en la ciudad de Guaranda y servicios que ofrece la Parroquia de Salinas

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Salinas (Junta Parroquial de Salinas, 2011 - 2015)

b Actividades turísticas

Se pueden visitar los atractivos mencionados en los cuadros anteriores, por su cercanía a la cabecera cantonal las actividades de recreación se incrementa, además se puede realizar otros tipos de turismo, como el religioso, de aventura

c Planta de Alimentos y Bebidas en la Parroquia Guanujo

Por ser una parroquia urbana y su cercanía con el Cantón Guaranda la planta de alimentos y bebidas es escasa, en el centro de la parroquia no existen establecimientos de A&B, en la visita de campo se pudo investigar que en el mercado central solo existen venta de A&B los días domingo; a continuación se detalla los restaurantes que se encuentran en la vía principal, cuentan con los servicios básicos, al igual que el caso Salinas los productos ofertados no tienen variedad se debe mejorar las condiciones de las instalaciones

Tabla 2.10

Establecimiento de Alimentos & bebidas en la parroquia Guanujo

Nombre	Tipo de Establecimiento	Tipo de Alimentación	Horario de atención
Marcello's	Soda-Bar	Comida Rápida	A partir del medio día
Asadero S/N	Restaurante-Comedor	Comida Cacera	En la noche
Parceros	Cafetería	Comida Rápida	A partir del medio día
Estefanía	Restaurante-Comedor	Comida Cacera	A partir del medio día
Cabaña Manabita	Restaurante-Comedor	Comida Cacera costeña	A partir del medio día
Reina del Cisne	Restaurante-Comedor	Comida Cacera	A partir del medio día

Para el desarrollo del estudio se dividió a los establecimientos en 2 tipos:

- Según el tipo de establecimiento

En este se puede mencionar que solo existen 3 tipos de establecimientos:

- Restaurante-Comedor
 - Cafeterías
 - Soda-Bar
- Según el tipo de alimentación

Los resultados generados en este ítem muestran que se puede clasificar en 3 tipos:

- Tradicional, de casa
 - Rápida
- Según el horario de atención

La mayoría de establecimientos solo cumplen 2 horarios

- A partir del medio día
- En la Noche

Dentro del centro de la parroquia no se encuentra ningún tipo de establecimiento de alimentos & bebidas, todos los restaurantes mencionados anteriormente se encuentran ubicados en la panamericana vía a Guaranda.

d Estado de las instalaciones de alimentos y bebidas

Al igual que en el caso Salinas se realizó un check list sobre el estado de las instalaciones de la parroquia Guanujo

Tabla 2.11

Check list Establecimientos de A&B

		CHECK LIST ESTABLECIMIENTOS DE A&B GUANUJO						
nombre del Establecimiento		MARCELLO'S	S/N ASADERO	PARCEROS	ESTEFANÍA	CABAÑA MANABITA	REINA DEL CISNE	MERCADO CENTRAL
parámetros a evaluar								
Tipo Establecimiento	Soda Bar	X						
	Restaurante							
	Comedor		x		x	x	x	
	Cafetería			X				
	Informales							x
Tipo de Alimentación	Asaderos		x					
	Comida Cacera				x	x	x	
	Típica							x
	Rápida	X		X				
capacidad	8	X						
	10			X				
	12				x		x	
	16		x			x		x

infraestructura	Excelente								
	Bueno	X							
	Regular		x	X	x	x	x	x	
Imagen	Alto								
	Medio								
	Bajo	X	x	X	x	x	x	X	
calidad del producto	Excelente								
	Bueno								
	Regular	X	x	X	x	x	x	X	
calidad del servicio	Excelente								
	Bueno								
	Regular	X	x	X	x	x	x	X	
variedad en oferta	Alto								
	Medio								
	Bajo	X	x	X	x	x	x	X	

Después del análisis de la situación de cada establecimiento se puede observar que se dividen en 2 grupos:

- Los que cuentan con un servicio regular
- los que por falta de conocimientos prestan un servicio bajo

Por lo cual en el caso de estudio primero se trabajarán con los establecimientos con un servicio regular que poseen capacidades para ser parte de la cadena y en el segundo se debe realizar capacitaciones para generar el nivel de excelencia que se requiere.

e Disponibilidad turística, infraestructura y accesos

En el caso Guanujo cuentan con poco espacio para la alimentación, pero por ser una parroquia urbana y la cercanía que tiene con el cantón Guaranda los servicios turísticos son más amplios para la elección del turista.

Según el levantamiento de la información la capacidad de los restaurantes que están en la vía va desde 8 a 16 comensales.

En la disponibilidad en hospedaje su número supera a 10 establecimientos contando con la infraestructura del cantón Guaranda

La vía de acceso es de primer orden así que es más accesible para llegar al destino porque se encuentra a 10 minutos de la cabecera cantonal.

La afluencia turística es moderada durante toda la semana, en el sector de las Cochas el turismo incrementa los días domingos.

f Actividades y productos del sector Parroquia Guanaju

La oferta en la parroquia no es extensa la mayoría de establecimientos ofrecen comida típica en especial los fines de semana, durante el resto de semana al igual que en Salinas ofertan comida tradicional.

De acuerdo a la clasificación que se generó como resultado en la observación de campo la oferta gastronómica se basa en 3 líneas:

Comida Rápida.- En este tipo de alimentación están los alimentos de cocción rápida pueden ser, hamburguesa, sándwiches, café, té, jugos, este tipo de producción se realiza dentro de 2 establecimientos.

Comida Cacera.- en la mayoría de establecimientos se oferta este tipo de alimentación, cuentan con menús establecidos y no variados es decir que se realiza la misma producción durante todo el día, en la oferta de producción se la realiza en base al tiempo de atención.

Comida Típica.- este tipo de alimentación se da solo los días domingos en el mercado central de la parroquia.

g Organizaciones

Dentro de este punto se detallan las organizaciones que de alguna manera se han desarrollado dentro del sector

Tabla 2.12**Emprendimientos**

Tipo de emprendimiento	Actividad	Producto
Privado	Distribuidora de Pájaro Azul	Se ofertan el licor típico de la historia
Privado	Tienda El salinero	Se ofertan todos los productos que se producen en las microempresa salineras
Privado	Hacienda y Quesera El Sinche	Elaboración de queso Y rutas agro turísticas
Privado	Establecimientos Artesanales de Pájaro azul	Se produce el licor de la zona
Privado	Hoteles y hosterías del sector	Hospedaje a los visitantes

h Promoción y comercialización

Los canales utilizados en la parroquia han sido más convencionales, revistas, ferias locales, se debe generar una promoción que atraiga a más turistas a la zona, solicitando que se actualice la información escasa que existe de la parroquia.

CAPITULO III

DEMANDA

3.1. Análisis de la demanda

El turismo comunitario, en varios países del mundo ha tenido un desarrollo importante y ha permitido, por un lado, la diversificación económica de sectores especialmente rurales y por otro, el surgimiento de una nueva oferta de productos turísticos.

En América Latina se está incursionando con más fuerza a la actividad de turismo comunitario, algunos países basados en las experiencias de otros. Argentina, Chile, Uruguay y Colombia son los países que tienen mejor desarrollado el turismo comunitario y bajo un concepto similar al de los países europeos.

En Argentina, la actividad cobró un gran impulso en la década de los noventa. Se estima que existen unos 1,500 emprendimientos bajo algún modo de turismo comunitario. Según (REDTURS, 2007) la Red de turismo comunitario de América Latina existe en Argentina siete destinos turísticos estrella, bajo el concepto de turismo comunitario, los cuales son: Barro Blanco (Jujuy), Cañadas San Basilio (Jujuy), Hostal Ocloyas (Jujuy), Ecoturs (Jujuy), Tata Balta (Jujuy), Comunidad Santa Rosa de Tastil (Salta), Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes de Salta.

En Colombia, la crisis ha obligado a los cafeteros a buscar alternativas para mantener sus fincas dándose cuenta que son muy apreciadas por los turistas, lo que ha originado el proceso de convertirlas en hoteles rurales.

El caso específico de Ecuador, presenta un serio compromiso al desarrollo de este tipo de turismo como fuente de mejora y combate de la pobreza en las comunidades indígenas, apoyados con leyes y reglamentos. Como se describe en el

Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al 2020 (PLANDETUR 2020), que es una herramienta técnica, donde uno de sus objetivos es el de “generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada” (PLANDETUR 2020, 2007)

3.1.1. Motivaciones para el turismo comunitario

Según (Ruiz & Solis, 2007) Son varias las motivaciones que los turistas argumentan para disfrutar de este tipo de turismo, entre las cuales se encuentran:

- Búsqueda de nuevas actividades en el tiempo de vacaciones.- Los turistas actuales no buscan el simple “no hacer nada” durante su tiempo de ocio. Parte de las nuevas tendencias del turismo se dirigen a la realización de actividades que sean una variante entre entretenimiento y aprendizaje.
- Búsqueda de lugares naturales.- Muchos de los potenciales turistas que prefieren realizar turismo comunitario son aquellas personas que están en la búsqueda de lugares tranquilos para pasar en familia o con amigos. Generalmente en lugares sin o con poca congestión vehicular o peatonal
- Conocer nuevas culturas.- Los turistas en la actualidad buscan, como ya se mencionó antes, diferentes actividades que realizar en los lugares que visitan, entre ellas relacionarse con la personas de las comunidades y ser partícipes de actividades diarias de la comunidad. Conocer y aprender de la cultura gastronómica del sector, es otro de las motivaciones del turista que prefiere este tipo de turismo.

3.2. Total de visitantes en el Ecuador 2014

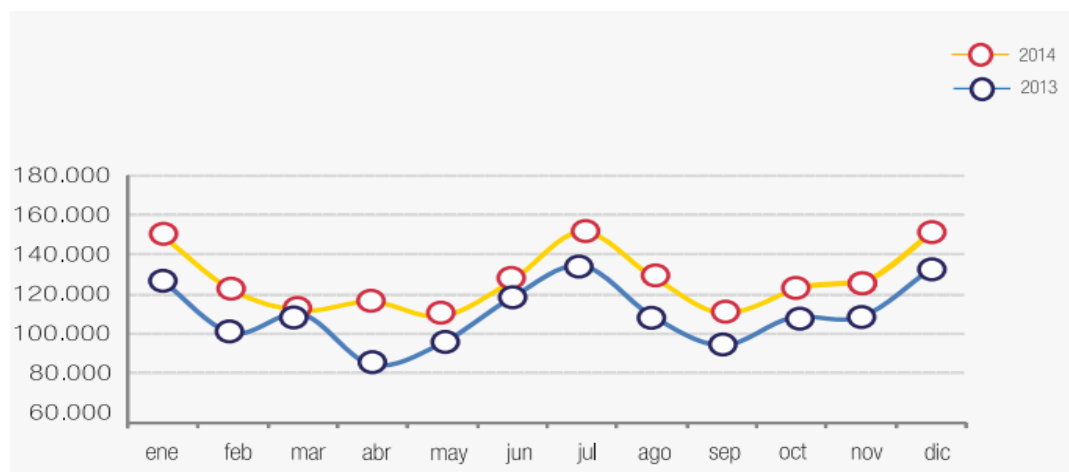


Figura 3.1 Llegada de extranjeros al Ecuador

Fuente: (Ministerio de turismo Boletín N 12, 2014)

En Diciembre del 2014 se observa un crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador en un 14% con respecto al diciembre del año 2013, igualmente en el periodo enero-diciembre del 2014 se alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo periodo del año anterior.

Cuadro 3.1

Llegada de extranjeros al Ecuador

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.177	13,0
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,6
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694	17,0
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767	15,8
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456	11,6
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562	13,8
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278	14,2
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	1'557.006	14,2

Fuente: (Ministerio de turismo Boletín N 12, 2014)

Cuadro 3.2

Principales mercados turísticos al Ecuador

Rk	País	2014							% part.
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	oct	nov	dic	ene - dic	
1	Colombia	104.036	88.702	87.499	27.313	25.647	42.558	375.755	24,1
2	Estados Unidos	61.021	70.927	69.431	15.494	15.995	26.600	259.468	16,7
3	Perú	46.631	35.777	46.175	17.443	15.344	14.308	175.678	11,3
4	Venezuela	20.390	21.390	35.796	12.747	14.296	15.176	119.795	7,7
5	España	15.486	16.672	19.154	5.248	5.504	5.588	67.652	4,3
6	Argentina	23.120	10.850	11.499	3.671	4.116	5.351	58.607	3,8
7	Chile	15.965	8.294	9.541	2.909	2.994	4.193	43.896	2,8
8	Cuba	5.174	8.824	11.400	4.642	5.363	6.144	41.547	2,7
9	Alemania	9.248	6.208	9.430	2.933	2.820	2.678	33.317	2,1
10	Canadá	10.182	8.108	6.431	2.268	2.765	3.486	33.240	2,1
Total		391.167	358.853	398.690	124.456	127.562	156.278	1'557.006	100,0

Fuente: (Ministerio de turismo Boletín N 12, 2014)

Los principales mercados emisores que encabezan la lista de los 10 primeros países que tienen mayor número de llegadas al país son Colombia, Estados Unidos y Perú, los cuales durante el periodo enero- noviembre del 2014 son; Colombia con un total de 375,755 extranjeros que equivale al 24%, seguido por Estados Unidos con un total de 259,468 extranjeros que equivale al 17% y en tercer lugar Perú con un total de 175,678 extranjeros que equivale al 11%.

3.3. Recursos y atractivos turísticos en el sector

Según la (Consultora Ambiental SAMBITO S.A.; MINTUR, 2009) Ecuador posee diversos atractivos que lo hacen un lugar ideal para los turistas que buscan lo natural por sobre la masificación. En relación a esto, Ecuador posee:

- **Patrimonio natural.-** Quienes buscan la diversidad natural, encuentran en el país los siguientes atractivos:

- País mega diverso, posee el 18% aves, 18% orquídeas, 10% anfibios, 8% mamíferos que existen en el planeta.
 - 40 áreas protegidas y 4 reservas de la biósfera
 - Red de bosques privados
- **Patrimonio cultural.-** Ecuador es atractivo para los turistas que buscan un encuentro con etnias descendientes de pobladores nativos. Se encuentra:
 - 14 nacionalidades y 16 pueblos
 - 22 ciudades patrimoniales
 - Artesanía y gastronomía
- **Atractivos turísticos** 3.200 en total de acuerdo a los estudios realizados por el Ministerio de Turismo, los que se encuentran repartidos en:
 - Andes 67%
 - Costa 17%
 - Amazonía 15%
 - Galápagos 1%

Sin embargo, a pesar de este panorama alentador para el desarrollo de diversas actividades turísticas, en el país apenas el 15% del potencial turístico es aprovechado, especialmente para:

- Desarrollo de turismo de cruceros
- Agroturismo y ecoturismo
- Actividades de deportes y aventura
- Turismo comunitario
- Turismo de eventos y convenciones
- Turismo cultural
- Turismo de salud

La siguiente tabla muestra los productos demandados frecuentemente por los turistas, donde se puede apreciar que existe espacio para actividades relacionadas con el agroturismo, turismo comunitario, turismo cultural y los deportes y aventura, que corresponden a las rutas del Spondylus, QhapacÑan y del Tren.

Tabla 3.1

Líneas y productos mayormente usados

Línea y variedad de producto						
Segmentos	Países Vecinos	Estados Unidos y Canadá	Europa	Otros América	Turismo Interno	Nichos de mercado
Circuitos generales	2	3	3	3	1	Avenida de los volcanes
Sol y playa	3				3	Ruta del Spondylus
Turismo comunitario	1	2	3	2	1	3 Spondylus, QhapacÑan, Tren, OTC
Turismo cultural	1	2	2	2	1	3 Quito, Cuenca, Zaruma
Parques temáticos	2	2	2	2	3	Jardines botánicos, acuarios
Ecoturismo y turismo de naturaleza	1	3	3	2		3 Aviturismo, ballenas, parques y reservas
Deportes y aventura	1	3	3	2	2	3 Surfing, buceo, montaña, trekking, rafting
Turismo de salud	1	2	3	2		Termalismo, medicina ancestral
Agroturismo	1	2	2	1	2	3 Ruta de los sabores, chocolate, banano
Convenciones, congresos e incentivos (MICE)	3	2	3	2	2	Quito, Guayaquil, Cuenca

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador. Plan de Marketing Turístico (2009)

3.4. Perfil del visitante

De acuerdo a las investigación realizada a través de la encuesta y y observación directa. Los visitantes que realizan turismo comunitario son:

- Más mujeres que hombres
- Está en una edad comprendida entre 20 y 55 años.
- Visitan las localidades en pareja, con familia o con grupos de amigos.
- Nivel cultural medio y alto.
- Conoce los lugares por lo el boca en boca
- Elige el lugar de visita de acuerdo a:
 - La comodidad,
 - La estética del lugar y la decoración,
 - La cocina,
 - La posibilidad de realizar actividades que involucren a la comunidad

3.5. Beneficios del turismo comunitario

Según (Ruiz & Solis, 2007) El turismo comunitario forma parte de una estrategia de desarrollo local a través de la actividad turística. Desde esta perspectiva persigue los siguientes efectos.

- **Mejora de la calidad de vida.** Desde los organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo o la organización internacional del Trabajo el turismo comunitario se asocia a los programas de lucha contra la pobreza. Desde el turismo comunitario se procura un efecto positivo sobre el conjunto de la comunidad; así los beneficios deben repercutir sobre el conjunto de sus miembros. En este sentido, también se entiende que el turismo comunitario es una forma de frenar la emigración desde las comunidades.
- **Mejora medioambiental.** La sistemática vinculación del turismo comunitario con el ecoturismo y de manera general con la naturaleza como objetivo turístico,

hace que a nivel comunitario el negocio turístico implique una práctica de conservación ambiental.

- **Defensa de las de las minorías étnicas.** Para las asociaciones y organizaciones indígenas, también para muchas comunidades, el turismo comunitario tiene una marcada dimensión política ya que se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre territorios y recursos.

Las experiencias de proyectos de turismo comunitario se consolidan precisamente por las ventajas que ofrecen en la lucha contra la pobreza:

- El turismo comunitario se consume en su lugar de producción (posibilidad de interrelación directa)
- El turismo favorece la extensión geográfica de empleo
- El turismo es una actividad más variada, que integra artesanía, agricultura, transporte.
- Requiere mucha mano de obra y emplea a mujeres y jóvenes.
- Crea oportunidades para muchos pequeños emprendedores; para proveer bienes y servicios a empresas o para ventas directas de bienes y servicios a visitantes (economía informal)

3.5.1. Productos de turismo comunitario que se ofrecen en Ecuador

A través de operadoras se ofertan tours de turismo comunitario como un producto ya elaborado. Ejemplo de esto es La red de turismo comunitario de América Latina – Red tours (REDTURS, 2007), que de acuerdo a su información publicada en su sitio web, “Somos una red de comunidades campesinas e indígenas, instituciones de apoyo y profesionales que compartimos una concepción del desarrollo sostenible. Propiciamos la autogestión del turismo, de modo que las comunidades asuman el protagonismo que les corresponde en la planificación,

operación, supervisión y desarrollo de sus negocios. El turismo puede contribuir a concretar algunas de las aspiraciones comunitarias en la medida en que hagamos de él una actividad económicamente viable, socialmente solidaria, culturalmente enriquecedora y ambientalmente responsable.

Este sitio pone a disposición de los turistas, tour operadores, instituciones públicas y privadas una amplia información actualizada sobre destinos turísticos comunitarios, instrumentos y enfoques relevantes para su promoción y desarrollo. “

Esta red ofrece Destinos turísticos en 15 países de Latino América, incluido Ecuador con 52 destinos turísticos comunitarios. Cabe mencionar que dentro de los destinos se encuentra Salinas en la Provincia de Bolívar. A continuación se detalla el producto de interés por ellos ofertado:

Tabla 3.2

Líneas y productos mayormente usados

Salinas de Tomabela: pioneros del turismo comunitario andino (Bolívar)

Ubicación y acceso	Este destino comunitario se encuentra en el cantón Guaranda, en la provincia de Bolívar, parroquia Salinas; habitada por unas 10.000 personas, agrupadas en 30 comunidades. Se accede a este destino desde Quito, tras 4 horas de viaje vía terrestre.
Ecosistema	Debido a su geografía y extensión, la zona posee diversos pisos ecológicos: páramo, sierra y subtrópico, situados entre 600 y 4.200 metros de altitud. Sin embargo, la mayoría de sus actividades se desarrolla en el páramo, a una altitud promedio de 3.600 metros y una temperatura promedio de 10°C.
Atractivos turísticos	Entre los atractivos a visitar en la zona están las minas de sal, parte de la historia y el origen de la comunidad; producto que fue utilizado para el comercio y el trueque con otras regiones del país. Un museo exhibe los instrumentos para su producción. La comunidad ha mantenido sus costumbres, especialmente aquéllas de carácter religioso. La gran diversidad de pequeños negocios constituye en sí un atractivo turístico (más de 30 en total: quesos, lana, embutidos, chocolates, turrones, hongos, aroma terapia, turismo, etc.). La comunidad promueve festejos destinados a realzar el consumo de sus productos; algunos de ellos son regularmente exportados a Italia. La zona ofrece atractivos peculiares, como un centro ritual, los farallones rocosos y la cascada de Chazojuan, que se abre paso entre estos gigantes de piedra, el bosque y la crianza de camélidos. Entre la flora destaca el yagual, los mortiños y el quishuar. La comunidad está bañada por el río Salinas, donde se

	cría la trucha asalmonada para consumo local.
Actividades turísticas	Los jóvenes de la comunidad administran un pequeño hotel y han organizado circuitos para caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta para niños y jóvenes. En el río Salinas, fuente de vida de la zona, se puede practicar pesca deportiva. En las caminatas se observa una gran variedad de aves nativas e importadas, así como animales en peligro de extinción. Por las tardes, el anfitrión disfrutará de agradables veladas culturales amenizadas con juegos, música, ritos y narraciones de leyendas locales. Se realiza actividades educativas, como las visitas a los proyectos comunitarios.
Servicios turísticos	La comunidad cuenta con alojamiento en un hotel, refugios y viviendas familiares, con la opción de escoger habitaciones simples, dobles o comunales. Se puede también acampar en áreas que han sido acondicionadas para tal efecto. En el comedor se sirven exquisitos platos típicos de la zona, preparados a base de productos locales, por los jóvenes de la comunidad. Durante su visita estará siempre acompañado de un experimentado guía local.
Paquete ofertado	Se organiza tours de uno a 15 días; los visitantes pueden escoger el que convenga a sus gustos y preferencias, con las opciones dominantes: ecológico, agro-manufacturero, aventura, recreativo, deportivo y científico. Los amantes de la naturaleza y la vida silvestre podrán realizar largos recorridos para visitar los diferentes pisos ecológicos que se encuentran en la zona.
Implementos a traer	Dado que la región es fría, se recomienda traer ropa abrigada, gorro de lana, capa impermeable y zapatos cómodos para caminar. Para su protección provéase de gafas de sol o de montaña, protector labial y bloqueador solar. No olvide traer binoculares, su cámara de fotos o filmadora.

Fuente: <http://www.redturs.org/nuevas/index.php>

3.6. Investigación de mercado

3.6.1. Propósito de la Investigación

La presente investigación tiene como propósito captar la realidad de los establecimientos de Alimentos y Bebidas y la percepción de los turistas hacia los prestadores de servicios. Este investigación sirvió para realizar la “Propuesta De Un Proceso De Cadena Productiva Para Comedores Comunitarios Dentro De Los Colectivos Que Desarrollan Turismo Local En El Cantón Guaranda Provincia De Bolívar”

Para efectos de este estudio se consideró a la Parroquia Salina debido a que como se menciona en el capítulo I, Cuadro 4, es la única comunidad registrada dentro de la FEPTCE y consta como miembro oficial de la misma con el nombre “Comunidad de Salinas de Guaranda”

Por otro lado, se considera también a la Parroquia Urbana Guanujo, que a diferencia de la Parroquia Salinas, no se ha desarrollado turísticamente, pero si como organización comunitaria a través de la FEDERACIÓN FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanujo). Debido a que no ha impulsado su potencial turístico se ha tomado como una oportunidad para el desarrollo de turismo comunitario a través de la “Propuesta De Un Proceso De Cadena Productiva Para Comedores Comunitarios Dentro De Los Colectivos Que Desarrollan Turismo Local En El Cantón Guaranda Provincia De Bolívar”

A continuación se identifican los elementos del proceso de la investigación de mercado: población y la muestra, metodología a aplicarse, la cual contempla tanto herramientas cualitativas como cuantitativas. Se presentan y analizan los resultados de la investigación de manera que los resultados del estudio cuantitativo son complementados y corroborados por los resultados de la fase cualitativa.

3.6.2. Determinación metodológica

Para llevar a cabo la investigación se tomara en cuenta el la metodología cuantitativa y cualitativa de la investigación, ya que, la primera permite recoger la información mediante cuestiones cerradas que se plantean al sujeto de forma idéntica y homogénea lo que permite su cuantificación y tratamiento estadístico, utilizando la técnica de la encuesta. Y la segunda trata de encontrar la riqueza de significados, no cuantificarlos o generalizarlos, para esta metodología se utilizara la técnica de la entrevista

Además se aplicó métodos y técnicas que nos permitieron recopilar la información necesaria Las fuentes que nos permitieron

Como instrumento de recopilación de información para el tema de esta investigación se empleó la entrevista y la encuesta.

Las fuentes de investigación utilizadas son las siguientes

- **Primarias:** Entrevista, Encuesta
- **Secundarias:** Documentos, Datos Históricos

Las encuestas fueron aplicadas a los turistas que visitan la Parroquia Salina, esta información fue facilitada por la Oficina de Turismo manejada por el Grupo Juvenil Salinas.

La entrevista fue aplicada al presidente de FEDERACIÓN FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanujo) Sr. Oswaldo Gavilanes

3.6.3. Tamaño de la muestra

La población fue tomada de la información proporcionada por la Oficina de Turismo manejada por el Grupo Juvenil Salinas. La información de turistas durante el año 2015 está registrada hasta el mes de abril. Es por esto que tomaremos en cuenta el total de turistas registrados en el año 2014. El total de la población es de 7908

Cuadro 3.3

Registro de visitantes

MESES	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ENERO		983	686	554	695	307
FEBRERO		653	821	514	412	328
MARZO		567	812	862	493	479

ABRIL		767	652	557	330	399
MAYO	281	559	1071	532	936	
JUNIO	1063	1017	897	704	1244	
JULIO	1106	878	1020	592	543	
AGOSTO	956	818	1323	1022	659	
SEPTIEMBRE	540	439	734	547	538	
OCTUBRE	689	636	485	835	496	
NOVIEMBRE	767	600	577	1070	1012	
DICIEMBRE	725	917	853	805	550	
TOTAL	6127	8834	9931	8594	7908	1513

Fuente: Oficina de turismo

Muestra

$$n = \frac{Nz^2s^2}{e^2(N-1) + z^2s^2}$$

Dónde:

n = tamaño de muestra

N = universo de población (1513)

e = error (0.05)

z = confianza (0.95)

p = probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

$$n = \frac{(1513)(1,96)^2(0,5)^2}{(0,05)^2(1512) + (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = \frac{1453,0852}{4,7404}$$

$$n = 306.53$$

$$n = 307$$

3.6.4. Análisis e Interpretación de datos

Se levantó la información en base al modelo de encuesta en el punto anterior, y los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

Datos generales:

Cuadro 3.4

Sexo

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mujer	177	57,7	57,7	57,7
	Hombre	130	42,3	42,3	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

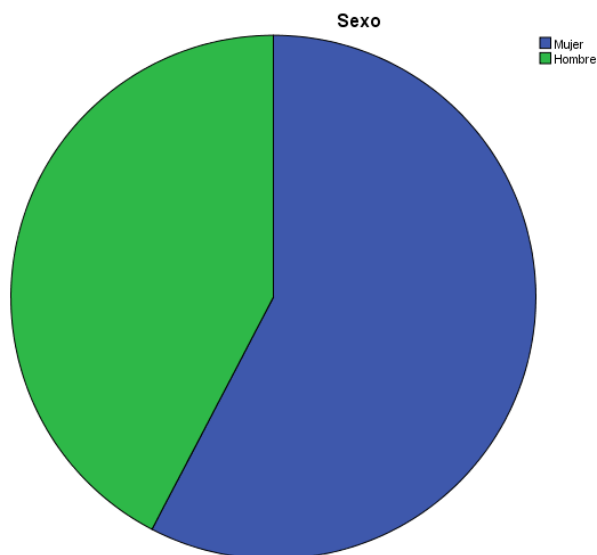


Figura 3.2 Sexo

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 57.7% son mujeres y el 42.3% son hombres.

Análisis

Según la muestra establecida, se evidencia que el mayor número de turistas son mujeres con un 15.4% con relación a sexo masculino, por ende el proyecto debe ir enfocado en un porcentaje mayor al sexo femenino.

Cuadro 3.5

Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 a 30	139	45,3	45,3	45,3
	31 a 46	70	22,8	22,8	68,1
	47 a 60	61	19,9	19,9	87,9
	61 a más	37	12,1	12,1	100,0
Total		307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

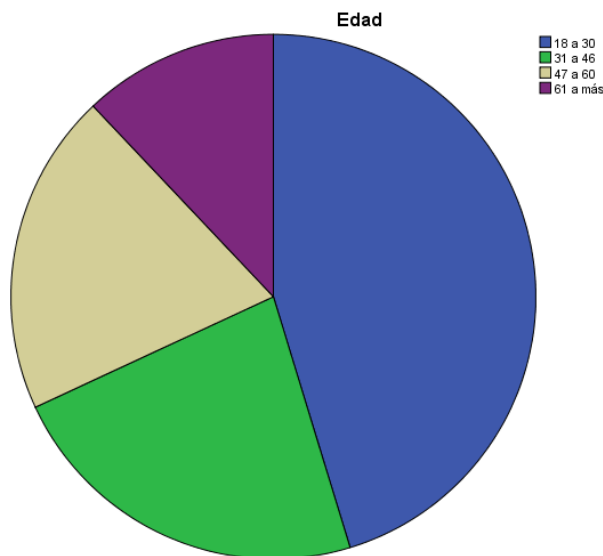


Figura 3.3 Edad

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 45.3% oscilan entre edades de 18 a 30 años, el 22.8% de la población encuestada oscilan entre los 31 a 46 años de edad, el 19.9% oscilan entre los 47 a 60 años de edad y el 12.1% de la población oscila entre los 61 años y más.

Análisis

Según los datos generados en la encuesta, se evidencia que el rango de edad de los turistas que visitan la parroquia, con mayor relevancia son los jóvenes y los jóvenes adultos es por eso que se debe tomar a en cuenta este resultado para la formular estrategias.

Cuadro 3.6

Pregunta N°1

¿En su estadia en la Parroquia que tipo de establecimiento de Alimentos y bebidas visitó?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Restaurante	216	70,4	70,4	70,4
	Cafetería	67	21,8	21,8	92,2
	Fuente de soda	1	,3	,3	92,5
	Bares	6	2,0	2,0	94,5
	Otros	17	5,5	5,5	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

¿En su estadia en la Parroquia que tipo de establecimiento de Alimentos y bebidas visitó?

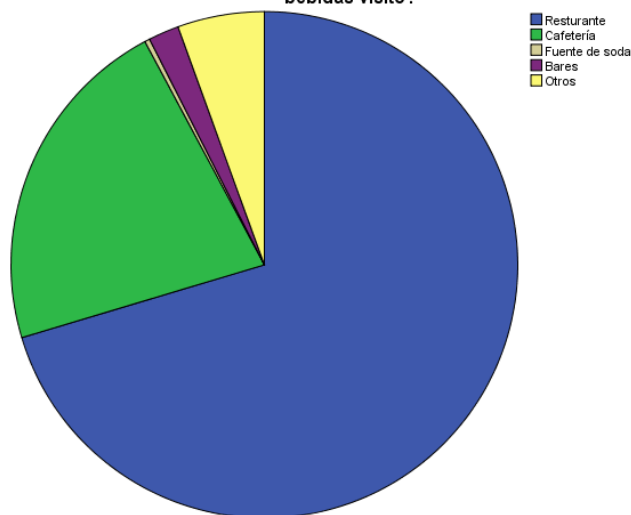


Figura 3.4 Tipo de establecimiento visitado

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 70.4% visitó restaurantes, el 21.8% de la población encuestada visitó cafeterías, el 5.5% visitó otro tipo de establecimientos, el 2.0% de la población visitó bares y el 0.3% de la población visitó fuentes de soda.

Análisis

La mayor parte de los turistas dentro del servicio de alimentos & bebidas, han visitado restaurantes, cabe mencionar que en la opción “otros” los turistas mencionaron que visitaron todos los tipos de establecimientos que existen en el lugar.

Cuadro 3.7

Pregunta N° 2

Según su criterio que calificación le daría a los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la

Parroquia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De primera categoría	38	12,4	12,4	12,4
	De segunda categoría	119	38,8	38,8	51,1
	De tercera categoría	150	48,9	48,9	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Según su criterio que calificación le daría a los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la Parroquia

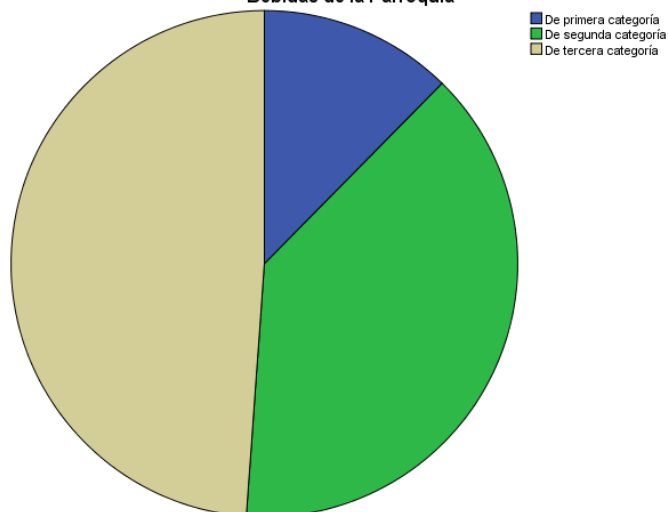


Figura 3.5 Criterio de Calificación de los establecimiento de A&B

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 48.9% categorizaron a los establecimientos de la parroquia de tercera categoría, el 38.8% de la población encuestada mencionan que son de segunda categoría, y el 12.4% categorizó a los establecimientos de primera categoría

Análisis

La mayoría de los establecimiento de la parroquia Salinas, según la opinión de los turistas es de tercera categoría, sin embargo también califican a varios establecimientos como de segunda categoría. Con esto se Permite conocer que si existen establecimientos que pueden ser parte de la red de comedores.

Cuadro 3.8

Pregunta N° 3

En su visita a los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia de qué forma se ofertaron los alimentos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menú	185	60,3	60,3	60,3
	A la carta	122	39,7	39,7	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

En su visita a los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia de qué forma se ofertaron los alimentos

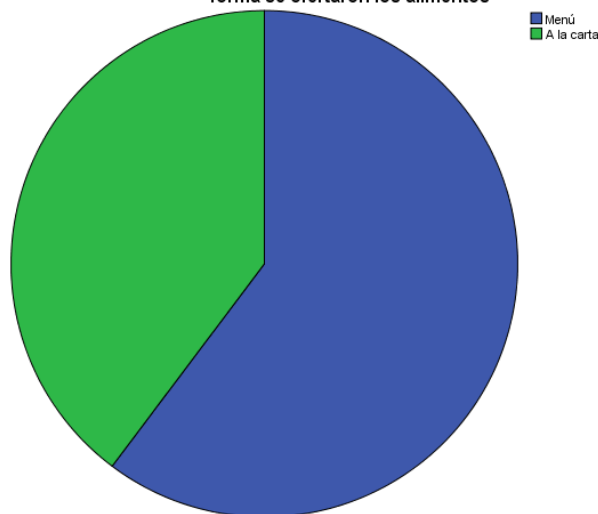


Figura 3.6 Criterio de Calificación de los establecimiento de A&B

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada durante su visita a los establecimientos de alimentos & bebidas el 60.3% recibieron menús para seleccionar la oferta gastronómica y el 39.7% de la población encuestada mencionan recibieron la opción platos a la carta para seleccionar la oferta gastronómica.

Análisis

Más del 50% de los establecimientos de A&B de la parroquia Salinas ofrecen menús para su oferta gastronómica, resultado que permitirá establecer estrategias para potenciar la oferta existente.

Cuadro 3.9

Pregunta N° 4

De acuerdo al servicio de Alimentos y bebidas entregado por los establecimientos existentes en la parroquia, marque (con una X) los protocolos cumplidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pre-servicio	6	2,0	2,0	2,0
	Durante el servicio	200	65,1	65,1	67,1
	Post-servicio	34	11,1	11,1	78,2
	Todos	67	21,8	21,8	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo al servicio de Alimentos y bebidas entregado por los establecimientos existentes en la parroquia, marque (con una X) los protocolos cumplidos

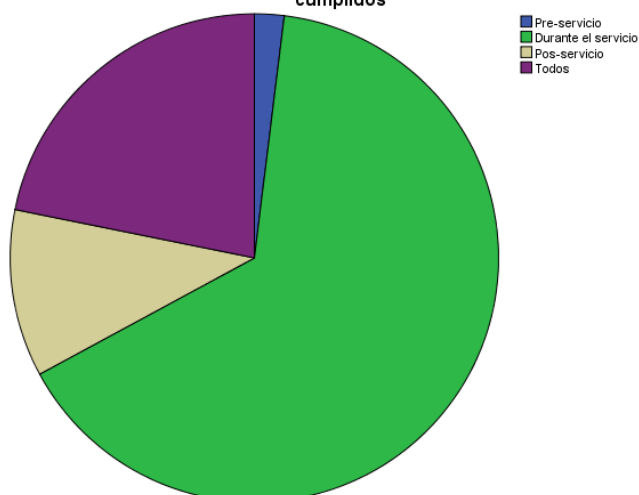


Figura 3.7 Protocolos Cumplidos

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 65.10% mencionan que los protocolos en el servicio fueron en su mayoría durante el servicio, mientras que el 21.8% mencionan que recibieron todos los protocolos de servicio, el 11.1% de la

población encuestada mencionan que los protocolos se cumplieron en el post-servicio y solo el 2% de la población recibió el protocolo en es pre-servicio.

Análisis

Los datos arrojados en esta preguntan indican que existe una deficiencia en los protocolos que se deben cumplir durante el servicio de alimentos & bebidas, ya que se está dejando de lado el primer acercamiento del personal con el cliente, tanto en el pre-servicio y en el post-servicio. Son pocos los turistas que han percibido que se cumplan todos los protocolos en los establecimientos de A&B que visitaron.

Cuadro 3.10 **Pregunta N° 5**

La presentación de los platos y menús en los establecimientos de Alimentos y bebidas de la parroquia, considera usted que son:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelentes	16	5,2	5,2	5,2
	Buenos	105	34,2	34,2	39,4
	Regular	171	55,7	55,7	95,1
	Malo	15	4,9	4,9	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

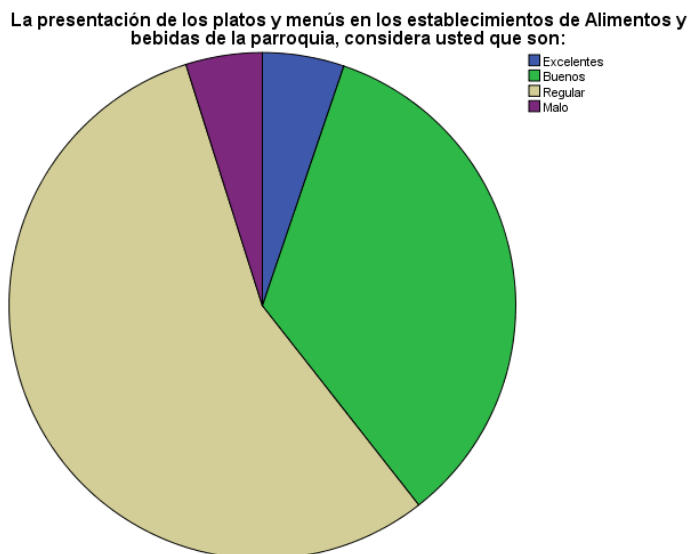


Figura 3.8 Presentación de la oferta gastronómica

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 55.7% considera que la presentación de los platos que ofrecen los establecimientos de A&B son regulares, el 34,2% estima que la presentación de los platos es buena, el 5,2% valora que la presentación de los platos es excelente y por último, el 4,9% considera que la presentación de los platos es mala.

Análisis

Los resultados indican que más del 50% de los turistas consideran que la presentación de los platos y menús de los establecimientos A&B de la parroquia es buena. Indicador que se tomara en cuenta para proponer estrategias que permitan mejorar la presentación de los platos y menús y llegar a ser vistos como excelentes.

Cuadro 3.11
Pregunta N° 6

Existe variedad en la oferta de platos en los establecimientos de alimentos y bebidas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	157	51,1	51,1	51,1
	No	150	48,9	48,9	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo



Figura 3.9 Variedad en la oferta

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 51,1% considera que existe variedad en la oferta de platos en los establecimientos de A&B, mientras que el 48,9% considera que no hay variedad en la oferta gastronómica.

Análisis

La opinión acerca de la variedad en la oferta de platos, según los resultados está dividida. La diferencia es apenas un 2,2%, y esto se debe a que dentro de la parroquia existen varios establecimientos de A&B que ofertan variedad de platos y ofrecen un buen servicio a sus visitantes. Y por el contrario, existen establecimientos que no dan un buen servicio y tampoco existe variedad en su oferta.

Cuadro 3.12

Pregunta N° 7

Para que mejore la oferta de Alimentos y bebidas de la parroquia. Cuáles de los siguientes ítems cree que se deben considerar? (Enumere del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y el 1 el menos importante)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad en el servicio	65	21,2	21,2	21,2
	Calidad de la oferta gastronómica	69	22,5	22,5	43,6
	Estándares de limpieza e higiene	127	41,4	41,4	85,0
	Ambientación del establecimiento	30	9,8	9,8	94,8
	Marca e imagen	14	4,6	4,6	99,3
	Otros	2	,7	,7	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Para que mejore la oferta de Alimentos y bebidas de la parroquia. Cuáles de los siguientes ítems cree que se deben considerar? (Enumere del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y el 1 el menos importante)

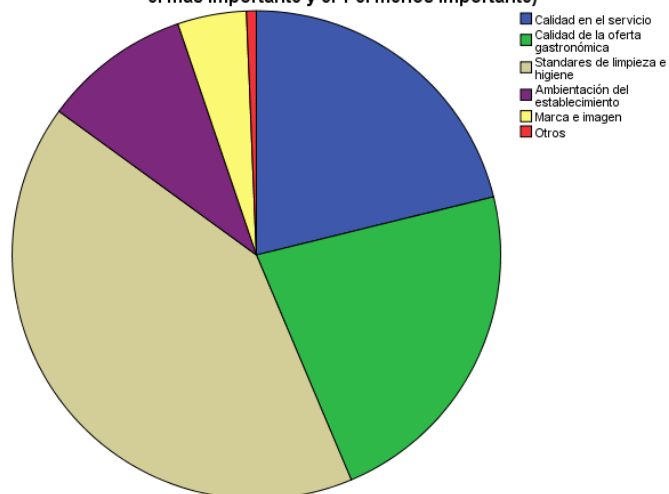


Figura 3.10 Calidad en la oferta

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Según los resultados de la encuesta, el ítem más importante para los turistas son los Estándares de limpieza e higiene con el 41,4%. Seguido por la calidad de la oferta gastronómica con un 22,5%. En tercer lugar la calidad en el servicio con un 21,2%. En cuarto lugar la ambientación del establecimiento con un 9,8%. En quinto lugar la marca e imagen con un 4,6%. Y por último Otro con el 0,7%.

Análisis

Para el turista lo más importante dentro del servicio de A&B son los Estándares de limpieza e higiene, seguido por la calidad de la oferta gastronómica y calidad en el servicio. Este resultado ayudara a establecer los parámetros generales para que los establecimientos de A&B formen parte de la red.

Cuadro 3.13
Pregunta N° 8

¿Cuál de los siguientes aspectos es el más relevante para Ud. dentro del servicio de alimentos y bebidas. Siendo el 4 el más importante y el 1 el menos importante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal Capacitado	97	31,6	31,6	31,6
	Presentación del plato	88	28,7	28,7	60,3
	Menú variado	103	33,6	33,6	93,8
	Presentación de la carta	19	6,2	6,2	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

¿Cuál de los siguientes aspectos es el más relevante para Ud. dentro del servicio de alimentos y bebidas. Siendo el 4 el más importante y el 1 el menos importante?

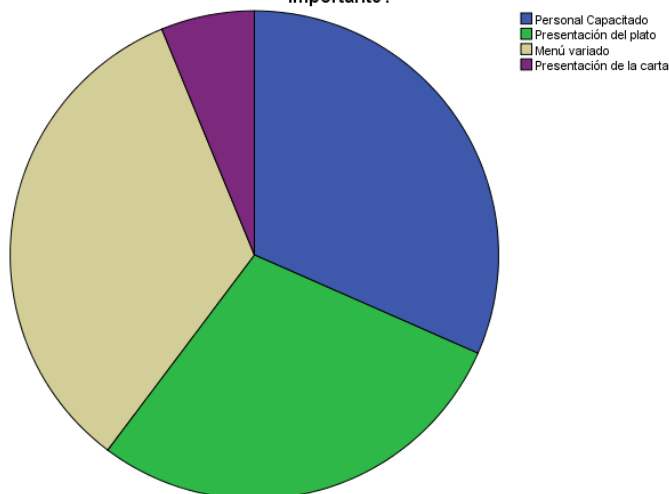


Figura 3.11 Aspectos dentro del servicio

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Según los resultados de la encuesta, el aspecto más importante para los turistas es que exista un Menú variado 33,6%. Seguido por el personal capacitado con un 31,6%. En tercer lugar por la presentación del plato con un 28,7%. Y por último la presentación de la carta con el 6,2%.

Análisis

Para el turista lo más importante dentro del servicio de A&B es que exista un Menú variado, seguido por el personal capacitado, la presentación del plato y por último la presentación de la carta. Este resultado ayudara a establecer los parámetros específicos para que los establecimientos de A&B formen parte de la red

Cuadro 3.14 Pregunta N° 9

Por las características de la parroquia. ¿Cuál sería el manejo que los establecimientos de Alimentos y bebidas deben proyectar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Establecimientos Comunitarios de Alimentos y Bebidas	161	52,4	52,4	52,4
	Establecimientos privados	146	47,6	47,6	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo



Figura 3.12 Variedad en la oferta

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 52,4% considera que el manejo que los establecimientos de Alimentos y bebidas debe ser Comunitario, sin embargo el 47,6 % indica que prefieren establecimientos privados

Análisis

Los resultados indican que los turistas prefieren que el manejo de los establecimientos de A&B deben ser comunitarios pero sin embargo el 47.6% prefieren establecimientos privados porque manifiestan que el servicio es mejor

Cuadro 3.15

Pregunta N° 10

¿Qué factor considera que hay q tomar en cuenta para la imagen de los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la parroquia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costumbres del lugar	190	61,9	61,9	61,9
	Necesidades de los habitantes del sector	48	15,6	15,6	77,5
	Afluencia de turistas nacionales e internacionales	69	22,5	22,5	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

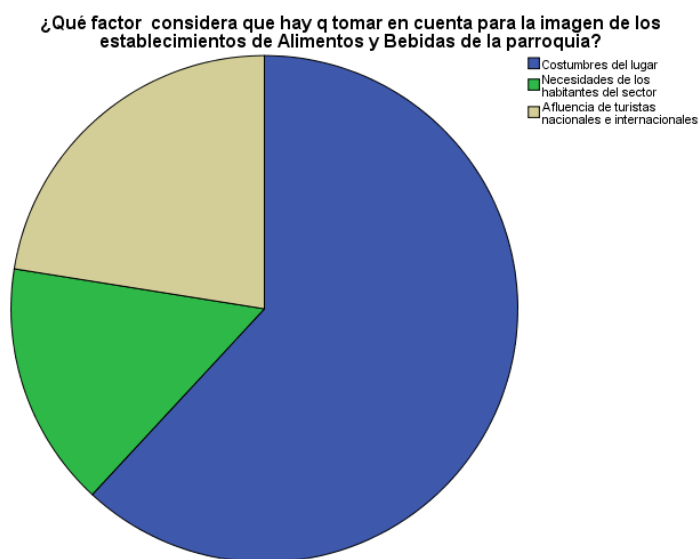


Figura 3.13 Imagen en los establecimientos

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 61,9% considera que para la imagen de los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la parroquia se debe tomar en cuenta las costumbres del lugar. 22,5% considera que hay que tomar en cuenta la

Afluencia de turistas nacionales e internacionales. Y el 15,6% considera que hay que tomar en cuenta las Necesidades de los habitantes

Análisis

Los resultados indican que los turistas en su mayoría consideran que la imagen que deben proyectar los establecimientos de A&B tiene que estar relacionada con las costumbres del lugar ya que indican que la parroquia ha perdido su identidad y costumbres.

Cuadro 3.16

Pregunta N° 11

Qué tipo de alimentación considera que es necesaria ofertar dentro de los comedores de la parroquia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nacional	62	20,2	20,2	20,2
	Típica de la zona	128	41,7	41,7	61,9
	Internacional	22	7,2	7,2	69,1
	Comida rápida	16	5,2	5,2	74,3
	Otros	79	25,7	25,7	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

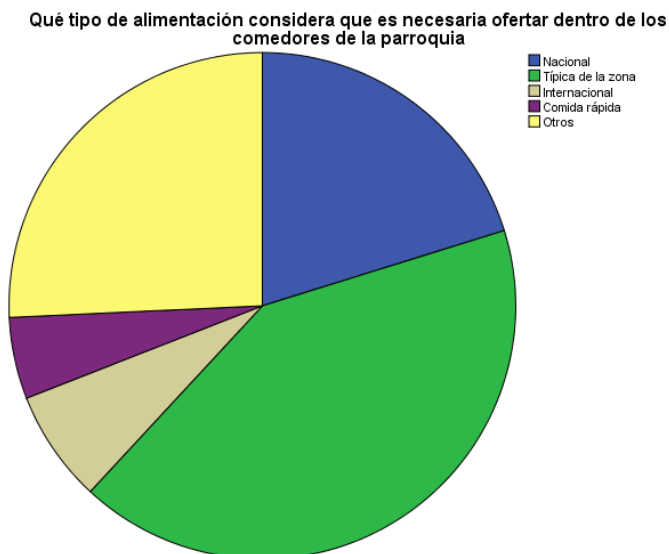


Figura 3.14 Tipo de alimentación

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 41,7% considera que la alimentación que se debe ofertar dentro de los establecimientos de A&B debe ser típica de la zona (parroquia y/o cantón). El 25,7% contestó otros, indicando en este punto que se deben ofrecer todas las opciones (Nacional, Típica de la zona, Internacional, Comida rápida). El 20,2% indica que la alimentación que se debe ofertar dentro de los establecimientos de A&B debe ser Nacional. El 7,2% indica que la alimentación que se debe ser Internacional. Y el 5,2% indica que se debe ofertar comida rápida

Análisis

Los resultados indican que los turistas consideran que la alimentación que se debe ofertar dentro de los establecimientos de A&B debe ser típica de la zona (parroquia y/o cantón). Y en segundo lugar consideran que se deben ofrecer todas las opciones (Nacional, Típica de la zona, Internacional, Comida rápida). Se tomarán en cuenta los resultados para la elaboración de la propuesta

Cuadro 3.17
Pregunta N° 12

¿Al momento de planificar el menú para los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la parroquia que elementos piensa que se deben considerar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Productos de agricultura local	88	28,7	28,7	28,7
	Productos que ofrece la marca "El Salinerito"	114	37,1	37,1	65,8
	Productos agrícolas de parroquias aledañas	2	,7	,7	66,4
	Todas las anteriores	103	33,6	33,6	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

¿Al momento de planificar el menú para los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la parroquia que elementos piensa que se deben considerar?

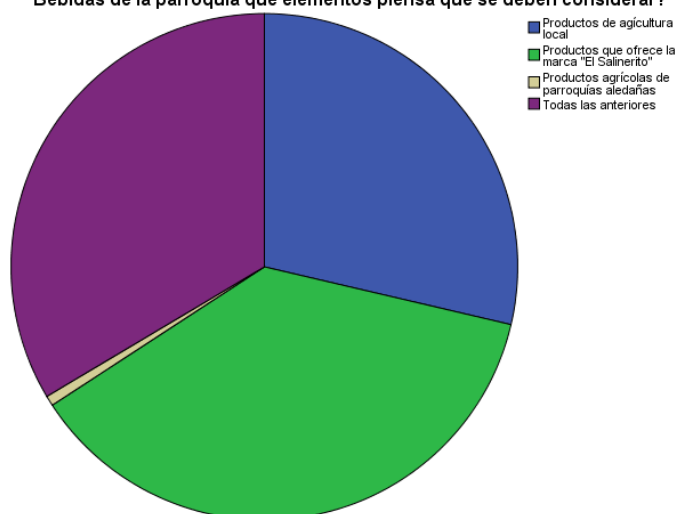


Figura 3. 15 Planificación de Menú

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada, el 37,1% considera que se deben utilizar productos de la marca "El Salinerito" para la elaboración del menú. El 33,6% indica que se deben utilizar todas las opciones (Productos de agricultura local,

Productos que ofrece la marca "El Salinerito", Productos agrícolas de parroquias aledañas) para la elaboración del menú. El 28.7% indica que se deben utilizar Productos de agricultura local y el 0,7% indica que se debe utilizar Productos agrícolas de parroquias aledañas para la elaboración del menú

Análisis

Los resultados indican que la mayoría de los turistas consideran que se deben utilizar productos de la marca "El Salinerito" para la elaboración del menú de los establecimientos de A&B. De igual en segundo lugar con el 33,6% indica que se deben utilizar todas las opciones (Productos de agricultura local, Productos que ofrece la marca "El Salinerito", Productos agrícolas de parroquias aledañas). Estos resultados será tomaran en cuenta para desarrollar la propuesta del menú estándar para los establecimientos que formaran la red

Cuadro 3.18

Pregunta N° 13

La formación de redes de cooperación entre empresas del sector turístico (en este caso de alimentos y bebidas) puede alcanzar grandes logros como la promoción de un destino turístico y garantizar productos y servicios de calidad a los turistas. ¿Considera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	232	75,6	75,6	75,6
	No	75	24,4	24,4	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

La formación de redes de cooperación entre empresas del sector turístico (en este caso de alimentos y bebidas) puede alcanzar grandes logros como la promoción de un destino turístico y garantizar productos y servicios de calidad a los turistas. ¿Considera

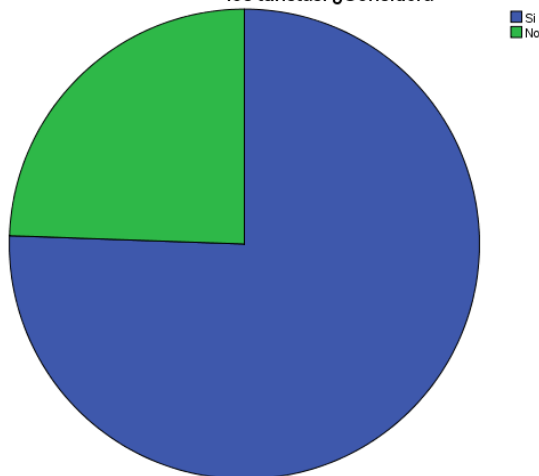


Figura 3.16 Redes de Cooperación

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 61,9% considera que para la imagen de los establecimientos de Alimentos y Bebidas de la parroquia se debe tomar en cuenta las costumbres del lugar. 22,5% considera que hay que tomar en cuenta la Afluencia de turistas nacionales e internacionales. Y el 15,6% considera que hay que tomar en cuenta las Necesidades de los habitantes

Análisis

Los resultados indican que más de 60% de los turistas consideran los establecimientos de A&B deben manejar una imagen basada en las costumbres del lugar. Por ende se tomara en cuenta este resultado para manejar la imagen de la propuesta de la red de comedores.

Cuadro 3.19
Pregunta N° 14

Considera que los establecimientos de Alimentos y bebidas de la parroquia necesitan organizarse para ofrecer productos y servicios de calidad a sus visitantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	285	92,8	92,8	92,8
	No	22	7,2	7,2	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Considera que los establecimientos de Alimentos y bebidas de la parroquia necesitan organizarse para ofrecer productos y servicios de calidad a sus visitantes?

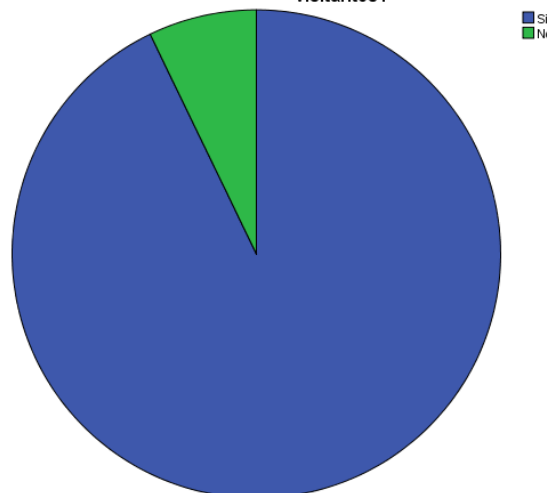


Figura 3.17 Organización de la oferta

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 92,8% considera que los establecimientos de A&B deben organizarse para ofrecer productos y servicios de calidad a sus visitantes. Mientras que el 7,2% considera que no es necesario

Análisis

Casi en la totalidad de los turistas encuestados piensan que los establecimientos de A&B deben organizarse para mejorar el servicio de alimentos y

bebidas. Por ende se establecerán estrategias basadas en esta información para generar la propuesta.

Cuadro 3.20

Pregunta N° 15

¿Cree Ud. que los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia, deben ser parte de una red comunitaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	246	80,1	80,1	80,1
	No	61	19,9	19,9	100,0
Total		307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

¿Cree Ud. que los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia, deben ser parte de una red comunitaria?

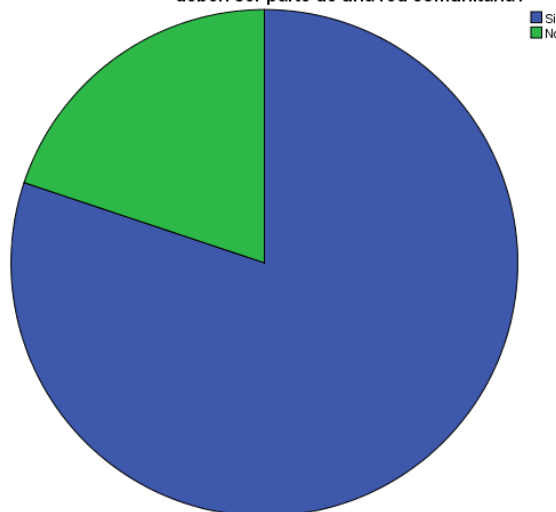


Figura 3.18 Red Comunitaria

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 80,1% considera que los establecimientos de A&B deben ser parte de una red comunitaria. Mientras que el 19,9% considera que no es necesario.

Análisis

Más del 80% de los turistas encuestados piensan que los establecimientos de A&B deben ser parte de una red comunitaria que permita mejorar el servicio y a la vez generar una economía solidaria. Por ende se establecerán estrategias basadas en esta información para generar la propuesta de una red comunitaria de Alimentos y Bebidas.

Cuadro 3.21

Pregunta N° 16

¿Cómo turista le gustaría participar en la elección de los productos para la preparación de sus platos, mientras realiza el recorrido por las microempresas del sector?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	255	83,1	83,1	83,1
	No	52	16,9	16,9	100,0
Total		307	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

¿Cómo turista le gustaría participar en la elección de los productos para la preparación de sus platos, mientras realiza el recorrido por las microempresas del sector?

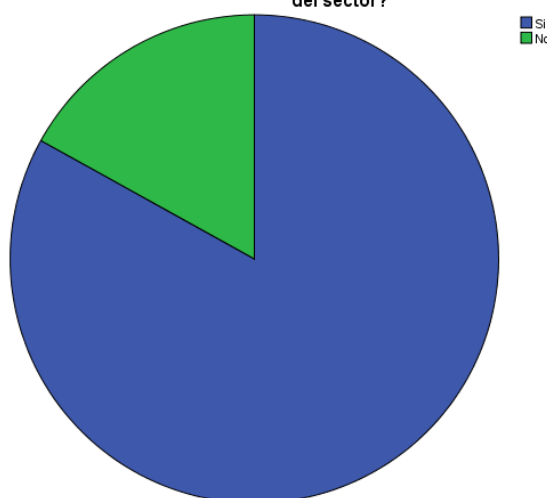


Figura 3-19 Elección de Productos

Fuente: Investigación de Campo

Interpretación

Del 100% de la población encuestada el 83,1% de turistas les gustaría participar en la elección de los productos para la preparación de sus platos. Mientras que al 16,9% no le gustaría participar en la elección de productos.

Análisis

La mayoría de turisteas prefiere participar en la elección de productos, es así que, con los resultados obtenidos se generara la propuesta de un tour donde los turistas serán participes de la elección de los productos para que posteriormente sean preparados en los establecimientos que formen parte de la red de comedores comunitarias.

3.6.5. Análisis e Interpretación de la entrevista

Tabla 3.3

Entrevista al Sr. Oswaldo Gavilanes, representante de la Fundación “FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanujo)

Entrevista Guanujo	
Pregunta	Respuesta
Cuál es la producción agrícola de Granujo	Actualmente Guanujo y sus comunidades se dedican a la producción de moras. Otros productos que se dan en la zona son el maíz, trigo, cebada y quinua. Las papas, ocas, mellocos y mashuas. A de mas otros productos como frutillas, zambo, zapallo, etc.
Cuál es la comida o bebida típica de Guanujo	El principal exponente de Guanujo es la bebida del pájaro azul ya que en este lugar se lleva a cabo su elaboración. Se consume principalmente durante las fiestas. Existen varios establecimientos artesanales donde se realiza este producto a más de la Distribuidora de pájaro azul
Existen organizaciones o asociaciones de turismo en Guanujo	No existe una organización específica para turismo en Guanujo pero si una organización comunitaria que trabaja a favor del crecimiento de Guanujo y sus comunidades, FEDERACIÓN FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanujo).
Existe talento humano calificado para el turismo	Debido a que es una parroquia urbana y la mayoría de sus habitantes se han preparado en la cabecera cantonal, considero que si hay personal calificado que pueda colaborar en lo que a turismo se refiere y que además aporte con conocimientos para el talento humano empírico que si existe en la parroquia
Cuál es el atractivo turístico más importante de la parroquia	Considero que el principal atractivo turístico de Guanujo es el Centro turístico las cochas, la hacienda “el sinche” debido a la producción de quesos, otro atractivo importante es la iglesia de Guanujo que tiene mucha similitud con la iglesia principal de Guaranda. Otro atractivo importante son las fiestas populares de la parroquia
En la comunidad o parroquia existe alguna incidencia de la marca “El Salinerito” u otros productos	Si, en la parroquia existe una tienda “El Salinerito” que ofrece sus productos y también la hacienda “El sinche” donde se producen quesos

Análisis e interpretación

A través de la entrevista se logró tener un conocimiento general sobre los productos de la zona, las organizaciones que se encuentran en el sector y que formaran parte de la cadena. De igual forma se detallan los atractivos turísticos relevantes del lugar, el talento humano con el que se puede trabajar el proyecto y la incidencia de los productos El “Salinerito” en la parroquia Guanujo

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4. Cadena productiva

4.1. Enfoque estratégico

La presente investigación fue realizada con el fin de mejorar la prestación de servicios en los establecimientos de alimentos y bebidas dentro de las Parroquias Salinas y Guanujo del Cantón Guaranda, generar mayores propuestas de alimentos que plasme la identidad de la gastronomía de los sectores de estudio, como parte del accionar del turismo comunitario y con el fin de fortalecer la imagen asociativa de los establecimientos que prestan el servicio de alimentos y bebidas y de las 2 comunidades.

Actualmente y de acuerdo con el levantamiento de información realizada en el capítulo anterior en la parroquia Salinas cuenta con 6 establecimientos que se encuentran en mejores condiciones para ser parte de la red, los 3 establecimientos restantes deben mejorar en varios aspectos, necesitan tener mayor cuidado con el servicio que ofertan. En el Caso de Guanujo se debe crear la imagen para que los establecimientos existentes puedan llegar a ser parte de la red.

Alcance.- El proceso de cadena de valor para comedores comunitarios tiene un enfoque que va de la mano con las políticas de estado en el plan del buen vivir, y de los ejes del turismo comunitario:

- Gestión del territorio

Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades.

- Economía solidaria
- Dinamizar e integrar la economía local

- Fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios
- Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables
- Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario

La propuesta se basa en el desarrollo de 4 ejes:

- Imagen de la Cadena

En este se establecerá una imagen para los establecimientos de alimentos y bebidas que sean parte de la cadena productiva y de valor-



Figura 4.1 Logotipo de la Red de A&B

- Protocolos en el servicio

Se establecerá los protocolos en el servicio de alimentos y bebidas que deben cumplir los involucrados de la cadena productiva y de valor

- Menú

Se entregara a los establecimientos 3 tipos de menús que se podrán aumentar en la carta para generar mayor variedad de productos como parte de la oferta

- Circuito Gastronómico

Comprende recorridos por los sitios, establecimientos y lugares de la comunidad, asociando cada emprendimiento a los conceptos gastronómicos y culturales que deben ser parte del servicio de Alimentos y bebidas

Para cumplir los ejes propuestos se describen a continuación delo objetivos que se han planteado para cumplir las metas

4.2. Red de alimentos & bebidas

Con esta propuesta se desea mejorar la prestación de servicio de alimentos y bebidas, generar una asociación para establecer estándares de calidad y a su vez contribuir con el desarrollo local de las parroquias con la creación de la red de comedores comunitarios

4.2.1. Caso salinas

La Red de establecimientos de Alimentos y bebidas será desarrollada a través de la Fundación Grupo Juvenil, por medio de la Operadora y Oficina de Turismo Comunitario, quienes son los encargados de las actividades turística de la parroquia, la misma que mediante la gestión de paquetes turísticos con operadoras a nivel

nacional e internacional promocionara el “Circuito Gastronómico” incluyéndolo en sus paquetes turísticos.



Figura 4.2 Estructura organizacional Salinas

4.2.2. En el caso Guanaju

A diferencia de Salinas, no se ha desarrollado en el ámbito turístico, pero si como organización comunitaria a través de la Federación FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanaju). Tomando como ejemplo de éxito de la organización en Salinas se propone que en Guanaju se cree un grupo especializado para promover el turismo comunitario, liderado por la Federación FOCIG. A continuación se planea la propuesta.

FEDERACIÓN FOCIG



Figura 4.3 Estructura organizacional Guanujo

La red de Establecimientos de Alimentos y bebidas se forma para garantizar un servicio de calidad a los visitantes, dar a conocer a través de la gastronomía platos típicos de la zona con productos “El Salinerito” y productos agrícolas del lugar y generar a través del turismo comunitario una economía solidaria entre los establecimientos de A&B.

Tanto en la Parroquia Salinas, como en la Parroquia Guanujo se tomará en cuenta a todos los establecimientos que oferten el servicio de alimentos y bebidas, bajo parámetros que tienen que cumplir como por ejemplo: manejo de la imagen de la Red de Establecimientos de A&B, Protocolos de servicio, implementación de las recetas estándar que caracterizan a la Red independientemente de los productos que cada establecimiento ofrezca, formar parte del circuito gastronómico manejado por la Operadora y Oficina de Turismo Comunitario.

El funcionamiento de la Red de comedores comunitarios, como se mencionó anteriormente será manejado por la operadora de turismo comunitario. A demás según el análisis de la planta y para el buen funcionamiento del circuito, se propone dividir en 3 especialidades a los establecimientos de A&B de las dos Parroquia:

- Establecimientos que oferten desayunos de la Red de A&B
- Establecimientos que oferten Almuerzos de la Red de A&B
- Establecimientos que oferten Cenas de la Red de A&B

a Actores de la red de alimentos y bebidas

Después de realizar diagnóstico en las parroquias de Salinas y Guanajuato, se realizó el análisis de cada uno de los prestadores de servicio de alimentos y bebidas y se estudió las competencias que poseen, se vio la similitudes tanto en infraestructura, imagen, calidad de producto, calidad de servicio, oferta en producto y se determinó red de comedores comunitarios, actores estratégicos que forman la cadena de valor del servicio de alimentos y bebidas

A continuación se evidencia los resultados de la investigación de campo:

- En el caso Salinas

Después del análisis de la situación de cada establecimiento se puede observar que se dividen en 2 grupos: los que cuentan con un servicio bueno y los que por falta de conocimientos prestan un servicio deficiente por lo cual en el caso de estudio primero se trabajarán con los establecimientos con un servicio bueno, que poseen capacidades para ser parte de la cadena y en el segundo se debe realizar capacitaciones para generar el nivel de excelencia que se requiere.

En el primer caso se han dividido en 3 grupos para ser parte de la red:

- Grupo N° 1 Desayunos
- Roxy Cafetería
- Mama Miche Delicatessen

- Mi Tierra Delicatesen
- Grupo N° 2 Almuerzos
- La Va-k Pizzería
- La Casa Nostra
- Grupo N° 3 Cenas
- El Callejón
- La Va-k
- La Casa Nostra

Con la implementación de las recetas se generará mayor variedad de productos pero no se dejara a un lado los productos que cada establecimiento ya cuenta

- En el caso Guanujo

En el primer caso se han dividido en 2 grupos para ser parte de la red:

- Grupo 1: Desayunos

Por su similitud en servicio serán parte de la red los siguientes establecimientos, los que se encargaran de ofertar los desayunos establecidos.

- Marcelo's
- Parcero's

- Grupo 2: Almuerzos y cenas

Los 2 establecimientos que cumplen con parámetros básicos para la prestación de servicio de alimentos y bebidas son:

- Estefanía
- Cabaña Manabita

Los 2 establecimientos serán los encargados de varias la producción es decir ofertaran almuerzos y cenas

4.3. Análisis estratégico

Para el desarrollo de este capítulo se ejecuta el análisis estratégico para el desarrollo de la investigación; de acuerdo a la definición que se mencionó en el capítulo I en la fundamentación teórica se plantearon los siguientes objetivos

4.3.1. Objetivos

a Objetivo general

Determinar un proceso de cadena productiva para comedores comunitarios en las Parroquias de Salinas y Guanujo del cantón Guaranda provincia de Bolívar

b Objetivos específicos

- Determinar una imagen para el servicio de alimentos y bebidas de los colectivos que desarrollan turismo comunitario
- Determinar los protocolos para el servicio de alimentos y bebidas de los colectivos que desarrollan turismo comunitario.
- Establecer un plan de menú general para promover la oferta gastronómica de Salinas y Guanujo
- Caracterizar el circuito gastronómico para la Parroquia Salinas y Guanujo del cantón Guaranda

4.3.2. Misión y Visión

Además de los objetivos planteados se debe realizar la creación de hacia dónde se quiere llegar con la investigación es por eso que se plantean la siguiente propuesta de misión y visión para la cadena productiva; que a continuación se detallan.

a Misión

Generar competencias a los prestadores de servicio alimentos y bebidas en establecimientos para que cumplan con estándares y puedan ser parte de la red de comedores comunitarios

b Visión

Para el 2018 ser ejemplo aplicativo para otras comunidades a nivel nacional que se dediquen a la prestación de servicios de alimentos y bebidas generando una imagen de comedores comunitarios.

4.4. Análisis FODA

Otro de los puntos más importantes para el análisis estratégico es realizar el análisis FODA el cual consisten en la realización de estudio de los factores internos y los factores externo de la cadena productiva es por ello que a continuación se realiza el análisis:

4.4.1. Caso salinas

Tabla 4.1

Análisis FODA en la parroquia Salinas

Caso Salinas	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Calidez del personal que presta	No existe variedad en la oferta

servicio en los establecimientos	gastronómica
Infraestructura propia	La mayoría son emprendimientos empíricos
Amabilidad	Falta de promoción y difusión de los servicios que ofertan
Imagen de acuerdo a los servicios ofertados	Inconsistencia en el servicio
Por sus características similares la mayoría de establecimientos de A&B pueden ser parte de la red	Falta de lealtad de los clientes
Utilización de los productos de la zona	Falta de identidad gastronómica
OPORTUNIDADES	
AMENAZAS	
Incremento de la oferta gastronómica	Clientes insatisfechos
Crecimiento de la demanda por el ingreso de visitantes a la Parroquia	Número de establecimientos que ofertan similares productos
Plan de Capacitación	No cuentan con los permisos de funcionamiento por parte del MINTUR
Mejorar el servicio ofertado	Competencia desleal.

4.4.2. Caso Guanujo

Tabla 4.2

Análisis FODA en la parroquia Guanujo

CASO GUANUJO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Calidez del personal que presta servicio en los establecimientos	No existe variedad en la oferta gastronómica
Amabilidad	La mayoría son emprendimientos empíricos
Por sus características similares la mayoría de establecimientos de A&B pueden ser parte de la red	Falta de promoción y difusión de los servicios que ofertan
Utilización de los productos de la zona	Inconsistencia en el servicio, imagen
	Falta de identidad gastronómica
	No cuenta con la infraestructura adecuada
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Incremento de la oferta gastronómica	Clientes insatisfechos
Crecimiento de la demanda por el ingreso de visitantes a la Parroquia	Número de establecimientos que ofertan similares productos
Plan de Capacitación	No cuentan con los permisos de funcionamiento por parte del MINTUR
Mejorar el servicio ofertado	Competencia desleal.

Fuente: Estructura organizacional Salinas

4.5. Análisis del entorno competitivo

Para realizar el análisis del entorno competitivo hay varias metodologías para implementarlas pero de acuerdo a las necesidades de la investigación se ha escogido el análisis de involucrados.

4.5.1. Análisis de involucrados

Según (Saavedra, 2004) El análisis de involucrados llamado también Stakeholder se refiere a la identificación de actores clave de un proyecto o propuesta, permite evaluar sus intereses, y las formas en las cuales esos intereses afectan el riesgo y la viabilidad del proyecto o propuesta.

Para el desarrollo del Análisis de Involucrados se desarrollaron los siguientes pasos

- Lista y mapeo de actores involucrados
- Evaluación de importancia de cada involucrado y su relativo poder/influencia
- Caracterizar a los involucrados e identificar sus intereses, riesgos y suposiciones que afectaran el diseño y el éxito del proyecto.
- Control de Involucrados y elaboración de estrategias para intervenciones

A continuación se describe cada paso a desarrollar

a Lista y mapeo de actores involucrados

Tabla 4.3

Lista y Mapeo de Actores Involucrados

Caso Salinas

Procesos

1

Cabildo

Ejecutivos	2	Junta Parroquial	
	3	Grupo Salinas	
	4	Fundación Grupo Juvenil	
	5	Operadora y oficina de turismo comunitario	
	6	Establecimientos de A&B	
	Operativos		El Callejón
			Casa Nostra
			La Va-ka
			Roxy Café
			Mama Miche
		Mi Tierra	
7		Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	
8		Empresas Comunitarias	
Proveedores			Quesera
			Fábrica de chocolates
		Embutidora	
		Deshidratadora de hongos	
		Textilería	
		Fábrica de Aceites esenciales	
		Talleres Experimentales de fideos y soya	
		Fábrica de balones	
		Centro de acopio	
	9	Huerto Orgánico Samilagua	
10	Hoteles y Hosterías del sector		

Fuente: (Saavedra, 2004)

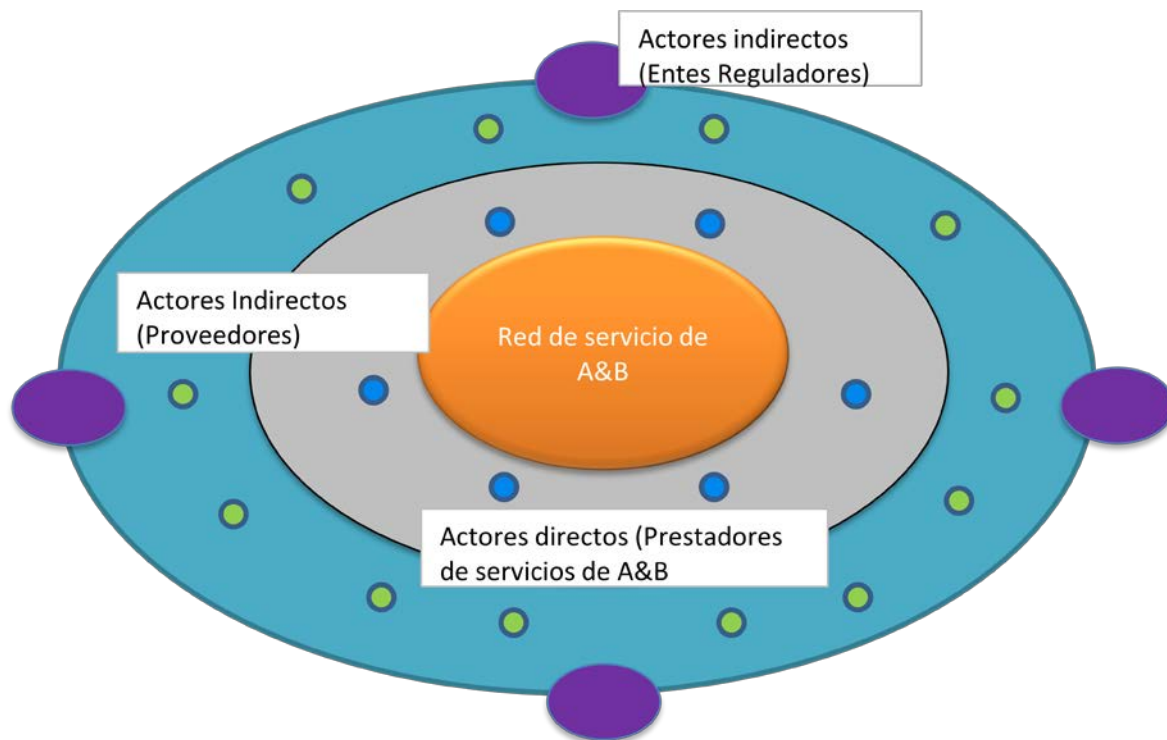


Figura 4.4 Actores directos e indirectos Salinas

En la lista de involucrados en el caso Salinas se ha enlistado a todos los actores, tanto a los actores que están a favor, como a los actores que están contra del Proceso de Cadena Productiva para Comedores Comunitarios. Es así que dentro de los involucrados se encuentra diez actores divididos en los siguientes grupos:

- Entes reguladores.- Son aquellos que se encargan de supervisar, controlar y coordinar actividades, normas y procedimientos para el buen funcionamiento de la cadena. Dentro de los entes reguladores se menciona a dos Instituciones del Estado, el Cabildo y Junta Parroquial de Salinas, y a la Corporación Grupo Salinas como ente privado.
- Entes Ejecutivos.- Son aquellos actores de la cadena que se encargan de gestionar a todos los grupos pertenecientes a la cadena. Se encargan además de promocionar y ofertar a la Red servicios de alimentos y bebidas a través de los circuitos turísticos.

Dentro de este grupo se encuentran la Fundación Grupo Juvenil y la Operadora de Turismo Comunitario.

- Prestadores de servicios de A&B.- El prestador de servicios de alimentos y bebidas es toda persona natural o jurídica que proporciona un servicio, intermedia o directamente con el turista. Dentro de este grupo se encuentran seis establecimientos tomados en cuenta como actores de la cadena y tres que no han sido tomado en cuenta debido a que no cumplen con parámetros básicos de servicios.
- Proveedores.- Se refiere a la empresa que presta servicios a las otras empresas. En el caso de estudio se refiere a todos los actores que de forma indirecta aportan para el desarrollo del circuito turístico y por ende también a la Red de servicios de A&B. Los establecimientos que se encuentran dentro de este grupo están las empresas comunitarias de salinas, el huerto orgánico “Samilagua” y los hoteles y hosterías del sector.

Tabla 4.4

Lista y Mapeo de Actores Involucrados

Caso Guanaju		
Entes Reguladores	1	GAD Municipal de Guaranda
	2	Federación FOCIG
Ejecutivos	3	Fundación Grupo Juvenil
	4	Operadora y oficina de turismo comunitario
	5	Establecimientos de A&B
Operativos		Marcelos
		Parceros
		Estefanía
		Cabaña Manabita
	6	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos
	7	Distribuidora de Pájaro Azul
	8	Tienda El salinero
	9	Hacienda y Quesera El Sinche
	10	Establecimientos Artesanales de Pájaro azul
	11	Hoteles y hosterías del sector

Fuente: (Saavedra, 2004)

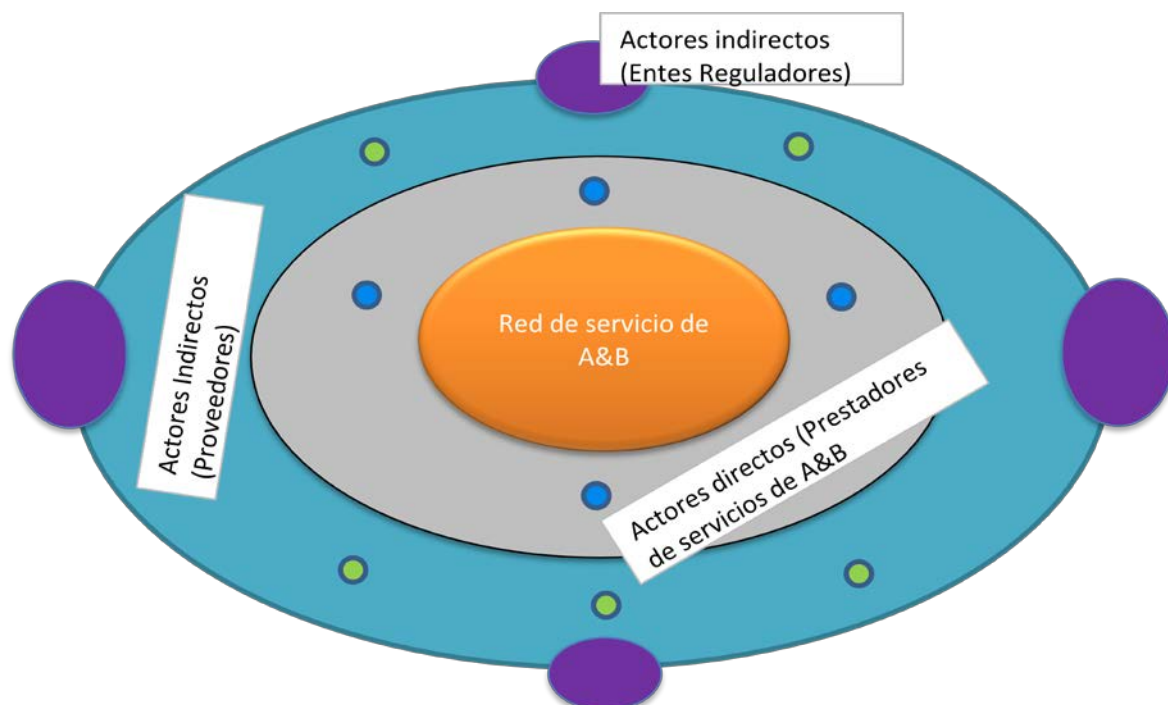


Figura 4.5 Actores directos e indirectos Guanaju

- Entes reguladores.- Son aquellos que se encargan de supervisar, controlar y coordinar actividades, normas y procedimientos para el buen funcionamiento de la cadena. Dentro de los entes reguladores se menciona a una Institución del Estado, GAD Municipal de Guaranda, y a la Federación FOCIG (Organizaciones Campesinas e Indígenas de Guanujo) como organización comunitaria.
- Entes Ejecutivos.- Son aquellos actores de la cadena que se encargan de gestionar a todos los grupos pertenecientes a la cadena. Se encargan a demás de promocionar y ofertar a la Red servicios de alimentos y bebidas a través de los circuitos turísticos.

Dentro de este grupo se encuentran la Fundación Grupo Juvenil y la Operadora de Turismo Comunitario.

- Prestadores de servicios de A&B.- El prestador de servicios de alimentos y bebidas es toda persona natural o jurídica que proporciona un servicio, intermedia o directamente con el turista. Dentro de este grupo se encuentran cuatro establecimientos tomados en cuenta como actores de la cadena y tres que no han sido tomado en cuenta debido a que no cumplen con parámetros básicos de servicios.
- Proveedores.- Se refiere a la empresa que presta servicios a las otras empresas. En el caso de estudio se refiere a todos los actores que de forma indirecta aportan para el desarrollo del circuito turístico y por ende también a la Red de servicios de A&B. Los establecimientos que se encuentran dentro de este grupo están los establecimientos Artesanales de Pájaro Azul, la Distribuidora de Pájaro Azul, tienda “El Salinerito”, Hacienda y Quesera “El Sinche” y los hoteles y hosterías del sector.

b Evaluación de importancia de cada involucrado y su relativo poder/influencia

Tabla 4.5

Evaluación de importancia

Caso Salinas					
		Involucrados	Riesgo	Poder	Importancia
+ A Favor	1	Establecimientos de A&B	A	M	A
	2	Grupo Juvenil	M	A	A
	3	Micro Empresas	B	M	A
	4	Grupo Salinas	M	A	M
	5	Huerto Orgánico Samilagua	B	A	A
	6	Junta Parroquial	A	A	M
	7	Cabildo	A	A	M
	8	Operadora de turismo comunitario	A	B	A
	9	Hoteles y hosterías del sector	B	A	M
- En contra	10	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	B	B	M

Fuente: (Saavedra, 2004)

A= Alto

M= Mediano

B= Bajo



Figura 4.6 Mapeo (Importancia/poder/riesgo de los involucrados)

Fuente: (Saavedra, 2004)



Figura 4.7 Involucrados importancia/poder/riesgo

Fuente: (Saavedra, 2004)

Se evaluó a los involucrados según el poder, el riesgo e importancias que representan dentro de la propuesta. Posteriormente con los resultados de la evaluación se procedió al mapeo de actores. El mismo que indica lo siguiente:

- En contra del propuesta están los establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos de servicio, se encuentran mapeados en el cuadro -4 como actores “Críticos” de la propuesta.

- A favor de la propuesta se encuentran los establecimientos de A&B que si cuenta con los requerimientos básicos de servicio, los mismos que se encuentran mapeados en el cuadro +1 y +3 como actores “Aliados” y de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra el Grupo Juvenil de la parroquia el mismo que está a cargo de la operadora y centro de información de turismo comunitario. Se encuentra mapeado en los cuadros +1 y +3 como actores “Aliados” y de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentran las microempresas de la comunidad, se encuentran mapeados en los cuadros +2 y +4 como actores “Simpatizantes” y “Amigos” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra la Corporación Gruppo Salinas, se encuentra mapeado en los cuadros +1 y +3 como actores “Aliados” y de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra el Huerto Orgánico Samilagua, se encuentra mapeado en el cuadro +2 “Simpatizantes” de la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra la Junta Parroquial de Salinas, se encuentra mapeado en el cuadro +1 como actores “Aliados” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra el Cabildo de la Parroquia Salinas, se encuentra mapeado en el cuadro +1 como actores “Aliados” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra la Operadora de turismo comunitario, se encuentra mapeado en el cuadro +3 como actores de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentran los Hoteles y hosterías del sector, se encuentran mapeados en el cuadro +2 como actores “Simpatizantes” para la propuesta.

Tabla 4.6

Evaluación de importancia

Caso Guanaju					
		Involucrados	Riesgo	Poder	Importancia
+ A Favor	1	GAD Municipal de Guaranda	A	A	A
	2	Federación FOCIG	M	A	M
	3	Fundación Grupo Juvenil	M	A	A
	4	Operadora y oficina de turismo comunitario	A	B	A
	5	Establecimientos de A&B	A	M	A
	6	Distribuidora de Pájaro Azul	B	M	A
	7	Tienda El salinero	B	M	A
	8	Hacienda y Quesera El Sinche	B	A	A
	9	Establecimientos Artesanales de pájaro azul	B	M	M
	10	Hoteles y hosterías del sector	B	A	M
- En contra	11	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	B	B	M

Fuente: (Saavedra, 2004)

A= Alto

M= Mediano

B= Bajo

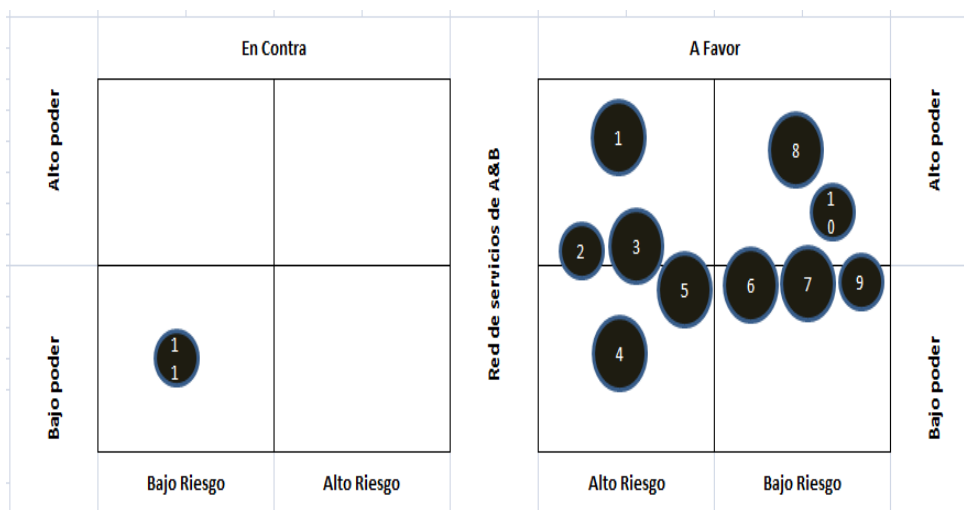


Figura 4.8 Mapeo (Importancia/poder/riesgo de los involucrados)

Fuente: (Saavedra, 2004)

Se evaluó a los involucrados según el poder, el riesgo e importancias que representan dentro de la propuesta. Posteriormente con los resultados de la evaluación se procedió al mapeo de actores. El mismo que indica lo siguiente:

- En contra del propuesta están los establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos de servicio, se encuentran mapeados en el cuadro -4 como actores “Críticos” de la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra los establecimientos de A&B que si cuenta con los requerimientos básicos de servicio, los mismos que se encuentran mapeados en el cuadro +1 y +3 como actores “Aliados” y de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra el Grupo Juvenil (Propuesto para que se cree) de la parroquia el mismo que está a cargo de la operadora y centro de información de turismo comunitario. Se encuentra mapeado en los cuadros +1 y +3 como actores “Aliados” y de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra el Federación FOCIG, se encuentra mapeado en los cuadros +1 y +3 como actores “Aliados” y de “Apoyo” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra la Hacienda y Quesera El Sinche, se encuentra mapeado en el cuadro +2 “Simpatizantes” de la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra el GAD Municipal de Guaranda, se encuentra mapeado en el cuadro +1 como actores “Aliados” para la propuesta.
- A favor de la propuesta se encuentra la Operadora de turismo comunitario (Propuesta para que se cree), se encuentra mapeado en el cuadro +3 como actores de “Apoyo” para la propuesta.

- A favor de la propuesta se encuentra los Hoteles y hosterías del sector, se encuentran mapeados en el cuadro +2 como actores “Simpatizantes” para la propuesta.
 - A favor de la propuesta se encuentra la tienda “El Salinerito” ubicada en Guanaju, se encuentran mapeados en el cuadro +2 y 4 como actores “Simpatizantes” y “Amigos” para la propuesta.
 - A favor de la propuesta se encuentra la Distribuidora de Pájaro Azul, se encuentra mapeada en el cuadro +2 y 4 como actores “Simpatizantes” y “Amigos” para la propuesta.
 - A favor de la propuesta se encuentran los Establecimientos Artesanales de pájaro azul, se encuentran mapeados en el cuadro +2 y 4 como actores “Simpatizantes” y “Amigos” para la propuesta.
- c Caracterizar a los involucrados e identificar sus intereses, riesgos y suposiciones que afectaran el diseño y el éxito del proyecto.**

Tabla 4.7**Caracterización de involucrados**

Caso Salinas				
	Involucrados	Intereses	Marcos	Recursos
1+	Cabildo	Regular las actividades turísticas del sector	Oportunidad para regular las actividades de los establecimientos que expenden alimentos	Políticos
1+	Junta Parroquial	Establecer un catastro de establecimientos de A&B del sector	Un recurso para generar competencias al sector	Políticos
1+ 3+	Establecimientos de A&B	Prestar mejor servicio y mejorar la economía	Posibilidad para generar asociados dentro del sector	Talento humano, infraestructura, imagen, disposición para ajustarse a cambios
1+ 3+	Grupo Juvenil	Aumentar proyectos de turismo	Fortaleza para el grupo	Apoyo a emprendimientos de turismo comunitario

comunitario				
1+ 3+	Grupo Salinas	Fortalecimiento de la organización Grupo Juvenil	Integrar a todos proveedores turísticos	Imagen, políticas, representación, capacitación
2+	Huerto Orgánico Sami lagua	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos
2+	Hoteles y hosterías del sector	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura
2+ 4+	Micro Empresas	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca
3+	Operadora de Turismo Comunitario	Generar nuevos paquetes turísticos a los visitantes	Oportunidad de crecimiento para la parroquia	Paquetes turísticos, marca
4-	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	No tienen interés por ser parte de la red	Problema para ajustarse cambios	No cuentan con imagen, servicio y no desean ser parte de la red

Fuente: (Saavedra, 2004)

Tabla 4.8

Caracterización de involucrados

Caso Guanaju				
	Involucrados	Intereses	Marcos	Recursos
1+	GAD Municipal	Regular las actividades turísticas del sector	Oportunidad para regular las actividades de los establecimientos que expenden alimentos	Políticos
1+ 3+	Federación FOCIG	Fortalecimiento de la organización Grupo Juvenil	Integrar a todos proveedores turísticos	Imagen, políticas, representación, capacitación
1+ 3+	Fundación Grupo Juvenil	Aumentar proyectos de turismo comunitario	Fortaleza para el grupo	Apoyo a emprendimientos de turismo comunitario
3+	Operadora de Turismo Comunitario	Generar nuevos paquetes turísticos a los visitantes	Oportunidad de crecimiento para la parroquia	Paquetes turísticos, marca

1+ 3+	Establecimientos de A&B	Prestar mejor servicio y mejorar la economía	Posibilidad para generar asociados dentro del sector	Talento humano, infraestructura, imagen, disposición para ajustarse a cambios
2+ 4+	Distribuidora de Pájaro Azul	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca
2+ 4+	Tienda El salinero	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca
2+	Hacienda y Quesera El Sinche	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos
2+ 4+	Establecimientos Artesanales de pájaro azul	Dar a conocer sus productos	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Productos y conocimiento
2+	Hoteles y hosterías del sector	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos
4-	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	No tienen interés por ser parte de la red	Problema para ajustarse cambios	No cuentan con imagen, servicio y no desean ser parte de la red

Fuente: (Saavedra, 2004)

d Control de Involucrados y elaboración de estrategias para intervenciones

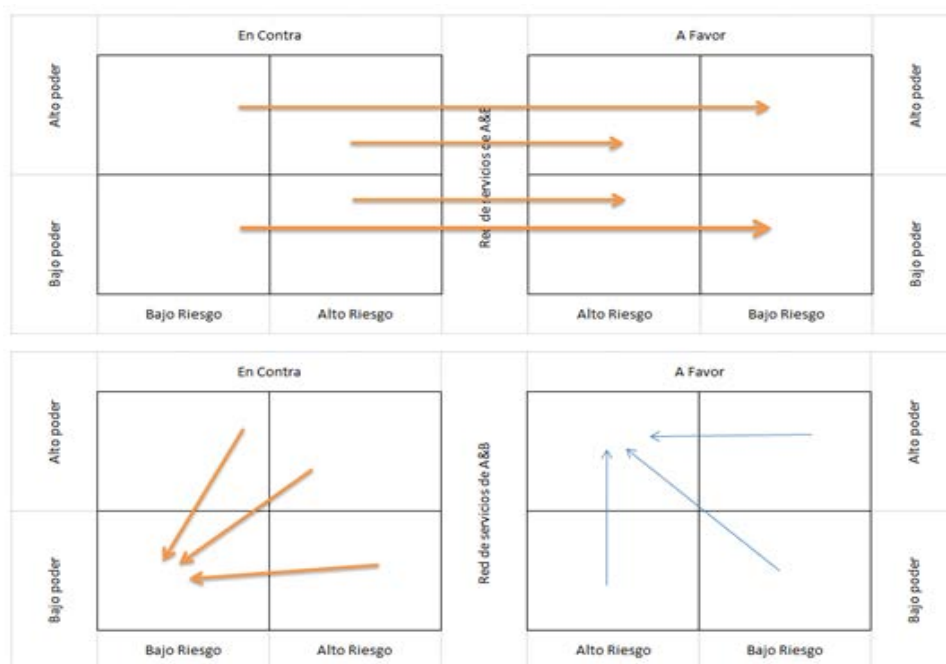


Figura 4.9 Importancia/poder/riesgo de los involucrados

Fuente: (Saavedra, 2004)

Esta figura indica las estrategias a realizar para sacar el mayor provecho de los actores participantes a favor de la cadena, logrando como se ve en el primer, que todos los involucrados pasen ser parte de la cadena como actores a favor. Como se observa en el segundo cuadro hay lograr que los que están en contra sean actores de bajo riesgo y los que están a favor pasen a ser aliados de la cadena.

Tanto en Salinas como en Guanajuato el mayor inconveniente es que debido a que no cumplen con características básicas de servicio no todos van a formar parte de la red. La estrategia que la metodología indica es informar a estos establecimientos que estén en contra de todos los beneficios que pueden tener si participan de en la cadena si corrigen las fallas y cumplen con los parámetros establecidos.

Según esta evaluación a continuación se presentan las estrategias o intervenciones para cada actor de la cadena.

Tabla 4.9

Intervenciones

Caso Salinas					
	Involucrados	Intereses	Marcos	Recursos	Intervenciones
1+	Cabildo	Regular las actividades turísticas del sector	Oportunidad para regular las actividades de los establecimientos que expenden alimentos	Políticos	Controlar muy de cerca a los Aliados de la cadena
1+	Junta Parroquial	Establecer un catastro de establecimientos de A&B del sector	Un recurso para generar competencias al sector	Políticos	Controlar muy de cerca a los Aliados de la cadena
1+ 3+	Establecimientos de A&B	Prestar mejor servicio y mejorar la economía	Posibilidad para generar asociados dentro del sector	Talento humano, infraestructura, imagen, disposición para ajustarse a cambios	Controlar muy de cerca a los Aliados de la cadena y mantenerlos implicados y satisfechos
1+ 3+	Grupo Juvenil	Aumentar proyectos de turismo	Fortaleza para el grupo	Apoyo a emprendimientos de turismo	Controlar muy de cerca a los Aliados de la

		comunitario		comunitario	cadena y mantenerlos implicados y satisfechos
1+ 3+	Grupo Salinas	Fortalecimiento de la organización Grupo Juvenil	Integrar a todos proveedores turísticos	Imagen, políticas, representación, capacitación	Controlar muy de cerca a los Aliados de la cadena y mantenerlos implicados y satisfechos
2+	Huerto Orgánico Sami lagua	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos	Movilizar interés y apoyo
2+	Hoteles y hosterías del sector	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura	Movilizar interés y apoyo
2+ 4+	Micro Empresas	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
3+	Operadora de Turismo Comunitario	Generar nuevos paquetes turísticos a los visitantes	Oportunidad de crecimiento para la parroquia	Paquetes turísticos, marca	Mantenerlos implicados y satisfechos
4-	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	No tienen interés por ser parte de la red	Problema para ajustarse cambios	No cuentan con imagen, servicio y no desean ser parte de la red	Informar

Fuente: (Saavedra, 2004)

Tabla 4.10

Intervenciones

Caso Guanaju					
	Involucrados	Intereses	Marcos	Recursos	Intervenciones
1+	GAD Municipal	Regular las actividades turísticas del sector	Oportunidad para regular las actividades de los establecimientos que expenden alimentos	Políticos	Controlar muy de cerca
1+ 3+	Federación FOCIG	Fortalecimiento de la organización Grupo Juvenil	Integrar a todos proveedores turísticos	Imagen, políticas, representación, capacitación	Controlar muy de cerca y mantenerlos implicados y

					satisfechos
1 + 3 +	Fundación Grupo Juvenil	Aumentar proyectos de turismo comunitario	Fortaleza para el grupo	Apoyo a emprendimientos de turismo comunitario	Controlar muy de cerca y mantenerlos implicados y satisfechos
3 +	Operadora de Turismo Comunitario	Generar nuevos paquetes turísticos a los visitantes	Oportunidad de crecimiento para la parroquia	Paquetes turísticos, marca	Mantenerlos implicados y satisfechos
1 + 3 +	Establecimientos de A&B	Prestar mejor servicio y mejorar la economía	Posibilidad para generar asociados dentro del sector	Talento humano, infraestructura, imagen, disposición para ajustarse a cambios	Controlar muy de cerca y mantenerlos implicados y satisfechos
2 + 4 +	Distribuidora de Pájaro Azul	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
2 + 4 +	Tienda El salinero	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
2 +	Hacienda y Quesera El Sinche	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos	Movilizar interés y apoyo
2 + 4 +	Establecimientos Artesanales de pájaro azul	Dar a conocer sus productos	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Productos y conocimiento	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
2 +	Hoteles y hosterías del sector	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos	Movilizar interés y apoyo
4-	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	No tienen interés por ser parte de la red	Problema para ajustarse a cambios	No cuentan con imagen, servicio y no desean ser parte de la red	Informar

Fuente: (Saavedra, 2004)

Tabla 4.11**Intervenciones**

Caso Guanajuato					
	Involucrados	Intereses	Marcos	Recursos	Intervenciones
1+	GAD Municipal	Regular las actividades turísticas del sector	Oportunidad para regular las actividades de los establecimientos que expenden alimentos	Políticos	Controlar muy de cerca
1+ 3+	Federación FOCIG	Fortalecimiento de la organización Grupo Juvenil	Integrar a todos proveedores turísticos	Imagen, políticas, representación, capacitación	Controlar muy de cerca y mantenerlos implicados y satisfechos
1+ 3+	Fundación Grupo Juvenil	Aumentar proyectos de turismo comunitario	Fortaleza para el grupo	Apoyo a emprendimientos de turismo comunitario	Controlar muy de cerca y mantenerlos implicados y satisfechos
3+	Operadora de Turismo Comunitario	Generar nuevos paquetes turísticos a los visitantes	Oportunidad de crecimiento para la parroquia	Paquetes turísticos, marca	Mantenerlos implicados y satisfechos
1+ 3+	Establecimientos de A&B	Prestar mejor servicio y mejorar la economía	Posibilidad para generar asociados dentro del sector	Talento humano, infraestructura, imagen, disposición para ajustarse a cambios	Controlar muy de cerca y mantenerlos implicados y satisfechos
2+ 4+	Distribuidora de Pájaro Azul	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
2+ 4+	Tienda El salinero	Aportar al crecimiento del sector turístico en la parroquia	Dar a conocer los productos que ofrecen	Productos, marca	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
2+	Hacienda y Quesera El Sinche	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos	Movilizar interés y apoyo
2+ 4+	Establecimientos Artesanales de pájaro azul	Dar a conocer sus productos	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Productos y conocimiento	Movilizar interés y apoyo, mantenerlos informados
2+	Hoteles y hosterías del sector	Atraer a mayor número de turistas	Oportunidad para ser parte de un circuito turístico	Infraestructura y productos	Movilizar interés y apoyo

4-	Establecimientos de A&B que no cumplen con requerimientos básicos	No tienen interés por ser parte de la red	Problema para ajustarse a cambios	No cuentan con imagen, servicio y no desean ser parte de la red	Informar
----	---	---	-----------------------------------	---	----------

Fuente: (Saavedra, 2004)

4.6. Proceso de cadena productiva

Para la propuesta de la cadena productiva se debe tener claro los conceptos utilizados en el presente documento, que se quiere lograr con el tema de estudio

- Cadena Productiva

Es una asociación de actores independientes que se integran para trabajar por un beneficio para el desarrollo de un sector, asociándose para generar mayor competitividad en el mercado local y satisfacer a las necesidades de la colectividad.

Para el presente trabajo se ha desarrollado una cadena productiva o de valor con el fin de realizar alianzas estratégica de establecimientos de A&B para mejorar los servicios que se ofertan en la zona de estudio, para trabajar con las personas de la comunidad que prestan servicios de alimentos & bebidas generando una distribución de actividades, además de implementar recetas estándar para generar identidad en los platos que se ofertan y que el comensal tenga mayor variedad de producto.

Se entiende por cadena productiva de valor a la suma de diferentes actores que se organizan coordinan y brindan información; tienen intereses diferentes pero comparten una visión común del desarrollo de la cadena; se diferencian por elaborar productos innovadores y de calidad, implementando esfuerzos conjuntos para obtener más valor a la tarea cooperada.

La cooperación insertada a través de una red puede proporcionar importantes cambios en las organizaciones participantes, modificando las percepciones sobre la competencia y permitiendo considerar a los competidores como socios.

- Servicio de alimentos y bebidas en Comedores Comunitarios

Se entiende al servicio de A&B en comedores comunitarios a la integración de establecimientos que ofertan el servicio de alimentación en un sector determinado, el objetivo principal es asociar a dichos establecimientos para formar parte de una red que brinden un mejor servicio a la colectividad, cumpliendo procesos y parámetros para generar mayores competencias en la prestación del servicio y satisfacer las necesidades de los visitantes

Es el conjunto de actividades destinadas al servicio de alimentación, realizada por los colectivos locales y dirigidos a los visitantes que desarrollan turismo comunitario y/o local. En un espacio en el cual la comunidad y turistas se reúnen para ingerir alimentos.

Una vez entendida la terminología que se utilizó en el presente documento se describirá el proceso de cadena productiva para comedores comunitarios

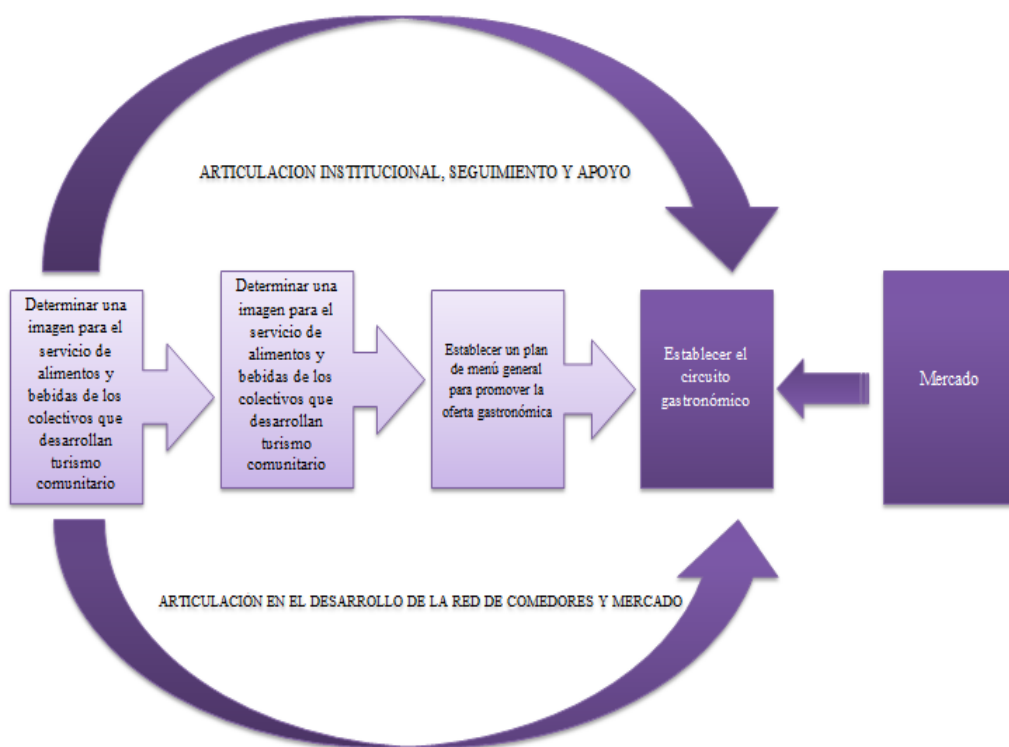


Figura 4. 10 Proceso de cadena productiva

Para una mejor interpretación del proceso que se propone se detalla a continuación cada eslabón:

4.6.1. Articulación institucional, seguimiento y apoyo

En la articulación institucional se establecen todos los entes que serán los encargados de regular las actividades además de los actores que intervienen en la cadena productiva.

En el caso Salinas serán entes reguladores las siguientes entidades:

- El Cabildo
- GAD parroquial
- Corporación Gruppo Salinas
- Grupo Juvenil
- Operadora de turismo

- Establecimientos de alimentos y bebidas de la Parroquia Salinas que se encuentran en la red de A&B

En el caso Guanujo serán entes reguladores las siguientes entidades

- GAD Municipal de Guaranda
- Grupo Juvenil
- Operadora de turismo
- Establecimientos de alimentos y bebidas de la Parroquia Salinas que se encuentran en la red de A&B

4.6.2. Determinar una imagen para el servicio de alimentos y bebidas de los colectivos que desarrollan turismo comunitario.

Es aquí donde se desarrolla la imagen la cual servirá para la identificación de los establecimientos que formarán parte de la cadena productiva o de valor la misma que será utilizada en las 2 zonas de estudio.

4.6.3. Determinar los protocolos para el servicio de alimentos y bebidas de los colectivos que desarrollan turismo comunitario.

Se describen los protocolos que se deben cumplir para la implementación en los establecimientos de A&B que tendrán 2 áreas específicas, el área de cocina y el área de restaurante.

4.6.4. Establecer un plan de menú general para promover la oferta gastronómica de Salinas y Guanujo

En este punto se detalla la propuesta de recetas que se deben incrementar en la oferta de cada uno de los establecimientos que forman parte de la cadena de valor en las 2 zonas de estudio.

4.6.5. Caracterizar el circuito gastronómico para la Parroquia Salinas y Guanujo del cantón Guaranda.

Para promover a la red de comedores comunitarios se entrega para propuesta de 2 circuitos donde se incluirán a los establecimientos de alimentos y bebidas que forman parte de la cadena productiva según la realidad de cada zona de estudio es decir se entregaran 4 circuitos 2 para la parroquia Salinas y 2 para la parroquia Guanujo.

4.6.6. Mercado

La cadena productiva está enfocada para los turistas que visitan las zonas de estudio tanto nacionales y extranjeros, a las escuelas, a los colegios a las universidades que realizan visitas de observación.

4.6.7. Articulación en el desarrollo de la red de comedores y mercado.

Se realizara un monitoreo de implementación de las redes cada 3 meses para ver los resultados de la aplicación, mejorar los aspectos o las falencia que han pasado durante el periodo y mejorar o tomar acciones inmediatas para resolver los posibles problemas.

Los encargados de promocionar serán la oficina de turismo comunitario del sector.

4.7. Propuesta estratégica

A continuación se describen los productos que se entregan en la presente propuesta, los mismos que fueron realizados según las necesidades que se observaron durante toda la investigación:

4.7.1. Líneas y productos

Para la crear el proceso de cadena productiva o de valor se propusieron las siguientes líneas y productos

a Imagen

Para reconocer a los establecimientos que serán parte de la red de alimentos y bebidas se propone crear una imagen que identifiquen a cada uno de los actores involucrados

b Recetas estándar

En este punto se detalla la propuesta de recetas que se deben incrementar en la oferta de cada uno de los establecimientos que forman parte de la cadena de valor.

Para la entrega de recetas se analizó las competencias de cada establecimiento y se concluyó que se dividirán en 3 grupos

Grupo N° 1 ofertaran desayunos: en este grupo se encuentran los establecimientos que por el servicio que ofertan, su infraestructura, el tipo de alimentación, la imagen se consideraron como cafetería y delicatessen tanto en el caso Salinas como en el Caso Guanujo:

Para esta propuesta se detallan a continuación las recetas que se ofertaran:

- Bebidas

Tabla 4.11

Receta N° 1

Nombre de la receta: Chocolate a la taza		
# de Receta: 1	# de Porciones: 6	
Ingredientes	Cantidad	Unidad

Tablilla de Chocolate "El Salinerito"	170	Gramos
Leche	1	Litro
Canela	1	Rajilla
Azúcar	C/n	Al gusto
Procedimiento		
Pon a calentar la leche con la rajita de canela		
Cuando esté a punto de hervir, añádele la tablilla de chocolate ya sea entera, en trozos o rallada.		
Añádele azúcar al gusto (opcional)		
Mueve constantemente hasta que se deshaga el chocolate, y después con un molinillo (batidor de madera), sácale espuma.		

Tabla 4.12

Receta N° 2

Nombre de la receta: Café Pasado			
# de Receta: 3		# de Porciones: 4	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Agua	1	Litro	
Café para filtrar	400	Gramos	
Azúcar		Al gusto	
Procedimiento			
Hervir el agua en una cafetera, una vez hierva el agua hay que colocar el café, dejar unos 2 minutos más a fuego medio y luego pasar por la chuspa. Esta listo para servir			

Fuente:

- Cereales proteínas

Tabla 4.13

Receta N° 3

Nombre de la receta: Tortilla de hongos jamón y queso			
# de Receta: 3		# de Porciones: 6	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Huevos	12	Unidades	
Hongos secos el Salinerito	500	Gramos	
Jamón Artesanal El Salinerito	200	Gramos	
Mantequilla	100	Gramos	
Cebolla paiteña	2	Unidades	
Queso Parmesano Rallado El Salinerito	150	Gramos	
Sal	c/n	Al gusto	
Pimienta	c/n	Al gusto	
Procedimiento			
Calentar a fuego medio una sartén con una cucharada de mantequilla			
Picar y saltear la cebolla. Luego, agregar los hongos y espolvorearlos con sal			
Batir los huevos en un recipiente. Añadir sal y pimienta.			
Verter nuevamente mantequilla a la sartén, la cual debe ser de teflón para que no se pegue.			
Agregar una cama de huevo, cocinar por tres minutos, colocar encima un poco de los ingredientes del relleno: hongos y cebollas, y queso Parmesano rallado.			
Doblar en dos y cocinar un poco más por ambos lados			
Adornar con cebollines			

Tabla 4.14

Receta N° 4

Nombre de la receta: Tortilla de maíz en tiesto		
# de Receta: 4	# de Porciones: 15	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Harina de maíz cruda	900	Gr
Harina de trigo	100	Gr
Manteca	200	Gr
Huevos	4	Unidades
Sal al gusto	c/n	c/n
Agua tibia	150	Mlt
Queso fresco El Salinerito	250	Gr

Procedimiento

En una batea colocamos la harina de maíz y la harina de trigo cernidas dos veces para obtener una harina lisa.

Añadimos la manteca, la sal y los huevos uno a la vez mientras amasamos la harina agregamos el agua en poca cantidad hasta obtener una masa suave y manejable, dejamos reposar unos 10 minutos.

Calentamos el tiesto muy bien y procedemos a formar las tortillas con las manos, en el centro colocamos un poco del queso rallado y las ordenamos en el tiesto holgadamente para asarlas por ambos lados hasta que estén muy bien doradas, las retiramos del fuego y colocamos en una canasta las cubrimos para mantenerlas calientes, servimos y acompañamos con tu bebida favorita que puede ser café pasado o chocolate.

Tabla 4.15

Receta N° 5

Nombre de la receta: Tortilla de trigo en tiesto		
# de Receta: 5	# de Porciones: 15	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Harina de trigo	500	Gr
Agua Mineral	1	Taza
Panela	50	Gr
Mantequilla	100	Gr
Levadura	½.	Cdta
Polvo de hornear	½.	Cdta
Queso fresco	250	Gr

Procedimiento

Desleír panela y mantequilla para enfriarse

Mezclar la harina con la levadura y polvo de hornear. Añadir el agua y dejarlo reposar 1 hora. Dejar que leude por un día.

El día siguiente hacer la masa en bolitas

Prender el fogón con leña y calentar el tiesto.

Cuando se caliente aplastar las bolitas y ponerlas en el tiesto y asar.

Acompañar con café o chocolate

Tabla 4.16

Receta N° 6

Nombre de la receta: Chigüiles			
# de Receta: 6		# de Porciones: 20	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Harina de Maíz cruda	500	Gr	
Agua	375	Ml	
Manteca de Chancho	100	Gr	
Sal	5	Gr	
Yemas	2	Unidades	
Queso fresco "El Salinerito"	125	Gr	
Chicharrones	125	Gr	
Procedimiento			
En una paila u olla grande, hervir el agua, sal y manteca de chanco.			
Cuando esté diluida la manteca de chanco y sal, agregar la harina de maíz (cernida).			
Cocinarla por 10 minutos meciendo constantemente para que no se hagan bolas.			
Retirar del fuego, dejar enfriar un poco y agregar las 2 yemas batidas, mezclar bien y luego agregar el queso desmenuzado.			
Agregar los chicharrones			
Poner una cucharada de la preparación en cada hoja de choclo, doblar los costados y la punta.			
Poner en una tamalera con agua hasta la tapa agujereada y cocinar por 1 hora			
Para servir, se debe hacerlo en cuanto estén cocidos o calentándolos en el horno o en el microondas si es que ya estuvieran fríos.			
Se sirve con ají y café.			
Este plato ecuatoriano se acostumbra a hacer en las épocas de la cosecha del maíz que coincide con el carnaval.			

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Tabla 4. 17

Receta N° 7

Nombre de la receta: Tamal			
# de Receta: 7		# de Porciones: 50	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Harina de Maíz	1135	Gr	
Panela	568	Gr	
anteca de Chancho	3454	Gr	
Cuero de Chancho	454	Gr	
Carne de Chancho	454	Gr	
Pechuga de Pollo	454	Gr	
Chorizo "El Salinerito"	454	Gr	
Huevos	6	Unidades	
Cebolla Blanca	500	Gr	
Maní Tostado	100	Gr	
Sal	5	Gr	
Leche	125	Ml	
Hojas de Achira	50	unidades	
Procedimiento			
Masa			
Colocar en una paila de bronce la panela y 2 litros de caldo en el que se cocinó el cuero de chanco, llevar al fuego hasta que se diluya completamente			
mientras esté hirviendo, se va incorporando poco a poco la harina y se mueve fuerte y constantemente con una cuchara de madera hasta que se haga una bola de masa y se forme una costra en el fondo de la paila			

Retirar del fuego; cubrir la bola de masa con un mantel para evitar que se endurezca, colocarla en una funda de plástico y se deja enfriar.

Una vez que la masa esté fría, se friega fuertemente con la manteca de chanco hasta obtener una masa suave y delicada.

Relleno

Elaborar un guiso picando finamente la cebolla, refiriéndola con un poco de manteca de chanco y achiote, agregar la sal, una pizca de comino y por último el maní previamente licuados con la leche.

Se debe cocinar con anticipación el cuero de chanco, cuya agua se utilizará en la preparación de la masa, una vez cocinado se corta en trozos pequeños.

Se cocinan las carnes de chanco y de pollo, separadamente, aliñadas con sal y cebolla, y se deshilachan

Se cocina el chorizo y se lo corta en trozos de aproximadamente 2 cm.

Los huevos duros se los corta longitudinalmente en tiras finas.

Elaboración del Tamal

Tomar una porción de masa, hacer una tortilla delgada y extenderla en el envés de la hoja de achira

sobre ella se coloca un poco del guiso de cebolla con maní y comenzando desde arriba se ordena una tajada de huevo duro, una cucharadita de cuero picado al costado izquierdo

una cucharadita de carne de pollo al lado derecho y abajo

cucharadita de cuero picado al costado izquierdo, una cucharadita de carne de pollo al lado derecho y abajo

una cucharadita de carne de chanco, finalmente, en el centro se coloca un trozo de chorizo

Se envuelve el tamal y se lo ata con una tira fina de hoja de plátano que previamente debió ser remojada para facilitar la extracción de las tiras.

Una vez terminada la elaboración de los tamales, colocar los tamales en una tamalera para cocción

Los tamales están listos cuando las hojas han tomado un color verde oscuro.

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Tabla 4. 18

Receta N° 8

Nombre de la receta: Choclotandas		
# de Receta: 8	# de Porciones: 50	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Choclo	2000	Gramos
Huevos	8	Unidad
Mantequilla	250	Gramos
Manteca de Chanco	250	Gramos
Sal	20	Gramos
Polvo de hornear	30	Gramos
Hoja de Choclo	10	Unidad
Cebolla Blanca	500	Gramos
Queso fresco "El Salinerito"	360	Gramos
Achiote	15	ML
Sal	5	Gramos
Procedimiento		
Masa:		
Moler y cernir los granos de choclo		
Aparte batir la mantequilla, la manteca, y la sal, agregar una a una las yemas de huevo y seguir batiendo hasta que esté espumoso		

Añadir el choclo cernido, el polvo de hornear y volver a batir

Por último incorporar las claras de huevo batidas a punto de nieve y unir a la masa con un movimiento suave y envolvente.

Relleno:

Picar finamente la cebolla, refreír con el achiote y la sal, cuando la cebolla esté transparente retirar del fuego y dejar enfriar

Cuando la cebolla esté fría, mezclar con el queso rallado

En las hojas de choclo, poner dos cucharadas de masa, en su centro colocar una cucharada del relleno, doblar la hoja y cocinar al vapor durante una hora más o menos.

Nota:

Depende del gusto de las personas, se pueden hacer las humitas sin relleno.

La misma masa se utiliza para hacer humitas de dulce, reemplazando la sal por 250 gr. de azúcar

Se elaboran en hojas de choclo de color morado

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Grupo N° 2 ofertaran almuerzos

Por las similitudes en los parámetros mencionados en el diagnostico serán parte de este grupo en los 2 casos de estudio.

- Sopas

Tabla 4.19

Receta N° 9

Nombre de la receta: Ceviche de Hongos		
# de Receta: 9	# de Porciones: 6	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Hongos secos "El Salinerito"	60	Gramos
Cebolla paiteña	100	Gramos
Tomate picado	100	Gramos
Cebolla blanca picada	1	Taza
Jugo de limón	1/2.	Taza
Culantro picado	1/4.	Taza
Mostaza	1	Cdta
Sal	1	Cdta
Aceite de olive	1/2.	Taza
Pimienta al gusto	c/n	c/n
Ají al gusto	c/n	c/n
Procedimiento		
Lavar los hongos y dejarlos en remojo en agua hirviendo por 10 minutos		
Retirar del líquido los hongos y cortar en trozos medianos		
Aparte mezclar las cebollas, el culantro y el tomate con los hongos.		
Agregar la mostaza sal pimienta ají y el jugo de limón. Si desea puede utilizar un poco del líquido de los hongos y un poco de aceite.		
Servir en cevicheras, bañado con aceite de oliva.		
Acompañar con chifles, maíz tostado o canguil.		

Tabla 4.20

Receta N° 10

Nombre de la receta: Locro de Habas		
# de Receta: 10	# de Porciones: 6	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Habas frescas peladas	4	Tazas
Aceite de girasol	2	Cedas
Dientes de ajo, machacados	4	Unidades
Cebolla perla	1	Unidad
Tomates	2	Unidades
Comino molido	½	Cdta
Achiote molido	½	Cdta
Ají en polvo	1	Cdta
Papas, peladas y picadas en cubos medianos	3	Unidades
Tazas de agua o caldo	6	Tazas
Leche	½	Tazas
Huevos, ligeramente batidos	3	Unidades
Queso fresco "El Salinerito" desmenuzado	500	Gramos
Sal al gusto		
Cilantro o perejil, finamente picado	3	Cdas
Procedimiento		
En una sartén grande caliente el aceite, agregue la cebolla picada y cocine por unos 5 minutos		
Añada el ajo machacado, cocine por 2 minutos		
Agregue los tomates picados, el comino, el ají en polvo, el achiote molido, y sal. Mezcle bien y cocine por 3 minutos		
Agregue las papas y el agua o el caldo, haga hervir		
Agregue 2 tazas de las habas peladas, reduzca la temperatura y cocine a fuego lento hasta que las papas estén suaves, aproximadamente 25 minutos.		
Use un mortero o machacador de papas para suavizar y ligeramente desmenuzar las papas y las habas.		
Agregue el resto de las habas, cocine por 5 minutos, revolviendo de vez en cuando		
Bata la leche y los huevos, agregue esta mezcla a la sopa		
Agregue el queso desmenuzado y mezcle bien.		
Retire del fuego y espolvoree con el cilantro picado.		
Sirva el locro de habas acompañado de ají criollo y rodajas de aguacate		

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Tabla 4. 21

Receta N° 11

Nombre de la receta: Locro de Papas con Queso		
# de Receta: 11	# de Porciones: 6	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Papas de tamaño mediano	10	Unidades
Aceite de canola o mantequilla	2	Cdas
Cebolla blanca perla	1	Unidades
Ajo	2	Cdta
Comino	2	Cdta
Achiote molido	2	
Agua	7	

Leche	1	
Queso fresco El Salinerito desmenuzado (también se puede usar mozzarella rallada)	250	
Cilantro picado	4	
Aguacates	2	
Sal al gusto	c/n	c/n
Procedimiento		
Prepare un refrito para el locro de papa, caliente el aceite o la mantequilla a fuego medio en una olla, añada la cebolla picada, los ajos picados, el comino y el achiote molido.		
Cocine hasta que las cebollas estén suaves, aproximadamente 5 minutos		
Añada las papas a la olla y mezclar bien con el refrito, continúe cocinando las papas por unos 5 minutos		
Añada el agua y haga hervir, cocine las papas hasta que se ablanden.		
Utilice un machacador de papas para aplastar las papas, pero no las aplaste a todas, la consistencia del locro de papa debe ser cremosa pero con trocitos de papa.		
Reduzca la temperatura, añada la leche, mezcle bien y deje cocinar por unos 5 minutos adicionales.		
Puede añadir más leche o agua si la sopa está muy espesa.		
Añada sal al gusto, el queso rallado o desmenuzado y el cilantro		
Sirva el locro de papa caliente con los aguacates, las cebollitas verdes, el queso mozzarella rallado y el ají.		

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Tabla 4. 22

Receta N° 12

Nombre de la receta: Caldo de gallina criolla		
# de Receta: 12	# de Porciones: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Gallina Mediana	1	Unidad
Cebolla	90	Gramos
Ajo	25	Gramos
Cebolla Blanca	90	Gramos
Leche	250	ML
Comino	5	Gramos
Pimienta	2	Gramos
Apio	50	Gramos
Perejil	50	Gramos
Sal	4	Al gusto
Procedimiento		
Cocinar la gallina en agua con sal, ajo, cebolla, apio y perejil.		
Cuando la carne esté suave, cernir el caldo sobre una cacerola, agregarle pimienta, comino, cebolla blanca bien picada y darle un hervor.		
Retirar el contenido y guisarlo con la leche.		
Cortar la gallina en presas para poner una en cada plato de caldo, espolvorear perejil y cebolla blanca picada		
A este caldo se le puede acompañar con papas o trozos de yuca		

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Tabla 4.23

Receta N° 13

Nombre de la receta: LLuspas		
# de Receta: 13	# de Porciones: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Huesos de Cerdo	500	Gramos
Cebolla Blanca	100	Gramos
Cilantro	10	Gramos
Agua Fría	2	Lt.
Sal	10	Gramos
Achiote	15	MI
Ajo	10	Gramos
Pimienta	2	Gramos
Leche	300	MI
Harina de Maíz	275	Gramos
Manteca de cerdo	15	Gramos
Huevo	1	Unidad
Caldo hervido	60	MI
Papas	250	Gramos
Queso fresco "El Salinerito"	250	Gramos
Col	250	Gramos
Procedimiento		
Cocinar los ingredientes por 45 minutos en una olla común o 15 minutos en una olla de presión; la calavera de cerdo debe quedar suave.		
Colar el caldo y desmenuzar la carne del cerdo. Añadir la carne al caldo		
Calentar el achiote. Poner las cebollas y freír a fuego lento hasta que la cebolla esté transparente		
Añadir al caldo los demás ingredientes con la leche		
Adicionar la col y hervir durante 5 minutos y, si se desea, también la papa		
Tostar en una sartén la harina con la mitad de la manteca, removiendo constantemente hasta que esté amarilla.		
Añadir la sal, el huevo, y la otra mitad de la manteca.		
Mezclar bien y agregar el caldo poco a poco, hasta tener una masa suave.		
Formar bolitas pequeñas de media cucharadita de masa		
Luego hundirles el dedo para que se formen las "Lluspas"		
Probar la sazón de la sopa, ya que no se debe moverla cuando ya esté las bolas		
Añadir las bolas poco a poco al caldo mientras hierve, se debe hacerlo en los sitios donde el caldo haga burbujas		
No tapar la olla y ver que las bolas suban		
. Cocinar por 10 minutos.		

Fuente: (Mastrocola, 2011)

- Plato fuerte

Tabla 4.24

Receta N° 14

Nombre de la receta: Papas con cascara, choclo y chuleta ahumada		
# de Receta: 14	# de Porciones: 6	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Choclo	6	Unidades
Papas grandes	6	Unidades
Habas con cascara	1 ½	Libras
Mellocos	1 ½	Libras
Ajo	4	unidades
Cebolla paiteña	1	unidades
Queso Andino Fresco "El Salinerito"	500	Gramos
Agua	c/n	c/n
Leche	½.	Litro
Sal y pimienta al gusto	c/n	c/n
Chuleta ahumada "El Salinerito"	750	Gramos

Procedimiento

Coloque en una olla con agua y sal al gusto los choclos, en otra olla las habas, en otra olla los mellocos, en otra olla las papas y cocínelas hasta que estén suaves
 Cuando estén listas deseche el agua y coloque una tapa para mantener caliente la comida.
 Sirva en un plato un choclo, una papa, una porción de habas, una porción de mellocos, la chuleta y el queso sea en rodaja o como salsa de queso
 Acompañado con chuleta:
 Coloque la chuleta en una paila a llama media, ponga sal al gusto, ajo y paiteña. Dejar la chuleta hasta se dore.
 Salsa de Queso:
 Licua durante 4 minutos queso con la leche. Una vez que esté la salsa lista, retira y coloca la mezcla en un tazón. Sazonar con sal y pimienta.

Tabla 4.25

Receta N° 15

Nombre de la receta: Tortilla de papa		
# de Receta: 15	# de Porciones: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Papas	2000	Gramos
Sal	5	Gramos
Achiote	15	ML
Cebolla Blanca	120	Gramos
Queso Fresco "El Salinerito"	500	Gramos
Manteca de Chanco	200	Gramos
Chorizo "El Salinerito"	500	Gramos

Procedimiento

Cocinar la papa en agua con sal hasta que esté muy suave. Guardar 1/2 taza de agua espesa de la cocción
 Aplastar muy bien la papa.
 Añadir el agua espesa que se guardó, el achiote, la cebolla y sal a gusto.
 Tapar con un mantel y dejar reposar en un sitio cálido por un mínimo de tres horas para darle un poco de agrio.
 Añadir el queso directamente a la masa o ponerlo como relleno.
 Con esta masa formar los llapingachos (tortillas)

Freírlos a fuego mediano en una sartén untada con un poco de manteca, cuando los llapingachos estén bien tostados y doraditos, untar las superficies antes de virarlos.

Recomendaciones:

Acompañar con chorizo "El Salinerito", huevo frito y aguacate

Fuente: (Mastrocola, 2011)

- Postres

Tabla 4.26

Receta N° 16

Nombre de la receta: Dulce de Zambo		
# de Receta: 16	# de Porciones: 50	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Zambo Maduro Grande	1	Unidad
Panela	250	Grande
Canela	5	Grande
Procedimiento		
Partir el zambo por la mitad.		
Cortar en forma vertical el zambo o calabaza, luego retirar un poco de la semilla, lo cual dejaría hecho un hoyo en el centro para inmediatamente proceder a colocar la panela, la canela y si se desea poner más condimentos de dulce se lo puede agregar		
Antiguamente se lo colocaba en la brasa las mitades de zambo pegadas ahora se lo puede hacer en un horno.		
Llevar al horno precalentado a alta temperatura, por más o menos 45 minutos.		
Revisar en el horno si ya ha cogido cuerpo y esté a punto de almíbar.		
Retirar del horno y vaciarlo en un recipiente.		
Recomendaciones:		
A este delicioso y perfumado postre se lo puede servir frío o caliente.		

Fuente: (Mastrocola, 2011)

Tabla 4. 27

Receta N° 17

Nombre de la receta: Mousse de dulce de leche		
# de Receta: 17	# de Porciones: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Gelatina sin sabor	15	Gramos
Leche	2	Tazas
Tablilla de chocolate "El Salinero"	100	Gramos
Dulce de leche	400	Gramos
Crema de Leche	200	CC
Claros de huevos	2	Unidad
Azúcar	2	Cucharadas
Procedimiento		
Disolver la gelatina en ¼ taza de leche La Serenísima fría y dejar hidratar 10 minutos		
Mezclar el resto de la leche con el chocolate y calentar a fuego suave hasta derretirlo bien		
Agregar Dulce de Leche "El Salinerito", la gelatina y mezclar hasta integrar		
Dejar entibiar. Batir las claras a nieve con el azúcar hasta formar un merengue liso y brillante		
Incorporar las claras al batido de Dulce de leche "El Salinerito" en dos veces, mezclando con movimientos suaves y envolventes hasta que no quede ningún resto de		

clara.

Batir la crema a punto chantilly e incorporar 1 taza a la preparación anterior

Distribuir en bowls o copas y llevar a la heladera unas 4-5 horas antes de servir.

Decorar con la ½ taza restante de crema chantilly y virutas de chocolate.

Grupo N° 3 Cenas

Por las similitudes en los parámetros mencionados en el diagnostico serán parte de este grupo en los 2 casos de estudio.

- Entradas y Sopas

Tabla 4. 28

Receta N° 18

Nombre de la receta: Sopa de vegetales con chorizo			
# de Receta: 18		# de Porciones: 4	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Ajo picado	1	Unidad	
Culantro	1	Rama	
Cebolla blanca	1	Unidad	
Sal		al gusto	
Aceite de achiote	1/2.	Cucharadita	
Papas	1/2.	Libra	
Alverja	1/4.	Libra	
Zanahoria	1	Unidad	
Pimiento rojo	1/4.	Taza	
Chorizo "El Salinerito"	1	Libra	
Procedimiento			
En una olla ponga a hervir agua, vaya agregando el ajo, una cuchara de sal, el culantro, cocine hasta que salga un buen caldo			
Luego agregue en el caldo la zanahoria, la alverja, la vainita, el pimiento rojo y deje cocinar hasta que esté suave, ponga la cebolla blanca echa refrito con el achiote.			
Fría el chorizo y en el caldo que está hirviendo suelte el chorizo de carne y también las papas picadas.			
Deje que se cocine hasta que las papas estén suaves.			
Pruebe la sazón y sirva			

Fuente: Investigación de Campo

Tabla 4.29

Receta N° 19

Nombre de la receta: Crema de zapallo			
# de Receta: 19		# de Porciones: 4	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Agua	6	Tazas	
Zapallo	1	Kilo	
Papas	2	Unidad	
Crema de leche	1/4.	Litro	
Mantequilla	1	Cucharita	
Queso Parmesano "El Salinerito"		al gusto	
Perejil, pimienta y sal		al gusto	
Procedimiento			
Llevar al horno el zapallo y la papa en un recipiente tapado, por 5 minutos.			
Antes de retirar, presionar con un tenedor la papa para comprobar si ya está cocida			
Si el tenedor entra con facilidad, retirarla de lo contrario incrementar el tiempo de cocción.			
Echar agua, el cubito de pollo y las verduras al vaso de la licuadora y licuar			
Cocinar la preparación unos 5 minutos más			
Antes de servir echar mantequilla, crema de leche y queso.			
Decorar con perejil.			

- Plato fuerte

Tabla 4.30

Receta N° 20

Nombre de la receta: Pollo en salsa de champiñones			
# de Receta: 20		# de Porciones: 4	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
Pollo	1	Entero	
Champiñones "El Salinerito"	250	Gramos	
Aceite	1	Cucharadita	
Crema de leche	1/4.	Litro	
Cebollas paitaña	3	Unidad	
Agua	4	Tazas	
Ajo	2	Unidad	
Sal al gusto			
Procedimiento			
En una olla coloque aceite, la cebolla picada, el ajo y sofría hasta que cebolla este transparente			
coloque el pollo y deje que fría unos minutos con la preparación no deje de mover para que no se pegue ya que el pollo esté listo			
deje que sude por unos minutos hasta que el pollo y los champiñones saquen un jugo en ese instante sin sacar el jugo			
coloque la mitad de la crema de leche y el agua sal al gusto			
Deje cocinar hasta que el pollo este bien cocinado sin dejar que el jugo se consuma y sirva.			

Tabla 4.31

Receta N° 21

Nombre de la receta: Pasta con jamón y queso Gruyer		
# de Receta: 21	# de Porciones: 4	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Pasta	500	Gramos
Jamón "El Salinerito"	250	Gramos
Cebolla	1	Unidad
Ajo	2	Unidad
Crema de leche	1/4.	Litro
Salsa de tomate para pasta	1/2	Litro
Aceite de olive		
Sal y pimienta al gusto		
Queso Gruyer "El Salinerito"		Al gusto
Procedimiento		
Pique la cebolla y el diente de ajo finamente y póngalos a saltar en una sartén con aceite.		
Pique el Jamón en dados o tiras, añada y saltea brevemente.		
Incorpora la crema y la salsa de tomate, un poco de pimientos y cocina durante un par de minutos.		
Ponga agua a cocer en una cazuela		
Cuando empiece a hervir, añada la sal y la pasta y deja cocer durante 3 minutos		
Escúrrelos y colócalos en los platos.		
Reparte la salsa encima y cubre con el queso rallado		
Puedes añadirle la verdura que más te guste.		

- Postre

Tabla 4.32

Receta N° 22

Nombre de la receta: postre de mora		
# de Receta: 22	# de Porciones: 4	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Mora licuada	1/2.	Libra
Azúcar	1/2.	Libra
Huevos	3	Unidad
Frutillas cortadas	1/2.	Libra
Procedimiento		
Cocinamos la mora con el azúcar hasta que le dé punto caramelo		
luego vamos colocando poco a poco y batiendo con las claras de los huevos que deben estar a punto de nieve		
Batir hasta que la mezcla esté homogénea, refrigerar durante 15 minutos.		
Sirva en un recipiente para postre y adórnelo con las frutillas		

Tabla 4.33

Receta N° 23

Nombre de la receta: postre de mora		
# de Receta: 23	# de Porciones: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Frutilla	1	Kilo
Azúcar	800	Gramos
Jugo de limón	2	Cdta
Agua	1	Taza
Procedimiento		
Limpiar las frutillas en varias aguas y sacarles los cabitos.		
Colocarlas en un bowl y sumarles el azúcar		
Dejarlas reposar en la heladera 3 o 4 horas, hasta que el azúcar se funda sola y las frutillas suelten líquido		
Ecurrir el líquido (reservar las frutillas), agregarle el jugo de limón y el agua y verter en una cacerola de fondo grueso.		
Cocinar unos 10 a 12 minutos, hasta obtener un almíbar espeso		
Incorporar las frutillas y cocinar a fuego lento		
revolviendo suavemente de tanto en tanto, hasta que al retirar una cucharadita en un plato y hacer un surco		
Dejar reposar el dulce y una vez que esté frío está listo para servir.		

- Coctel

Tabla 4.34

Receta N° 24

Nombre de la receta: Coctel Sangre Guarandña		
# de Receta: 24	# de Porciones: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad
Pulpa de mora	1. 1/2	onzas
Azúcar	2	onzas
Canela	1/2.	onzas
Pájaro Azul	1. 1/2	onzas
Hielo	5	onzas
Clara de huevo	1	onzas
Procedimiento		
Reducir y enfriar la mora con el azúcar		
Colocar junto con el resto de ingredientes en el vaso de la licuadora para mezclar.		
Servir en copa Martini y decorar con media luna de manzana		

Fuente: (Cardoso, S/n)

Las recetas propuestas se podrán ejecutar en las 2 parroquias de estudio

c Protocolos en el servicio

Se describen los protocolos que se deben cumplir para la implementación en los establecimientos de A&B que tendrán 2 áreas específicas, el área de cocina y el área de restaurante

- Servicio en el área de cocina

Como primer punto se describen los protocolos en el área de cocina:

Para una mejor prestación del servicio dentro de esta área se dividió en 2 ejes:

Servicio

Se entiende al servicio en el área de cocina a las actividades que se desarrollan desde el momento que el personal encargado de la preparación de alimentos arriba a la cocina, hasta que el mesero retira la orden para servir al comensal.

A continuación se describen los protocolos que se deben cumplir:

Tabla 4.35

Servicio en el área de Cocina

Descripción de Actividades		
Paso	Responsable	Actividad
1	Cocinero	Poner a punto los utensilios y equipos de cocina
2	Cocinero	Recepción de la mercadería
3	Cocinero	Poner a punto la materia prima para la elaboración de los platos, según recetas estándar
4	Cocinero	Producción de las recetas estándar, tanto para desayunos, almuerzos, meriendas
5	Cocinero	Recibir el pedido realizado por el cliente (entrega el mesero a cocina)
6	Cocinero	Montaje del plato (colocar los géneros en los platos correspondientes)
7	Cocinero	Decoración de los platos
8	Cocinero	Despachar los platos

Post Servicio

Se entiende al Post-servicio en el área de cocina a las actividades que se desarrollan desde que el mesero retira los platos y retornan a la cocina.

A continuación se describen los protocolos que se deben cumplir:

Tabla 4.36

Servicio en el área de Cocina

Descripción de la actividad		
paso	Responsable	Actividad
1	Cocinero	Lavar platos, ollas y utensilios que ocupen en el transcurso del día
2	Cocinero	Limpia mesones
3	Cocinero	Barrer y trapear el área de cocina, hornos y equipo en general
4	Cocinero	Hacer el inventario de cocina
5	Cocinero	Cierre de la cocina

- Servicio en el restaurante

Como segundo punto se describen los protocolos en el área del restaurante:

Para una mejor prestación del servicio dentro del área del restaurante en de los establecimientos de alimentos & bebidas se dividió en 2 ejes:

Servicio

Se entiende al servicio como la actividad que la persona encargada del área de ingesta de alimentos debe cumplir con los comensales desde el momento de su llegada para lo cual debe realizar las siguientes actividades:

Tabla 4.37

Servicio en el Área del Restaurante

Descripción de la actividad		
Paso	Responsable	Actividad
1	mesero	Recibe al comensal: Da la bienvenida, saluda, acomoda en las mesas
2	mesero	Informa al comensal sobre las bebidas existentes en el establecimiento
3	mesero	Entrega menú
4	mesero	Sugiere sobre los platos existentes en la carta
5	mesero	Toma la orden de alimentos y bebidas
6	mesero	Anota en la comanda las especificaciones sobre los alimentos y bebidas solicitadas por el comensal
7	mesero	Informa a los comensales sobre los tiempos de preparación aproximada de los platillos cuya elaboración requiere más tiempo que los demás platillos
8	mesero	Corroborar en la cocina y en bar que lo registrado sea lo solicitado por el comensal
9	mesero	Entrega la comanda de alimentos/bebidas a la cocina/bar y caja
10	mesero	Verifica la atención de la orden de alimentos / bebidas en la cocina / bar
11	mesero	Traslada de la cocina/bar las bebidas/alimentos solicitados por el comensal a la mesa
12	mesero	Verifica que las bebidas/alimentos lleven la presentación requerida por el establecimiento/comensal
13	mesero	Sirve las bebidas solicitadas al comensal
14	mesero	Sirve los alimentos solicitados por el comensal
15	mesero	Coloca los platillos en la mesa por el lado derecho del comensal
16	mesero	Verifica que el producto principal quede de frente al comensal
17	mesero	Advierte al comensal acerca de la temperatura de la loza cuando está muy caliente
18	mesero	Toma los platos sin tocar los bordes de los mismos Retira los platos de la mesa Por el lado izquierdo del comensal cuando son de alimentos y por el derecho cuando son de bebidas
19	mesero	Retira los platos de la mesa Por el lado izquierdo del comensal cuando son de alimentos y por el derecho cuando son de bebidas
20	mesero	Recoge los platos sucios

21	mesero	Ordena en la charola loza retirada
22	mesero	Limpia la mesa de servicio al comensal
23	mesero	Retira todos los alimentos, platos, mise place y menaje que el comensal ya no está utilizando
24	mesero	Ofrece digestivos al comensal

Post-servicio

Son todas las actividades que el encargado de área de ingesta de alimentos debe cumplir al finalizar el servicio, para lo cual debe realizar las siguientes actividades:

Tabla 4.38

Servicio en el área de Restaurante

Descripción de la actividad		
paso	responsable	actividad
1	Mesero	Presenta la cuenta de consumo al comensal Cuando este la solicite
2	Mesero	Recoge la cuenta de consumo en la caja
3	Mesero	Cobra la cuenta al comensal Presentando al comensal la nota de consumo
4	Mesero	Verifica la forma de pago de la cuenta
5	Mesero	Pregunta al comensal si requiere factura
6	Mesero	Paga la cuenta del comensal en caja entregando al cajero la nota de consumo junto con la forma de pago del comensal
7	Mesero	Solicita al comensal su firma en el Boucher cuando paga con tarjeta (opcional)
8	Mesero	Separa el original del Boucher para el establecimiento (opcional)
9	Mesero	Devuelve al comensal la copia del Boucher y el comprobante de consumo / factura, y tarjeta /cambio correspondiente. Entrega de la evolución de servicio(opcional)
10	Mesero	Despide al comensal asistiéndolo para que se levante, agradeciéndole la visita al establecimiento, e invitándolo a que regrese al establecimiento.

d Circuitos gastronómicos

Para promover a la red de comedores comunitarios se entrega para propuesta de un circuito donde se incluirán a los establecimientos de alimentos y bebidas que forman parte de la cadena productiva.

Caso Salinas

El circuito N° 1 full Day: incluirá visita de 4 microempresas antes de la hora del almuerzo para la adquisición de materia prima para la elaboración de los menús (fábrica de quesos, fábrica de embutidos, secadora de hongos, visita al huerto orgánico Samilagua), después del almuerzo se visitaran las fábricas de (chocolates hilandería, fábrica de balones, centro de acopio) a continuación se detalla el itinerario por cumplir:

Tabla 4.39

Circuito N° 1

Circuito 1	
HORA	ACTIVIDAD
09:00	Arribo a Salinas
09:10	Entrega de receta estándar de los platos que ofrece la Red de Servicios de alimentos y bebidas
09:15	Entrega de la canasta para la adquisición de productos
09:25	Arribo a la granja orgánica Samilagua
10:00	Recorrido por la granja
10:10	Traslado de la Granja a la Quesera
10:50	Recorrido por la quesera
11:00	Traslado de la quesera a la secadora de hongos
11:20	Recorrido por la secadora de hongos
11:45	Traslado a la fábrica de embutidos
12:05	Recorrido por la fábrica de embutidos
12:15	Traslado al establecimiento de A&B para entrega de los productos para la elaboración del almuerzo
12:25	Charla sobre Salinas y la cadena Productiva
13:00	Almuerzo
14:00	Arribo a la fábrica de textiles

14:10	Recorrido por la fábrica de textiles
14:30	Arribo a la fábrica de bolones
14:45	Recorrido por la fábrica
14:55	Arribo a la fábrica de chocolates
15:25	Recorrido por fábrica de chocolates
15:35	Retorno a la plaza central
15:40	Visitas al Acopio
16:00	Despedida

Circuito N° 2

El circuito N° 2: 2 días y una noche: incluye visitas a las microempresas, a sitios naturales, alimentación y hospedaje; a continuación se describe el itinerario por cumplir:

Tabla 4.40

Circuito N° 2

Circuito N° 2	
Hora	Actividad
Día 1	
08:00	Arribo a Salinas
08:10	Check in Designación de habitación
09:10	Desayuno en la red de Servicio de Alimentos y bebidas
09:15	Entrega de receta estándar de los platos que ofrece la Red de Servicios de alimentos y bebidas
09:20	Entrega de la canasta para la adquisición de productos
09:30	Charla sobre Salinas
10:00	Arribo a la granja orgánica Samilagua
10:40	Recorrido por la granja
10:50	Traslado de la Granja a la Quesera
11:30	Recorrido por la quesera
11:45	Traslado de la quesera a la secadora de hongos
11:55	Recorrido por la secadora de hongos y fábrica de fideos
12:15	Traslado a la fábrica de embutidos
12:20	Recorrido por la fábrica de embutidos
12:45	Traslado al establecimiento de A&B para entrega de los productos para la elaboración del almuerzo
12:50	Explicativo del funcionamiento de la red de A&B

13:45	Almuerzo
14:45	Arribo a la fábrica de textiles
15:10	Recorrido por la fábrica de textiles
15:30	Arribo a la fábrica de bolones
15:45	Recorrido por la fábrica
15:55	Arribo a la fábrica de chocolates
16:25	Recorrido por fábrica de chocolates compra de materia prima para la cena y el desayuno
16:35	Retorno a la plaza central
16:40	Visitas al Acopio
17:00	Traslado hacia el mirado natural para ver la puesta de Sol
19:00	Cena
20:00	Noche de integración
22:00	Descanso
Día 2	
08:00	Desayuno en la red de servicios de A&B
09:00	Check out del hotel
09:15	Traslado a las Cuevas de Tigua
09:45	Recorrido en las Cuevas
10:00	Arribo a la plaza central
10:30	Visita a la fábrica de aceites
10:50	Traslado a las Minas de Sal
11:00	Recorrido a las Minas de Sal
11:45	Retorno de las Minas
12:10	Despedida

Caso Guanajuo

La temática a manejar en el caso Guanajuo es diferente por las competencias que poseen, es por eso que en el circuito se propone la visita de la tienda el Salinero como distribuidor directo de los productos y a su vez se incorporen los productos de la granja orgánica que se necesitan para elaborar las recetas ofertadas:

Circuito N°3 full Day: se incluye visita al completo turístico A continuación se describe el itinerario de la visita:

Tabla 4.41**Circuito N° 3**

Circuito N° 3	
Hora	Actividad
09:00	Arribo a Guanaju
09:15	Desayuno en la Red de Servicio de Alimentos y bebidas
10:15	Charla Explicativa del funcionamiento de la red de A&B
10:45	Entrega de receta estándar de los platos que ofrece la Red de Servicios de alimentos y bebidas
11:00	Entrega de la canasta para la adquisición de productos
11:10	Traslado a la tienda el Salinerito para adquisición de productos.
11:40	Complejo turístico las Cochas
13:40	Almuerzo en la Red de Servicio de Alimentos y bebidas
14:40	Visita a los lugares artesanales donde producen pájaro azul
15:40	Recorrido por la distribuidora de pájaro azul San Pedrito (Charla de la elaboración de la bebida típica de la zona)
16:20	Elaboración de cóctel y degustativo
17:00	Despedida

Circuito N°4

El circuito N° 2: 2 días y una noche: incluye visitas a las microempresas, a sitios naturales, alimentación y hospedaje; a continuación se describe el itinerario por cumplir:

Tabla 4.42**Circuito N° 4**

Circuito N° 4	
Hora	Actividad
Día 1	
07:00	Arribo a Guanaju
07:15	Check in distribución de habitaciones
07:30	Desayuno en la red de servicios de A&B
08:30	Traslado a la hacienda El Sinche
09:30	Arribo a la hacienda El Sinche
10:00	Charla Explicativa del funcionamiento de la red de A&B
10:15	Entrega de receta estándar de los platos que ofrece la Red de Servicios

	de alimentos y bebidas
10:20	Entrega de la canasta para la adquisición de productos
11:30	Visita a la hacienda El Sinche recorrido por la quesera y los alrededores
13:00	Almuerzo en la red de servicio de A&B
14:00	Retorno a Guaranda
15:00	Arribo al Hotel
15:15	Visita al completo turístico Las Cochas
17:15	Recorrido por la distribuidora de pájaro azul San Pedrito (Charla de la elaboración de la bebida típica de la zona)
18:00	Arribo hotel
19:00	Cena en la Red de Servicio de Alimentos y bebidas
20:00	City by night en el centro histórico de Guaranda
21:00	Noche de integración
23:00	Descanso
Día 2	
07:00	Desayuno en la red de servicios de A&B
08:00	Visita a la colina Cruz Loma Museo y Centro Cultural Indio Guaranda en el Cantón Guaranda
10:00	Despedida

e **Directrices y políticas para la participación**

La red que se propone funciona bajo el esquema del cooperativismo y la asociatividad, con el fin de evitar que cada sitio de establecimiento de A&B utilice esfuerzos aislados con resultados no tan productivos.

La red no quita, desde ningún punto de vista, individualidad a cada productor, por el contrario, reafirma las características comunes de cada socio y destaca las particularidades de cada sitio, partiendo de la premisa que existen diversos nichos de mercado que deben ser atendidos y, en algunos casos, descubiertos.

La red debe ser legalizada, con el apoyo de los organismos máximos de turismo y ambiente del país. Sin embargo, es necesario que en cada parroquia, exista una directiva que represente a todos los miembros

La red deberá cumplir las siguientes funciones:

- Agrupar bajo una misma marca, logotipo y estándares de calidad a los sitios que cumplan con los requisitos establecidos previamente.
- Generar convenios con empresas operadoras de turismo para que todos los sitios pertenecientes a la red tengan un número adecuado de visitantes.
- Velar por la calidad de servicios de todos los involucrados, destacando cada mes o cada dos meses los sitios con mejor calificación por parte de los visitantes.
- Crear mecanismos de involucramiento de todos los miembros de la red, para evitar la percepción de abandono, especialmente de los productores medianos y pequeños.
- Establecer estatutos claros que permitan la participación activa de todos los miembros de la red, sin importar el tamaño o volumen de producción.
- Crear mecanismos para la venta de los productos en diferentes mercados, especialmente de los no tradicionales.
- Realizar periódicamente investigaciones de mercado, a fin de descubrir las tendencias, necesidades y demandas potenciales y efectivas, así como encontrar nuevos nichos de mercados que pueden resultar atractivos para la red.
- Investigar entre cada uno de sus miembros las necesidades de capacitación urgente que deberán ser atendidos, así como revisar que los estándares de calidad propuestos se cumplan

f Buenas prácticas y producción

Para las 2 parroquias se debe generar buenas prácticas en manipulación de alimentos, además de prestar un excelente servicio a la hora de atender a los turistas, además se deben basar en las normas INEN para mejorar tener un consolidado sustentable al momento de ejercer las actividades, no es tarea fácil pero se generara resultados óptimos los mismos que beneficiaran a la colectividad en ambos sentidos (prestadores de servicios y personas que recibirán el mismo)

Se debe ampliar la carta que ofertan en cada uno de los establecimientos, para generar un plus se debe incluir productos de la zona, capacitar al personal.

g Políticas de inclusión integral

Las políticas que se proponen a continuación son el resultado de un análisis de la realidad actual del sector, más las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo. Estas políticas de inclusión tratan de reflejar los aspectos más importantes que se encontraron durante la investigación.

- Entorno de empresas

Establecer alianzas estratégicas entre entidades público privadas y académicas para mejorar la información, investigación y estudio del sector.

Proponer el mejoramiento de los recursos del Ministerio de Turismo y sus representaciones regionales para consolidar su capacidad de atender y fomentar el desarrollo turístico.

- Gestión comercial

Diseñar campañas comunicacionales orientadas al mercado consumidor y distribuidor con el objetivo de informar y “educar” sobre el concepto de turismo comunitario, facilitando el conocimiento de las particularidades de esta forma de turismo y evitando distorsiones que generen confusión.

Estructurar una cartera de productos más diversificados y competitivos, de manera de provocar una asociación más estrecha con otras formas de turismo existentes en el país.

- Operación del negocio

Definir, a partir del establecimiento de un conjunto de estándares o normas de calidad, los requisitos mínimos para la operación con excelencia de la oferta y que permita unificar los criterios de las instituciones de fomento productivo.

Diseñar y poner en práctica un sistema de certificación de calidad que permita orientar al mercado y contribuya a mejorar significativamente los estándares de todas las iniciativas

- Talento humano

Generar nuevas competencias a cada uno de los miembros de la red, incentivar a que nuevas personas sean parte de la red

Realizar capacitaciones didácticas para que los representantes de los establecimientos aprendan o refuercen sus conocimientos.

- Dimensión cultural

Respetar las costumbres y tradiciones de cada uno de los sitios de estudio, generando conciencia al turista para que valore la identidad de cada miembro de la red

h Reglas para la distribución de beneficios económicos

Al ser una propuesta para generar la unión de varios prestadores de servicio en A&B es necesario que para poner en marcha todas las acciones que se generaron en el desarrollo de la investigación se necesita generar un fondo comunitario para que a un principio y hasta que se posicione la red se debe generar un rédito económico entre todos los integrantes de la misma, esto es para beneficio común y sería para generar resultados como en material de difusión y promoción, para asistir a programas donde se pueda dar a conocer el emprendimiento y hasta que se venda la idea y recibir el apoyo de otros organismos que se interesen por la red.

i Parámetros para la elección de participantes de la red

A continuación se describe cada parámetro y lo que implica el mismo:

- Conectividad

Los establecimientos de Alimentos y Bebidas que desean ser parte de la red deben mantenerse conectados. Esto puede darse mediante la oferta de alimentos elaborados con los productos que ofrecen las microempresas de la comunidad, y la oferta de actividades recreativas como las visitas guiadas a las empresas y, participación en las actividades de la granja orgánica, etc.

- Complementariedad

La oferta de turismo comunitario tiene una relación de complementariedad con las actividades agrícolas, artesanales y alimenticias de las comunidades. Entendiendo que el respeto por la vida productiva, social y cultural de la comunidad prima sobre el ánimo de lucro de la unidad turística.

- Sostenibilidad

Los establecimientos de Alimentos y bebidas que formen parte de la red deben conservar las tradiciones rurales regionales o presentar una transformación adecuada a las situaciones del contexto, sin violentar el elemento cultural en que se hallan.

La administración de las relaciones socioeconómicas al interior de la red debe propender la equidad económica y la justicia social (trato justo y equitativo con los miembros de la red).

- Equidad

Exige la diversidad de oferta de alimentos y Bebidas, a través de la implementación de recetas estándar para la red, con el fin de satisfacer la nacional e internacional.

Propicia la participación de todos los tipos socioeconómicos de la parroquia, en la constitución de una oferta turística diversa y diversificada.

- Calidad

La oferta de alimentos y bebidas y oferta turística se ciñe a exigencias de higiene sanitaria, seguridad de la infraestructura y salubridad de los alimentos.

La atención al visitante está ligada a la amabilidad en el trato.

Los entes reguladores y ejecutivos de la red del servicio de Alimentos y Bebidas, son quienes reciben al visitante y lo familiarizan con la historia, los procesos productivos y la cultura local.

Establece parámetros de calidad que incentivan las manifestaciones culturales propias de la parroquia.

Los actores de la cadena deben cumplir con los parámetros de servicio establecidos.

- Claridad en la información al visitante

Exige que la información publicitaria dada al turista comunitario corresponda con la oferta disponible, los precios establecidos y el servicio prestado.

Cada actor de la cadena deberá conocer y poner a disposición del visitante la información circulante sobre servicios turísticos comunitarios, locales y regionales

- Preferencia

Impulsa las actividades pedagógicas y didácticas orientadas a dar a conocer las prácticas y sistemas productivos, los oficios tradicionales y labores culturales que se desarrollan en la parroquia.

- Cooperación

Propicia la cooperación con programas de turismo comunitario. Se entiende que la diversidad y trabajo en colectivo benefician la experiencia del turista y la calidad del destino.

Propende por la cooperación entre la red de servicios de A&B, la comunidad, y la oferta turística local y regional.

j Perfil de los integrantes de la red de servicios de A&B

Para el desarrollo sostenible de la red de servicios de A&B, los grupos estratégicos deben cumplir con ciertos requisitos básicos indispensables, para que de esta forma, el turista se sienta seguro y confiable en cualquier punto de la red, disfrutando de productos de calidad, sin encontrarse con aglomeración de personas, ya que lo que se pretende desarrollar es un turismo selectivo en lugar de un turismo masivo.

Requisitos:

- **Planta turística:** Los restaurantes que pretendan ofrecer el servicio de A&B dentro de la cadena, deben reunir ciertas condiciones básicas de infraestructura: mínimo un cuarto de baño, una cocina con equipos básicos para su funcionamiento, menaje básico (vajilla, cristalería, cubertería y mantelería), una capacidad mínima para 10 pax en el salón (mobiliario)
- **Involucramiento en las actividades productivas:** Los establecimientos de A&B que formen parte de la red deben estar articulados con el o los huertos del sector que permitan a los visitantes, que así lo deseen, la oportunidad de participar activamente en los procesos productivos, bajo condiciones seguras. Además deben estar articuladas con el grupo juvenil a través de la operadora de turismo comunitario.
- **Integración de comunidades locales:** Preferiblemente, el personal debe estar conformado por pobladores locales, que además de conocer sobre los procesos

productivos y/o administrativos, Sean cordiales, atentos, hospitalarios y conocedores de las tradiciones locales. A ellos, se debe procurar la oportunidad de capacitarse.

- Gastronomía local: Aquellos establecimientos que ofrezcan el servicio de alimentación, deben vender la oportunidad de compartir alrededor de una mesa la degustación de platos tradicionales de la zona, y permitir la participación de los visitantes en los procesos culinarios a través de la recolección de los productos en las microempresas de la comunidad.
- Promoción de las tradiciones locales: Procurar promover eventos y tradiciones folklóricas propias de la localidad, y demás manifestaciones artísticas y culturales de toda índole.
- Contacto con la naturaleza: Calidad paisajística y facilidades para realizar actividades alternas de recreación en contacto con la naturaleza.
- Haciendas, fincas, ranchos y demás establecimientos, sin importar su tamaño ni tipo de producción, cuyo personal, tanto administrativo como operativo, esté dispuesto a trabajar en pro del desarrollo y consolidación del turismo comunitario sostenible. Estas actividades son competencia de la operadora de turismo.
- En el caso de Guanajuato se propone la creación de dicha operadora que maneje paquetes turísticos para el desarrollo turístico de la parroquia.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se Desarrolló el marco teórico y conceptual que ayudó a fundamentar la investigación.
- Se Realizó el diagnóstico de la situación actual del turismo comunitario en el cantón Guaranda.
- Se Efectuó el análisis de mercado de los actores involucrados en el turismo comunitario del catón Guaranda.
- Se Propuso el proceso de cadena productiva para comedores comunitarios, el cual genero 4 productos entregables para los colectivos que desarrollan turismo local

5.2. Recomendaciones

- Aplicar el circuito turístico para generar mayor diversidad de productos de actividades dentro de los colectivos de la zonas especialmente en los establecimientos de A&B
- Realizar una socialización con las comunidades para entregar la propuesta
- Cooperar con la implementación de la red de A&B

BIBLIOGRAFÍA:

- Bouma, J. (2000). *Las cadenas de valor: Una herramienta estratégica para el Sector del Agri-alimento Canadá*. Canada: Tomo Bouma consultores de gestión, presentación de alberta.
- Cardoso, A. (S/n). *Análisis de la elaboración del pájaro azul en el cantón Echeandía y la aplicación de esta bebida en cocteles creativos para la provincia de Bolívar*. Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.
- CODESPA. (2010). *Metodología de análisis de cadenas*. Bolivia: CODESPA.
- CODESPA. (2011). *Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor*. Bolivia : CODESPA.
- Consultora Ambiental SAMBITO S.A.; MINTUR. (2009). *Red de agroturismo* . Guayaqui: SAMBITO S.A.
- Ekins, D. y. (2007). Combinando las dimensiones económicas y ambientales: Analisis de la cadena de valor de los flujos de aluminio. . *Ciencia directa. Recursos, Conservacion y reciclaje* , 541-560.
- Fundación CODESPA. (2011). *Metodología de análisis de cadenas*. Bolivia: CODESPA.
- García, L. A. (2006). *El uso de marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario*. Ginebra: Organización Internacional del trabajo. Primera edición.
- Herrera, D. (2000). *Competitividad con equidad en cadenas agroalimentarias*. San José, Costarica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- INEC. (2010). *Censo Nacional: Cantón Guaranda*. Guaranda, Bolívar: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Jansen, & Tilburg, V. (1996). *Mercado agrícola en la Zona Atlántica de Costa Rica: un Estudio de producción, Consumo y mercadeo de Productos Agrícolas producidos por agricultores pequeños y medianos*. Turrialba: CATIE Serie Técnica.
- Junta Parroquial de Salinas. (2011 - 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Salinas*. Guaranda: S/n.
- Mastrocola, K. J. (2011). *“INVESTIGACIÓN DE LA COCINA ANCESTRAL ECUATORIANA DE LA PARROQUIA GUANUJO Y LA COMUNIDAD VINCHOA (PARROQUIA G.IGNACIO DE VEINTIMILLA) DEL CANTÓN*

GUARANDA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR Y CARACTERIZACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO COMO MEDIDA DE SALVAG. Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

- MIES. (2012). *Ley Organica de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento.* Quito: Suplemento del Registro Oficial 648, 27-II-2012.
- Ministerio de turismo Boletín N 12. (2014). *Principales Indicadores de turismo.* Quito: MINTUR.
- MINTUR. (2008). *Ley de turismo.* Quito: MINTUR.
- Ochoa, W. (2011). *Guía Básica de estudio de turismo comunitario y solidario.* Cuenca: s/n.
- PLANDETUR 2020. (2007). *PLANDETUR 2020.* Quito: MINTUR.
- Porter, M. (1985). *la cadena de valor y ventaja competitiva: Creacion y sostenimiento de un desempeño superior.* Nueva York: Free Press.
- Riisgaard, L., Bolwing, S., Ponte, S., Toit, A., & Matose, N. H. (2010). La pobreza y preocupaciones en el valor medio ambiental - Analisis de la cadena de integración. *Marco Estrategico y Guía práctica. Revisión de la politica de desarrollo* , 195-216.
- Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad socila.* Quito: 1era edición Abya-Yala.

LINKOGRAFÍA

- Corporación Gruppo Salinas. (S/n de S/n de 2015). *Salinerito*. Recuperado el 23 de febrero de 2015, de Salinerito: <http://www.salinerito.com/productos>
- FEPTCE. (s.f.). *Federación Plurinacional de turismo Comunitario del Ecuador*. Recuperado el 24 de Enero de 2015, de <http://www.feptce.org/>
- Instituto Costarricense de Turismo. (S/n de S/n de S/n). *Turismo para todos*. Recuperado el 30 de enero de 2014, de Turismo para todos: <http://www.turismoparatodos.org.ar/libros/serviciogastronomia.pdf>
- REDTURS. (s/n de s/n de 2007). *Red de Turismo Comunitario de América Latina*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de Red de Turismo Comunitario de América Latina: <http://www.redturs.org/nuevaes/index.php>
- Saavedra, J. (s/n de s/n de 2004). *redemulhe*. Recuperado el 13 de mayo de 2015, de Análisis de actores involucrados: <http://www.redemulher.org.br/cursojm/jjorge04.pps>
- Tallec, F., & Bockel, L. (2005). *Commodity Chain Analysis: Constructing the Commodity*. Roma: EASYPol Module 043, On-line resource materials for policy making (www.fao.org/tceasypol).
- Torres, A. G., & Rojas, S. F. (junio de 2012). *Revista de investigacion en turismo y desarrollo local*. Recuperado el 4 de abril de 2014, de TURyDES: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mtfr.html>
- *www.ids.ac.uk*. (2000). Obtenido de www.ids.ac.uk: A Handbook for Value Chain Analysis.<http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/vchnov01.pdf>

ANEXOS