



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de un plan de logística aplicado a la feria gastronómica
del cantón Salinas- Ecuador

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la Obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

NICOLE KATHERINE QUINTERO VERA

SANDRA ELIZABETH CARRION MOROCHO

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2018

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mis padres por haberme apoyado y sacrificio durante todos los años de estudio, por ser el motivo de mi esfuerzo y mis valores, a mis hermanos por ser un ejemplo en mi vida, y a mí mejor amigo por estar conmigo siempre.

Nicole Katherine Quintero Vera.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mí
Porque decidí vivir cuando hubiera
preferido no hacerlo.
Por el valor de continuar, establecer
prioridades, decir “no” y empezar a creer
totalmente en mí.

Sandra Elizabeth Carrión Morocho

AGRADECIMIENTOS

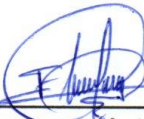
Nuestro agradecimiento con el Lcdo. Otto Laman Director del Dpto. de Turismo del Municipio de Salinas. A los que fueron parte en la revisión, evaluación y tutoría por sus acertadas correcciones: Msc. Gabriel Castro, Msc. Sebastian Calle. y Msc. Maria Fernanda Salas.

Y a todos aquellos personajes, compañeros, amigos que con su valioso tiempo y conocimiento aportaron y ahora forman parte de este gran esfuerzo.

Sandra Elizabeth Carriòn Morocho
Nicole Katherine Quintero Vera

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titulación y explotación nos corresponden conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Nicole Quintero y Elizabeth Carrión damos nuestro consentimiento para que la ESPOl realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.



Autor 1



Autor 2

EVALUADORES



Msc. Gabriel Castro M.

RESUMEN

La presente propuesta plantea el diseño, implementación y mejora operativa de un evento gastronómico que ponga en valor la gastronomía del cantón.

A través de una metodología de investigación cualitativa, cuantitativa y un análisis de destino, oferta y demanda se evidenció un alto potencial del sector, en el área culinaria lo que hace factible el fomento de actividades, festivales y eventos como tal.

El trabajo directo con los usuarios y el departamento de Turismo del Municipio marcaron una pauta que permitió identificar su problema real y generar un instrumento denominado “PLAN LOGISTICO PARA UNA FERIA GASTRONOMICA” que aparte de elevar los estándares de calidad en los restaurantes, promover sus platos emblemáticos, facilita una mejor operatividad en la gestión e implementación de un evento gastronómico.

Con un cantón extenso, rico y variado con productos del mar, se hace importante enfatizar que el gobierno local a través de su injerencia pueda mejorar e innovar su producto turístico. Los resultados justifican un buen potencial para el desarrollo de un evento gastronómico considerando criterios de Calidad, Limpieza y Seguridad como mejor puntuados al momento de haber desarrollado la investigación.

Finalmente enlazar el turismo de sol y playa con la gastronomía del sector permite rescatar y revitalizar toda una tradición inherente al lugar a la vez que dinamiza y complementa la economía de los establecimientos de restauración mejorando la imagen del cantón Salinas y la Península.

Palabras clave: Gastronomía, feria, plan, turismo, restaurante.

ABSTRACT

This present project proposes the design, implementation and operational improvement of a gastronomic event that puts the Canton's gastronomy in value.

Through a qualitative, quantitative research methodology and an analysis of destination, offer and demand, a high potential of the sector in the culinary area was evidenced, which makes feasible the promotion of activities, festivals and events as such. The direct work with the users and the Tourism department of the Municipality set a pattern that allowed to identify their real problem and generate an instrument called "PLAN LOGISTICO PARA UNA FERIA GASTRONOMICA". It raises the quality standards in restaurants, promote their emblematic dishes, facilitates a better operation in the management and implementation of a gastronomic event. With an extensive, rich and special place with products from the sea, It's important to emphasize, that the local government through its interference, can improve and innovate its tourism product.

The results justify a high potential for the development of a gastronomic event considering Quality, Cleaning and Safety criteria as best scored at the time the research was developed. Finally connect sun and beach tourism with the gastronomy of the sector allows to rescue and revitalize a whole tradition inherent in the place while streamlines and complements the economy of the catering establishments improving the image of the Canton Salinas and the Peninsula.

Keywords: Gastronomy, fair, plan, tourism, restoration.

INDICE GENERAL

RESUMEN	i
ABSTRACT	ii
INDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLA	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del Problema.....	1
1.2 Justificación del problema	1
1.3 Objetivos	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivo específicos	2
1.4 Marco Teórico	3
1.4.1 Turismo gastronómico	3
1.4.3 Ferias gastronómicas	4
1.4.4. Restauración	6
1.4.5 Calidad	6
CAPÍTULO 2	8
2 METODOLOGÍA.....	8
2.1 Destino de estudio.....	8
2.2 Método de investigación Aplicada	9
2.3 Trabajo de campo	9
2.4 Técnica de Investigación	10
2.4.1 Encuesta	10
2.4.2 Entrevista	11
2.5 Población	11
2.6 Muestra	12
2.6.1 Determinación de la muestra.....	12
2.7 Análisis de datos	15
2.8 Aspectos éticos	16
2.9 Análisis FODA.....	16
2.10 Prototipo.....	18
2.10.1 PLAN LOGÍSTICO DE UNA FERIA GASTRONÓMICA EN SALINAS- ECUADOR	18
2.10.2 ETAPA 1: ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN (PRE-FERIA).....	18
2.10.2.1 Grupo de Coordinación.....	18
2.10.2.2 Coordinación general.....	20
2.10.2.3 Comité de convocatoria y evaluación	20
2.10.2.4 Comité de finanzas	22
2.10.2.5 Comité de publicidad	22

2.10.2.6 Comité de gestión.....	23
2.10.2.7 Comité de capacitación	24
2.10.2.8 PLANIFICACIÓN PRE-FERIA	27
2.10.2.8.1 Criterios de la planificación	28
2.10.2.8.2 Proceso de inscripción de los participantes	30
2.10.2.8.3 Proceso de selección de los establecimientos de alimentos y bebidas para la feria gastronómica.....	31
2.10.2.8.4 Reglamento	31
2.10.3 ETAPA 2: DESARROLLO DE LA FERIA.....	34
2.10.4 ETAPA 3: MONITOREO POST-FERIA.....	35
CRONOGRAMA DE PLAN LOGISTICO DE FERIA GASTRONOMICA SALINAS-ECUADOR.....	36
CAPÍTULO 3	40
3. RESULTADOS	40
3.1 Análisis de datos cualitativos.....	40
3.2 Tratamiento de datos cuantitativos	44
3.3 Análisis de Gastos.....	63
3.3.1 Desarrollo de la feria gastronómica en un espacio abierto.....	63
3.3.2 Presupuesto de Gastos	64
CAPÍTULO 4	68
4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
4.1 Conclusiones.....	68
4.2 Recomendaciones.....	69
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	74
Anexo A	74
Análisis de datos	74
Modelo de encuesta - análisis cuantitativo	74
Modelo y ejemplo de encuesta realizada a propietario de restaurante - análisis cualitativo.....	78
Anexo B	80
Fotografías	80
Anexo C	81
Prototipo.....	81
Imagen de la portada del prototipo del plan logístico de una feria gastronómica.....	81
Formato de inscripción	82
Ficha de coordinador.....	84
Modelo de Servqual	85
Ficha de calificación de Buenas Particpas de Manufactura	87
Modelo digital de la feria gastronómica	90
Anexo D	92
Validación del usuario	92

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 2.1 Número de la muestra del estudio.	15
Tabla 2.2 Análisis FODA	16
Tabla 2.3 Aspectos del comité de gestión.	23
Tabla 2.4 Horarios de capacitaciones.....	25
Tabla 2.5 Planificación.	28
Tabla 2.6 Cronograma de actividades.	36
Tabla 3.7 Tabla descriptiva del análisis de la demanda.....	40
Tabla 3.8 Tabulación de encuesta de edad.....	44
Tabla 3.9 Tabulación de género.	45
Tabla 3.10 Tabulación de datos en tiempos de permanencia en Salinas.	46
Tabla 3.11 Tabulación de datos de acompañantes de viajes.	47
Tabla 3.12 Tabulación de datos medios de transporte.	48
Tabla 3.13 Tabulación de datos promedio de gastos.	49
Tabla 3.14 Tabulación de datos preferencia de visitas.	50
Tabla 3.15 Tabulación sobre el nivel de satisfacción.....	51
Tabla 3.16 Tabulación sobre el conocimiento de la feria gastronómica de Salinas.....	52
Tabla 3.17 Tabulación de datos de medios de difusión de feria gastronómica de Salinas.....	53
Tabla 3.18 Tabulación de datos de participación en la feria gastronómica de Salinas.....	54
Tabla 3.19 Tabulación de datos de experiencia en la feria de Salinas.....	55
Tabla 3.20 Tabulación de datos de asistencia a feria gastronómica.....	56
Tabla 3.21 Tabulación de datos, motivo de no asistencia a feria gastronómica.....	57
Tabla 3.22 Tabulación de datos de actividades recreativas.....	58
Tabla 3.23 Tabulación de datos de platos de feria gastronómica.	59
Tabla 3.24 Tabulación días de duración de la feria.	60
Tabla 3.25 Tabulación de datos en preferencia de medios de difusión.....	61
Tabla 3.26 Tabulación de datos nivel de importancia.	62
Tabla 3.27 Cotización de implementos para el evento gastronómico.	64
Tabla 3.28 Cotización de las actividades recreativas.	64
Tabla 3.29 Cotización de las instalaciones de capacitación	65
Tabla 3.30 Cotización de la convocatoria.	65
Tabla 3.31 Cotización de publicidad.	65
Tabla 3.32 Cotización de encuestas post-feria	66
Tabla 3.33 Cotización de inauguración del evento.	66
Tabla 3.34 Cotización de personal requerido	66
Tabla 3.35 Cotización de presupuesto total de gastos.	67
Tabla 36 Ficha de inscripción de la feria gastronomía.	83
Tabla 37 Ficha de coordinador.	84
Tabla 38 Ficha de evolución del modelo Servqual.....	86
Tabla 39 Ficha de evaluación de Buenas Prácticas de Manufactura.....	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Comités de trabajo para la organización de una feria.....	19
Figura 2.2 Criterios de Servqual.....	21
Figura 3.3.....	443
Figura 3.4.....	454
Figura 3.5.....	465
Figura 3.6.....	476
Figura 3.7.....	487
Figura3. 8.....	498
Figura 3.9.....	49
Figura.3 10.....	510
Figura 3.11.....	521
Figura3.12.....	532
Figura 3.13.....	543
Figura 3.14.....	554
Figura 3.15.....	565
Figura 3.16.....	576
Figura 3.17.....	587
Figura 3.18.....	598
Figura 3.19.....	6059
Figura 3.20.....	610
Figura 3.21.....	621
Figura 22: Entrevista al restaurante “La Lojanita”.....	79
Figura 23: Restaurante.....	79
Figura 24: Entrevista al restaurante “Roberto”.....	79
Figura 25: Explanada de la Iglesia San Luis.....	79
Figura 26: Explanada de la antigua Municipalidad de Salinas.....	79
Figura 27: Validación con el Lcdo. Otto Laman.....	79
Figura 28: Portada del plan logístico.....	810
Figura 29.....	89
Figura 30.....	890
Figura 31.....	890
Figura 32.....	910
Figura 33.....	910
Figura 34.....	91

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción del Problema

El cantón Salinas, provincia de Santa Elena está posicionado como un destino de sol y playa para los visitantes. Anualmente el municipio de Salina (Ministerio de Turismo , 2018) a través del departamento de Turismo realiza una feria para potenciar y fomentar la gastronomía del Cantón.

Sin embargo, existen deficiencias en la organización. Al revisar la información levantada en base al catastro se establece noventa y un establecimientos de restauración de los cuales solamente asistieron el año pasado doce. La planificación y la realización de esta feria es deficiente por varios aspectos. Uno de los problemas es que comunican con un mes a los restaurantes y estos no pueden prever las actividades para su asistencia, tanto en aspectos logísticos y de planificación.

1.2 Justificación del problema

La gastronomía es un componente clave para el desarrollo turístico, ya que atrae visitantes a un determinado lugar y a su vez se complementa con otras ofertas de servicios turísticos; como alojamiento y recreación. El cantón Salinas cuenta con una variada gastronomía entre otros atractivos turísticos que hacen única a esta zona.

Para posicionar el cantón como un destino de calidad en servicios turísticos y sostenibilidad, el departamento de turismo de la municipalidad del cantón Salinas, ha establecido como meta el posicionarse como un destino dirigido a la gastronomía con énfasis en la calidad, presentación y difusión de los sabores culinarios del cantón.

La propuesta de mejora del diseño logístico de una feria focalizada en los platos emblemáticos del cantón, beneficiará fundamentalmente a los propietarios de los establecimientos de restauración y a la municipalidad del cantón. Por otra parte, tendrá un efecto colateral en el conocimiento de los visitantes que podrán degustar en la feria de los servicios gastronómicos existentes en la ciudad de Salinas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de planificación logística para la feria gastronómica anual en el cantón Salinas, contribuyendo a la implementación y mejora operativa en un evento culinario que beneficia al usuario, empresarios y a la administración municipal.

1.3.2 Objetivo específicos

- Analizar la oferta y demanda actual que presenta el cantón Salinas, evaluando su viabilidad como elementos para la realización de un evento gastronómico.
- Diseñar un plan y estructura de una feria gastronómica en el cantón Salinas que impulse y promueva los platos emblemáticos de la región.
- Determinar una estructura de costo-beneficio, que determine la factibilidad del evento para el sector gastronómico.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Turismo gastronómico

Cuando se habla de gastronomía, de hecho, no se entiende únicamente como el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma. El mundo académico y empresarial están reconociendo las fuertes sinergias que existen entre el turismo y la gastronomía. Asimismo, las administraciones públicas y las organizaciones privadas también están activando numerosas iniciativas encaminadas a potenciar y promover los recursos gastronómicos y culinarios locales en una perspectiva turística.

La gastronomía de cada país es un aspecto que tiene una estrecha relación con los rasgos culturales de las distintas poblaciones del mundo, puesto que, por medio de la comida, se puede plasmar grandes tradiciones heredadas y propias de cada pueblo cultural, y empieza a hallar mayor relevancia al revelar el modo de vida de cada habitante, (Schlüter Regina, Ellul Daniela, 2008). Es importante también señalar que la alimentación es la parte fundamental de una sociedad y se considera a la comida tradicional como un elemento cohesionador de una región o un poblado, un elemento de identidad y desarrollo local (Meléndez J., Cañez De la Fuente G., 2010). Por tal motivo, la gastronomía es una rama del turismo que sin duda alguna revela importante información etnográfica de distintos pueblos.

Oliveira (2011) cita Hall y Mitchel (2001) define el turismo gastronómico como la visita a los puntos donde se produce los alimentos, festividades gastronómicas, restaurantes y demás lugares donde el objetivo es saborear las comidas que ofrece el destino de viaje.

Por otra parte, López y Sánchez (2012) citan a Tikkanen (2007) quien sostiene “cinco propuestas en la que se relaciona el turismo, la gastronomía y la motivación, en la cuales está: La gastronomía como atracción turística, la gastronomía como parte del producto turístico, la gastronomía como parte de la experiencia en el turismo, la gastronomía como parte de la cultura y la relación entre turismo y producción de alimentos”.

En el caso de Ecuador, país situado al sur de América, la gastronomía a más de ser un elemento importante dentro de la cultura ecuatoriana, ocupa un papel muy importante dentro de la industria turística a tal punto que en el año 2013, Ecuador fue nominado a la categoría "Mejor destino gastronómico" en los premios World Travel Awards, este mérito es justificado tomando en cuenta la gran diversidad gastronómica existente en cada una de las cuatro regiones del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2013). Por ende, en el Ecuador, la gastronomía es sin duda un factor representante de la cultura que existe en el país, y es también un símbolo de potencialización turística.

Analizando estas definiciones se puede señalar que la gastronomía forma una parte esencial del sector turístico, dado que el viajero no solo busca atractivos sino también la experiencia de sabores culinarios y patrimonio gastronómico, permitiendo utilizar este elemento como promotor de desarrollo del destino. Por lo tanto, el turismo gastronómico se puede decir que es el desplazamiento de personas de un punto a otro donde su principal motivación es degustar, consumir, y observar la elaboración de alimentos, en restaurantes, huecas y festivales gastronómicos en donde se concentra todos los platos tradiciones del destino.

1.4.3 Ferias gastronómicas

Una feria gastronómica es un evento social, cultural y gastronómico en donde se expone y se promocionan diferentes sabores de platos típicos de un destino específico, permitiendo conocer la gastronomía y métodos de preparación, generando ganancias económicas para los residentes locales.

Ecuador ha realizado ferias gastronómicas como “Ecuador Mil Sabores”, “Feria Gastronómica de Productos del Mar”, “Las Huecas de Portoviejo”, “Sabores del Mundo”, “La feria Gastronómica del Picudo”, “El Festival del Cangrejo” y muchas otras en la que se excaven y se comercializa diferentes platos típicos del país (Ministerio de Turismo, s.f).

La Feria Gastronómica Raíces es la protagonista de las ferias dentro del país, teniendo una mayor acogida en la ciudad de Guayaquil, realizada anualmente en el mes de Julio por la fiesta de la ciudad llegando hasta la quinta edición desde 2014, en la que participan las huecas de la ciudad e invitados de otras provincias. El objetivo de esta feria realizada en la ciudad de Guayaquil es de promover y resaltar los sabores típicos del país y mejorar la calidad de los platos y el servicio ofrecido (Raíces, 2018). El programa también ofrece a los participantes un “Plan de mejoramiento y capacitación” para mejorar su infraestructura y calidad del servicio (Raíces, s.f).

Las ferias gastronómicas se realizan para resaltar los sabores y permitiendo conocer su cultura y tradiciones a través de un plato, por lo que en el mundo existen miles de ferias dedicadas a este tema en donde se exponen platillos con su esencia que los caracteriza, por lo cual se han realizado múltiples ferias gastronómicas en el mundo, algunas de estas son: “Oktoberfest” realizado en Alemania, se sabe que esta feria es dedicada a la cerveza pero también se encuentran platos oriundos de Alemania (Oktoberfest, 2018) , “Mistura” feria gastronómica realizada en Lima- Perú en el mes de septiembre en donde se ofrece la mejor comida tradicional peruana y se considera como la feria gastronómica más grande en Latinoamérica (Mistura, 2017). “Fiera Internacionales Tartufo Bianco” esta festividad se la realiza en Italia en los meses de octubre y noviembre en donde se expone su gastronomía con trufas, eventos culturales y folclore (Fiera Internazionale Tartufo Bianco D'Alba, 2018).

1.4.4. Restauración

Restauración término que se ha acuñado desde hace mucho tiempo atrás desde los años 70, su uso se remonta en España y este hace referencia al tema de alimentos y bebidas en establecimientos que ofrecen estos servicios. El término está vinculado con la imaginación e innovación que hoy en día se presentan y se sirven los alimentos. Según la Real Académica Española (2018) la palabra restauración tiene un significado de “Actividad que tiene o explota un restaurante”.

1.4.5 Calidad

López (2013) citando a Alvares, (2006) menciona que calidad es un proceso de mejora continua en el que se basa en satisfacer las necesidades del cliente, mejorando su producto o servicio.

Aplicado a la presente investigación las tipologías de calidad a emplearse son:

Calidad en atención al cliente: Representa el conjunto de actividades que buscan cubrir las necesidades, requerimientos e interrogantes de los clientes. Para cubrir las necesidades que el consumidor necesita es imprescindible conocer las expectativas de este para que posteriormente se conviertan en fieles clientes. (Pérez Torres, 2006).

Según (Tordera, N., Martínez-Tur, V., Caballer, A., 2015): La atención al cliente se subdivide en varios criterios tales como:

- Elementos tangibles: Contar con todas las instalaciones físicas adecuadas como: el personal, los materiales de comunicación y el equipo.
- Capacidad de respuesta: Disposición de ayudar a los clientes y brindarles un servicio rápido y eficiente.
- Comprensión al cliente: Tratar de conocer al cliente y sus necesidades.
- Fiabilidad: Capacidad de realizar el servicio de una forma competente, de modo que el cliente cree el sentimiento de confianza ante el servicio prestado.

- **Comunicación:** Mantener informado a los clientes en un lenguaje que pueda entender. Comunicación también se refiere a la capacidad de que tanto como el cliente y el vendedor capten un mismo mensaje.
- **Cortesía:** Ser amable, respetuoso y prestar atención al cliente.
- **Profesionalidad:** Tener las destrezas requeridas y pleno conocimiento de lo que se ofrece.

CAPÍTULO 2

2 METODOLOGÍA

Como metodología del estudio se utilizó el modelo ofrecido por Design Thinking, en la primera etapa se detectó los usuarios directos sobre la situación y el problema que afrontan. Se generó una empatía con los usuarios los cuales fueron el departamento de turismo del cantón Salinas y los propietarios de los establecimientos de restauración del cantón, se realizó un análisis sobre el destino, oferta y demanda a través de la observación, entrevista y encuestas. La información obtenida permitió el desarrollo de un prototipo de modo que el usuario pueda validar y dar su punto de vista a partir del diseño planteado.

2.1 Destino de estudio

El punto de partida de la investigación es el cantón Salinas con una población de 68.675 según la Alcaldía de Salinas (2010) habitantes, distribuidos entre la cabecera cantonal, con sus parroquias urbanas Salinas y Santa Rosa, las parroquias rurales Anconcito y José Luis Tamayo (Salinas Alcaldía, 2010). Localizada en la costa ecuatoriana en la provincia de Santa Elena al sur de la región costera, este cantón se encuentra la mayor población de la provincia, y sus playas están entre los principales balnearios del país. Salinas se conformó como recinto del Cantón Santa Elena hasta el año 1929 que fue nombrado como parroquia. Su nombre proviene de la fuente de sal, que se han industrializada por años en este cantón, proporcionando la materia prima para el proceso de industrialización de la sal de cocina. (Salinas Alcaldía, s.f.)

Salinas es una ciudad con una gran acogida para los turistas, cuenta con una amplia infraestructura hotelera, así como restaurantes, bares y club de yates. Entre los rubros importantes de ingreso económico del cantón se encuentran los provenientes del turismo, además se evidencia un constante aumento de la inversión en el servicio hotelero, entretenimiento, restaurantes, bares, discotecas, salas de juego, peñas artísticas y clubes. (Salinas Alcaldía, s.f.).

Cuenta con varios atractivos turísticos naturales como las playas de Chipipe y Salinas, la chocolatera y la lobería. El puerto pesquero de Santa Rosa es conocido a nivel mundial por su pesca artesanal, además como zona exportadora de mariscos para Estados Unidos y Europa, aquí se provee el marisco y pescado fresco recién llegado del mar. La temporada de playa empieza en la estación seca en los meses de mayo a diciembre. (Salinas Alcaldía, s.f.).

2.2 Método de investigación Aplicada

La propuesta de estudio tiene un enfoque de investigación de método mixto, que se basa en combinar dos métodos de estudio cuantitativo y cualitativo, permitiendo recolectar datos estadísticos y cualidades de la investigación, para lograr un mayor alcance de los objetivos de estudio (Núñez Moscos, 2017).

Los métodos requeridos para la investigación son exploratorios permitiendo un acercamiento previo al problema y relacionarse con la investigación, dando como resultado una amplia perspectiva o entendimiento del tema a tratar (Pérez & Medrano, 2010). Y descriptivo, Pereira, (2011) cita a Hernández, (2003) menciona que el método descriptivo, permite mostrar las características de la población a estudiar mediante elementos de medición y análisis.

2.3 Trabajo de campo

Para levantar información precisa del estudio se requirió de un acercamiento al personal vinculado en el área de turismo del cantón Salinas, para esto se seleccionó a los representantes del departamento de turismo del mencionado cantón.

El primer acercamiento del problema se dio en una reunión con el director del departamento de turismo del cantón Salinas el Lcdo. Otto Laman, quien planteó la necesidad de mejorar la oferta gastronomía en el cantón.

De igual manera se entrevistó al Lcdo. Rogelio Gonzales encargado del área de Control y Regulación, con quien se realizó un recorrido de las diferentes zonas donde se encuentra la mayor concentración de oferta gastronómica, y se realizó un acercamiento inicial al propietario de un establecimiento de alimentos y bebidas.

Mediante las reuniones iniciales se pudo recolectar información, donde los establecimientos de oferta gastronómica, han recibido capacitación en áreas de: servicio al cliente, marketing, manipulación de alimentos; dictados por la municipalidad y otorgándoles un certificado de asistencia, así mismo se identificó el desarrollo de una feria gastronómica que se viene realizando desde el año 2016, el cual no posee un plan logístico adecuado.

2.4 Técnica de Investigación

2.4.1 Encuesta

Para la obtención de los datos del estudio se utilizó como técnica de investigación la encuesta, dirigida a los turistas nacionales que han visitado el cantón Salinas, con la finalidad de analizar la demanda de una feria gastronómica en mencionado cantón. Para el diseño del instrumento se seleccionó de una lista de preguntas más convenientes para el estudio, donde se establece preguntas cerradas y preguntas de escala, con un vocabulario sencillo y claro para el encuestado. Las encuestas se desarrollaron vía internet utilizando como herramienta Docs-Google, difundándose en las fechas del 6 de julio al 9 de julio del 2018.

Objetivo de la encuesta

Analizar la demanda sobre una feria gastronómica en el cantón Salinas, que permita el conocimiento del nivel de aceptación de un evento culinario y el grado de atractivo que presenta el sector gastronómico en el cantón.

2.4.2 Entrevista

Se realizaron entrevistas a los propietarios de los establecimientos de alimentos, con el fin de analizar la oferta y su participación en la feria gastronómica. Debido a que los días viernes y sábado se presenta el mayor movimiento comercial de los establecimientos de comida, se realizó la entrevista entre semana el 3 de Julio del 2018, lo que permitió que los propietarios tengan mayor tiempo para responder y por lo tanto mejora la fiabilidad de los datos cuantitativos.

Objetivo de las entrevistas

Proporcionar conocimientos sobre el desarrollo de la logística y manejo de la feria gastronómica realizadas en años anteriores, desde el punto de vista propietarios de los establecimientos gastronómicos en el cantón Salinas, evaluado la situación actual de la feria con respecto a la oferta.

2.5 Población

Se tomó como objeto de estudio a los turistas nacionales que acuden al balneario de Salinas. De Acuerdo con el Municipio de Salinas, no se tiene una cifra exacta de los visitantes que acuden al destino por lo que se tomó en cuenta, la población infinita para este estudio.

De igual manera como otro objeto de estudio se encuentran los propietarios de los establecimientos de restauración registrados en el catastro del cantón. Mediante las reuniones con los miembros del Departamento de Turismo del cantón, se mencionó que en la última feria gastronómica en el cantón Salinas fue realizada en el año 2017, en el que asistieron 12 establecimientos de un total de 82 del todo el cantón de acuerdo con el catastro.

Sectorizando el cantón se tomó como población de estudio a los restaurantes que se encuentran en las zonas de Salinas, Chipipe y Estero de Salinas por su mayor movimiento gastronómico que existen en esas áreas.

Cabe señalar que para este estudio se tomó dos poblaciones en cuanto a los establecimientos, considerando a los restaurantes que participaron en la feria gastronómica y los que no participaron, por lo que se debe clasificar la población. De acuerdo con el censo está registrado actualmente 59 establecimientos en los sectores mencionado. Por lo tanto, la población se la clasificó en dos partes: los establecimientos que participaron en la feria con 12 proveedores de servicios de alimentos y bebidas, de población y los que no participaron en la feria con 47 establecimientos de población, los cuales se encuentran ubicados en los sectores antes mencionados.

2.6 Muestra

Para este estudio se utilizó la técnica de muestreo probabilístico, basado en que toda la población de estudio tenga la misma probabilidad de ser seleccionado para ser parte de la muestra. Este método de muestreo consta de varios tipos como: muestreo aleatorio simple, muestreo sistemático, muestreo aleatorio estratificado, muestreo aleatorio por conglomerados (Manterola & Otzen, 2017).

El tipo de muestra aplicado en el estudio es el método aleatorio simple, permitiendo a los individuos de una población tenga la probabilidad de ser elegido como elemento de estudio.

2.6.1 Determinación de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se tiene tres poblaciones objetivas, los visitantes nacionales, restaurantes que participaron y los que no participaron en la feria gastronómica en el cantón Salinas, en los que se aplicó para los turistas nacionales la fórmula infinita y para los restaurantes la fórmula finita.

Datos del cálculo de los visitantes nacionales.

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza deseada 95%= 1.65

p= variabilidad negativa 0.50

q= variabilidad positiva 0.50

e= margen de error 5%= 0.05

Fórmula infinita para calcular el tamaño de la muestra los visitantes nacionales.

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.5 \cdot 0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.84(0.25)}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Datos del cálculo de los restaurantes que no han participado en la feria gastronómica.

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza deseada 90% = 1.65

p= variabilidad negativa 0.50

q= variabilidad positiva 0.50

e= margen de error 10% = 0.1

N= población 47

Fórmula finita para calcular el tamaño de los restaurantes que no han participado en la feria gastronómica.

$$n = \frac{z^2 (p * q) N}{e^2 (N - 1) + z^2 (p * q)}$$
$$n = \frac{1.65^2 (0.5 * 0.5) 48}{0.1^2 (12 - 1) + 1.65^2 (0.5 * 0.5)}$$
$$n = \frac{2.72 (0.25) 47}{0.01(46) + 2.72 (0.25)}$$
$$n = \frac{31.96}{1.14}$$
$$n = 28$$

Datos del cálculo de los restaurantes que han participado en la feria gastronómica.

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza deseada 90%= 1.65

p= variabilidad negativa 0.50

q= variabilidad positiva 0.50

e= margen de error 10%= 0.1

N= población 12

Fórmula finita para calcular el tamaño de la muestra de los restaurantes que han participado en la feria gastronómica.

$$n = \frac{z^2 (p * q) N}{e^2 (N - 1) + z^2 (p * q)}$$
$$n = \frac{1.65^2 (0.5 * 0.5) 12}{0.1^2 (12 - 1) + 1.65^2 (0.5 * 0.5)}$$
$$n = \frac{2.72 (0.25) 12}{0.01(11) + 2.72(0.25)}$$
$$n = \frac{8.16}{0.79}$$
$$n = 10$$

14

A continuación, se detalla las muestras que se obtuvieron por medio de la fórmula del cálculo:

Tabla 2.1 Número de la muestra del estudio.

Población	Muestra	Técnica de investigación aplicada	Para qué
Turistas nacionales	384	Encuesta	Análisis de la demanda
Restaurantes que asistieron a la feria gastronómica	10	Entrevista a propietario	Análisis de la oferta
Restaurantes que no asistieron a la feria gastronómica	28	Entrevista a propietario	Análisis de la oferta

Fuente: Elaboración propia

2.7 Análisis de datos

Para el análisis de los datos recolectados mediante el enfoque cuantitativo, se codificó la información obtenida mediante encuestas online, utilizando como herramienta de tabulación Docs-Google, permitiendo recolectar datos de una manera más eficiente y generando gráficos estadísticos para una mayor comprensión de los datos arrojados por la misma. De los gráficos obtenidos mediante esta herramienta digital, se procedió al análisis de la información de los gráficos dando valores favorables al análisis de la demanda del estudio.

En cuanto a la recolección de información del enfoque cualitativo, se analizó los datos obtenidos por medio de las entrevistas que fueron grabadas con permiso de los entrevistados. Para el análisis de la oferta mediante las entrevistas, se realizó un cuadro descriptivo de modo que se agrupó las ideas similares permitiendo obtener información concreta sobre un tema conciso (Fernández Núñez, 2007).

2.8 Aspectos éticos

El ejercicio de la investigación científica y el uso del conocimiento producido, demandan conductas éticas en el investigador y el maestro. La conducta no ética no tiene lugar en la práctica científica de ningún tipo y debe ser señalada y erradicada. Es importante cuidar la calidad y el desarrollo de un trabajo científico a través de estos criterios de rigor (Noreña-Peña, A., Moreno, N. A., Rojas, J. G., & Malpica, D. M. R, 2012).

Dentro de estas consideraciones éticas, el presente estudio se desarrolló viendo los valores específicos, siendo coherentes y transparentes en el desarrollo de la información, donde esta permita discutir, evaluar y fomentar valores éticos en la propuesta de trabajo de titulación. Se contó con el consentimiento de los sujetos de estudio en los que permitieron ser grabados y fotografiados para el análisis del estudio, así mismo con la fuente de información específica del Departamento de Turismo del cantón Salinas.

2.9 Análisis FODA

Tabla 2.2 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Cultura gastronómica basada en productos del mar.• Variedad y diversificación del producto gastronómico en varios establecimientos.• Ubicación estratégica junto a las playas de Salinas, Chipipe y Punta Carnero.• Feriados que convocan un gran flujo de visitantes.• junto a una de las playas más visitadas en épocas de feriado.• Recurso cultural presente en la elaboración de platos típicos.• Precios accesibles.• Se puede garantizar producto fresco y de calidad.• Restaurantes reconocidos por su sabor y calidad.	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad para expandirse a otros segmentos de mercado y potenciar los existentes.• Mejorar y profesionalizar los conocimientos de todos los establecimientos en restauración.• Generar nuevos productos que integren la gastronomía del cantón como rutas temáticas.• Fusión con otras tendencias e innovación de la gastronomía.• Formar parte de una red de servicios gastronómicos RUTA SPONDYLUS, RUTA DEL SOL etc.• Coordinar actividades con la coordinación zonal 5 del Mintur y la academia. (upse).• Como municipio posee mayor capacidad de gestión e impacto en el desarrollo de la feria.

<ul style="list-style-type: none"> • Interés por parte del Municipio en desarrollar actividades que fomenten el turismo gastronómico de Salinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor capacidad de gestionar presupuestos para el siguiente año a través del PDOT. • Mayor oferta y publicidad como una instancia del estado. • Crear una marca que posicione el producto gastronómico. • Firmar convenios que faciliten y apoyen el manejo logístico de la feria.
Debilidades	Amenaza
<ul style="list-style-type: none"> • No hay gran acogida por parte de los restaurantes. • Convocatoria a corto plazo que impide desarrollar y planear actividades. • Poca organización por parte del municipio para elaborar la feria gastronómica SABOR Y SAL. • No disponen de un plan de trabajo o manual de calidad para establecer los criterios y procedimientos para una feria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recurso gastronómico perdido • Baja demanda de los servicios gastronómicos en la zona. • Poca dinamización y comercialización en temporadas bajas. • Perdida del interés y motivación al momento de generar una actividad o feria gastronómica. • Elevación y encarecimiento de los precios en los restaurantes del cantón.

Fuente: Elaboración propia

2.10 Prototipo

2.10.1 PLAN LOGÍSTICO DE UNA FERIA GASTRONÓMICA EN SALINAS-ECUADOR

El siguiente plan es un instrumento de apoyo para la correcta ejecución y elaboración de una feria gastronómica basada en tres etapas que faciliten el proceso de desarrollo de un evento culinario. El presente plan estaba basado en el Manual de Organización de Ferias por Magdala Sagastume de la Corporación Técnica Alemana (Sagastume, s.f).

2.10.2 ETAPA 1: ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN (PRE-FERIA)

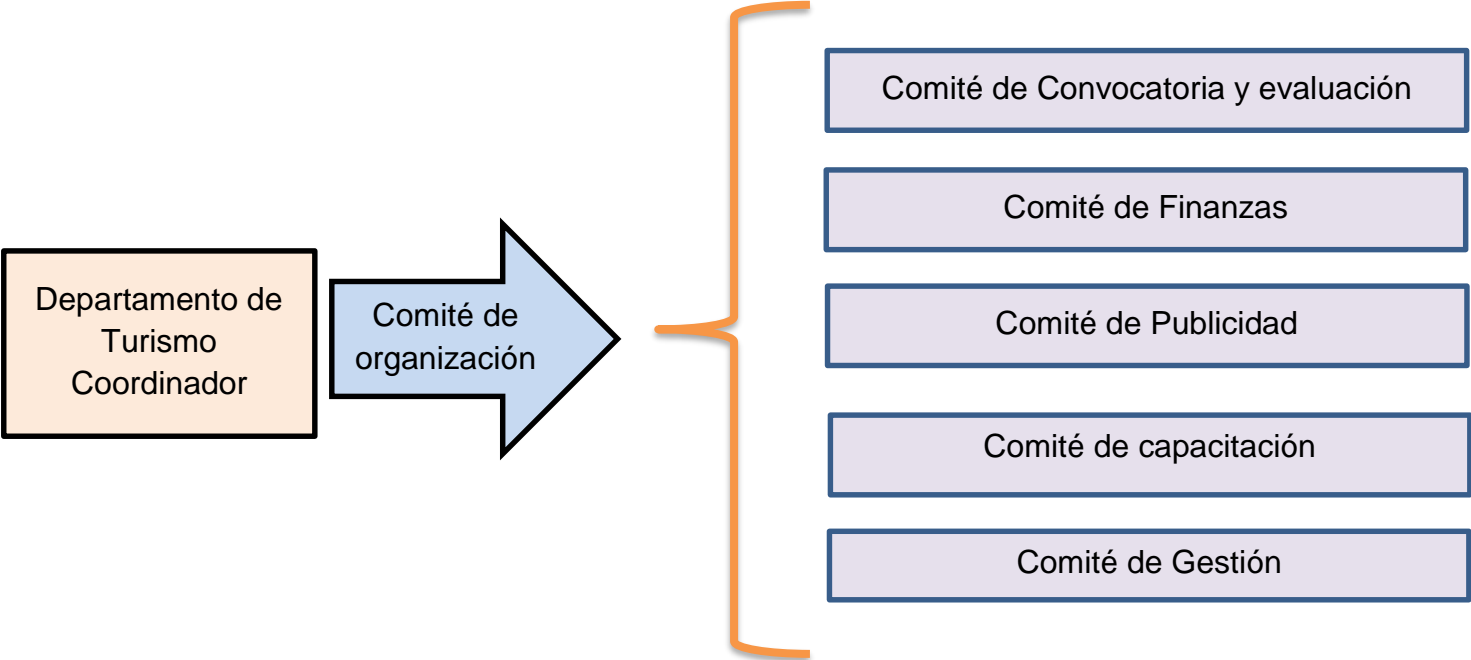
Se plantea la estructura de la organización y planificación del desarrollo de una feria gastronómica, en la que se establece funciones y actividades específicas de cada comité organizador y de los propietarios de establecimientos de alimentos y bebedoras.

2.10.2.1 Grupo de Coordinación

El Grupo inicial se conforma por el Departamento de turismo del cantón Salinas, el cual nombrará un comité asignado por cada área de trabajo, que contará con su correspondiente coordinador y secretario.

A continuación, se presenta un cuadro en el que se plantea las diferentes comisiones en concordancia con las actividades a realizarse en la feria:

Figura 2.1 Comités de trabajo para la organización de una feria.



Fuente: Elaboración propia

2.10.2.2 Coordinación general

Conformado por delegados del departamento de turismo, quienes coordinan las actividades pre y post - feria.

Dentro de sus funciones están:

- Responsable de la ejecución general del evento.
- Actividades realizadas dentro de la feria.
- Encargado de todos los comités de trabajo en el pre y post feria.
- Responsable de la inauguración y clausura del evento.

2.10.2.3 Comité de convocatoria y evaluación

Este comité trabajará en dos fases:

1era: Convocatoria pre- evento

Comité encargado de la convocatoria pre-evento, responsables de visitar e invitar a los propietarios de los establecimientos de restauración del cantón Salinas a participar de la feria gastronómica y convocarlos a reuniones donde se detalla la información del evento. Además de ser responsable de receptor las fichas de inscripciones de los establecimientos que participan.

2da: Evaluación y Selección

Corroborar la información de las fichas de cada restaurante, mediante una visita técnica a los establecimientos. Así mismo tiene a su cargo la preparación previa de los establecimientos en cuanto a su participación dentro de la feria.

El proceso de selección del establecimiento de alimentos y bebidas que participarán dentro de la feria gastronómica deberá regirse bajo los siguientes criterios de selección:

- Buenas prácticas de manufactura bajo el manual ARCSA (Agencia de Nacional de Regulación, 2015), y de la Organización Panamericana de la Salud (Organización Panamericana de la Salud, s.f).
- Sabor, gusto y textura de los platos.
- Medición de la calidad del servicio mediante el modelo de SERVQUAL basado en 5 aspectos (Matsumoto Nishizawa, 2014):

Figura 2.2 Criterios de Servqual.

Elementos tangibles:

Se basa en el estado de las instalaciones físicas de los establecimientos en cuanto a su equipo, personal y materiales utilizados

Fiabilidad

Se enfoca en la destreza de los servicios efectuados dentro de un establecimiento, basados en la habilidad en que la empresa cumpla con lo prometido y tenga la capacidad de solucionar problemas.

Capacidad de respuesta

Es la atención del personal en cuanto a la prestación del servicio y la rapidez con que se responde las quejas o reclamos de los clientes y la solución de problemas.

Seguridad

Se refiere a los conocimientos que tienen el personal y la capacidad que para generar confianza y veracidad.

Empatía

Se basa en la atención individual que brinda el personal del establecimiento a sus clientes

Fuente: Elaboración Propia

2.10.2.4 Comité de finanzas

Generar un presupuesto preliminar del evento en conjunto con el coordinador y los representantes de cada comité, basado en las necesidades de cada comisión, llevando el control financiero de cada área de trabajo (Sagastume, s.f).

Dentro de sus funciones están:

- Solicitar los valores económicos de cada comité y actualización de todos los rubros al inicio de cada mes.
- Coordinar los gastos y pagos pendientes con los otros comités.
- Crear políticas de inversión.
- Elaborar balance en el que se detallan los gastos efectuados durante el desarrollo del evento.

2.10.2.5 Comité de publicidad

Responsable de la publicidad y promoción de la feria gastronómica para el logro de la participación de la oferta y la demanda. Los medios de difusión son una ventana para lograr llegar al público objetivo.

Entre sus funciones están:

- Diseño y elaboración de un logo o marca representativa para el evento.
- Producir toda la folletería y papelería necesaria que tenga relación con la documentación impresa.
- Coordinación de información, en ruedas de prensa escrita, radial, televisiva y redes sociales.
- Entrevistas con medios de comunicación.
- Elaborar un afiche promocional de la feria gastronómica.

A continuación, se presenta los medios de publicidad con mayor impacto visual:

- Afiches (buses y paraderos del área geográfica que se quiere dirigir).
- Prensa escrita a nivel nacional.
- Spots en medios televisivos.
- Página de web.
- Redes sociales.

2.10.2.6 Comité de gestión

Responsables de delegar la gestión respectiva para las actividades desarrolladas dentro del evento como:

Tabla 2.3 Aspectos del comité de gestión.

Ubicación	Lugar estratégico.
Protocolo	Inauguración y Clausura del Evento.
Instalaciones	Toma de agua y luz.
Equipamiento, montaje y desmontaje del evento	Alquiler de mobiliario (carpas, mesas, sillas, tarimas).
Ambiente y diseño	Se define el número de stand y las distribuciones de los mismos.
Actividades de recreación	Actividades relacionadas con la gastronomía y otros adicionales.
Soporte técnico: sonido e iluminación	Servicio de amplificación, consola, micrófonos y luces.
Staff	Personal encargado de vigilar y controlar el funcionamiento de los stands.
Personal de limpieza	<ul style="list-style-type: none">• Encargado de la limpieza continúa de los stands y del área en general (Empresa privada).• Empresa de limpieza pública (Eliminación de desechos).
Personal de seguridad	Cuerpo policial encargado de la seguridad de los ciudadanos y, mantener el orden público.
Servicios de Emergencia	Personal de Cruz Roja y Cuerpo de Bomberos encargados de asistir casos de primeros auxilios y emergencias.
Permisos correspondientes	Certificaciones requisitos y permisos para el desarrollo de un evento o actividad de acuerdo con las exigencias de cada municipalidad.
Monitoreo Post- Feria	Encargado de valorar los resultados obtenidos, medir el impacto y participación de la feria gastronómica.

Auspiciantes	Busca la colaboración de empresas auspiciantes y convenios con diferentes instituciones.
Marcas invitadas	Se invitará a marcas reconocidas a nivel nacional y regional para dar realce al evento y generar mayor impacto dentro de la feria.

Fuente: Elaboración propia.

2.10.2.7 Comité de capacitación

Encargado de establecer y diseñar programas de capacitación dirigidos a los establecimientos inscritos previos al evento, con el fin de que estos tengan mayor conocimiento y actualización de temas relacionados con buenas prácticas de manufactura y ser seleccionados para la feria.

El comité de capacitación será dirigido en conjunto con la academia y miembros de las diferentes instituciones:

1. Escuela de Alta Cocina “Arte Chef” escuela de gastronomía Santa Elena
2. Coordinación Zonal 5 Ministerio de Turismo - Santa Elena
3. Carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Cada uno de ellos cumple un rol fundamental, bajo la experiencia, pericia, regulación técnica e investigativa que permita generar un sistema de capacitación eficiente garantizando una mejora significativa en los establecimientos y el servicio gastronómico del cantón Salinas

Basado en un sistema de capacitación que fortalezca las capacidades, conocimientos, habilidades y destrezas para un mejor aspecto en las instalaciones de los establecimientos, promover una óptima manipulación de los alimentos con las BPM (buenas prácticas de manufactura), mejorar el servicio de atención y la innovación de la gastronomía tradicional que se ofrece en el sector. Para rescatar, promover y divulgar la restauración del cantón Salinas.

Temas de capacitación

Los temas a tratar dentro de la capacitación a los usuarios identificados serán centralmente de las siguientes áreas:

- Servicio al Cliente.
- Manipulación de alimentos.
- Buenas Prácticas de Manufactura.
- Costos de producción.
- Marketing Turístico.
- Logística del evento.

La capacitación tendrá una duración de 80 horas que serán dictadas 4 meses antes de realizarse el evento gastronómico. Una vez ejecutado el evento, habrá una post-retroalimentación sobre los aspectos positivos y negativos que se observaron durante el desarrollo de la feria. Esto, con el fin de elevar el estándar de calidad, servicio y atención al cliente.

Tabla 2.4 Horarios de capacitaciones.

SERVICIO AL CLIENTE					
Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
2h30		S.C		S.C	
2h30		S.C		S.C	
Total de horas dictadas		10h00	Tiempo de duración		2 semanas
BUENAS PARACTICAS DE MANUFACTURA					
Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
2h30		BPM	BPM		
2h30		BPM	BPM		
2h30		BPM	BPM		
2h30		BPM	BPM		
2h30		BPM	BPM		
Total de horas dictadas		20h00	Tiempo de duración		4 semanas
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS					
Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
2h30	M.ALI	M.ALI			
2h30	M.ALI	M.ALI			
2h30	M.ALI	M.ALI			
2h30	M.ALI	M.ALI			

2h30	M.ALI	M.ALI			
Total de horas dictadas		20h00	Tiempo de duración		4 semanas
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
2h30		C.P	C.P		
2h30		C.P	C.P		
2h30		C.P	C.P		
Total de horas dictadas		15h00	Tiempo de duración		3 semanas
MARKETING TURISTICO					
Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
2h30		MKT.TURISTICO	MKT.TURISTICO		
2h30		MKT.TURISTICO	MKT.TURISTICO		
2h30		MKT.TURISTICO	MKT.TURISTICO		
Total de horas dictadas		15h00	Tiempo de duración		3 semanas

Fuente: Elaboración propia.

Sede de la capacitación

El curso de capacitación se lo realizará en 3 lugares:

- Instalaciones del GAD MUNICIPAL DE SALINAS.
- Instalaciones de “Arte Chef” Escuela de Gastronomía Santa Elena.
- Salón auditorio de la carrera de Hotelería y Turismo UPSE (Universidad de la Península de Santa Elena).

Los mismos cuentan con infraestructura eléctrica, servicios de Wi-fi, aire acondicionado, agua e instalaciones de cocina para la preparación y puesta en práctica de los alimentos.

Perfil del capacitador

EL capacitador reúne características, aptitudes para motivar y conseguir que la transferencia de conocimientos sea la mejor y tenga el resultado esperado por todos.

Contará con el siguiente perfil:

- Capacidad y destreza técnica.
- Experiencia mínima de 2 años.
- Título de tercer nivel.
- Autoridad moral e institucional con los participantes.
- Total, conocimiento y dominio de la materia a impartir.
- Calidad humana y empatía para el trato con la gente.

Sistema de certificación de aprobación

Se plantea el certificado de aprobación de los temas a dictar, para corroborar el entendimiento y conocimiento de los temas tratados dentro de las capacitaciones. La certificación será otorgada por el municipio del GAD municipal de Salinas, quien gestionará el aval del Ministerio de Turismo y el aval de la Universidad Politécnica de Santa Elena y se lo entregará al final de las capacitaciones.

2.10.2.8 PLANIFICACIÓN PRE-FERIA

La planificación de pre-feria establece lo que se desea alcanzar en el evento, por lo es esencial para el comité organizador establecer ciertos criterios para el momento de la planificación de la feria.

2.10.2.8.1 Criterios de la planificación

Tabla 2.5 Planificación.

Nombre de la feria	Nombre que se identifique con el sector donde se organicé la feria.
Logo y Marca	Desarrollar un logotipo y marca sólida que identifique la feria. El mismo va a permitir tener identidad institucional con posicionamiento en el mercado. El logo debe estar estrechamente relacionado con el nombre y el objetivo de la feria.
Fecha de convocatoria y Realización de la feria	Elaboración de calendario de la feria, exponiendo las actividades pre-feria. La fecha de convocatoria a los participantes debe ser con cuatro meses antelación a la ejecución de la feria.
Público objetivo	Para la feria gastronómica se determinó la oferta y la demandada como público objetivo. Oferta: Son los establecimientos de restauración ya sea pequeñas, medianas y grandes empresas que participan en la feria gastronómica bajo normas de calidad en el proceso de producción desde la materia prima hasta el producto final. Demanda: Son los consumidores o comensales que acuden a la feria para satisfacer sus necesidades. Teniendo en cuenta que un producto no satisface la necesidad de todos los consumidores, la organización debe definir el segmento de mercado a quien se va a dirigir la feria. Por lo que en este caso sería las residentes de Guayaquil y Cuenca que consumen mariscos.

<p style="text-align: center;">Ubicación</p>	<p>La ubicación es el primer componente que se deben tomar en cuenta al momento de realizar una feria gastronómica. Para una mayor comodidad del lugar donde se efectuará la feria debe considerar las siguientes características del lugar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estar en un punto estratégico. 2. Fácil acceso al público. 3. El lugar elegido debe estar en buenas condiciones en cuanto a su infraestructura. 4. Proporcionar un amplio espacio para los stands y área al público. 5. Proporcionar área de recreación (tarimas, mesas y sillas). 6. Brindar seguridad para el público. 7. Brindar servicios higiénicos. 8. Fácil adecuación a los servicios de energía eléctrica para el adecuado funcionamiento de los equipos a utilizar durante el evento. 9. Iluminación adecuada. 10. Fácil acceso de agua potable. 11. Zona de parqueo.
<p style="text-align: center;">Stand</p>	<p>Los stands serán suministrados por el comité de gestión del evento gastronómico, por lo cual todos los stands tendrán las mismas dimensiones. Por otro lado, el comité organización de evento facilitará a los establecimientos dentro de la feria la toma de agua y luz.</p>

Fuente: (Sagastume, s.f)

2.10.2.8.2 Proceso de inscripción de los participantes

Para las inscripciones de los participantes de la feria gastronómica se deberán seguir con los siguientes procesos:

1. Los propietarios de los establecimientos de restauración deberán llenar una ficha o formulario de inscripción, el cual debe ser enviado al Comité organizador (Municipio de Salinas - Departamento de Turismo), este formulario será otorgado a los propietarios de los establecimientos por el comité de convocatoria.
2. Adjunto al formato de inscripción debe ir copia de cédula y/o pasaporte.
3. Copia del certificado de asistencia a las capacitaciones recibidas por el municipio (caso de ser un establecimiento nuevo de 6 meses a 1 años, este paramento no será considerara).
4. Copia de Licencia anual de funcionamiento.
5. Enviar lista de platos a exponer en el evento con precios.

*** La inscripción y la participación de la feria NO tendrá costo.**

2.10.2.8.3 Proceso de selección de los establecimientos de alimentos y bebidas para la feria gastronómica.

1. Visita técnica a los establecimientos de restauración para corroborar la información de las fichas enviadas por los propietarios.
2. Evaluar los establecimientos bajo los criterios en buenas prácticas de manufactura, medición de la calidad del servicio mediante el modelo de SERVQUAL y la evaluación de presentación y sabor de los platos.
3. De pasar las evaluaciones técnicas, pasa al siguiente fase de capacitación.
4. Las capacitaciones dictadas a los propietarios de los establecimientos y un delegado son de asistencia obligatoria.
5. Se realizara una evaluación de conocimientos al finalizar cada tema dictado.
6. De aprobar las evaluaciones correspondiente se le otorgara un certificado de aprobación.
7. Los establecimientos de restauración que aprobaron las capacitaciones automáticamente serán los que pasen a formar parte de la feria del año en curso.

2.10.2.8.4 Reglamento

1. Horarios y espacio

Los propietarios o delegados de los establecimientos deberán estar el día y lugar correspondiente del evento puntual a la hora que le asigne el comité organizador, de igual manera deben ser puntual a la hora de clausura del evento. El lugar donde se realizará la feria será establecido por el comité organizador.

2. Uniforme

Los delegados del stand deberán utilizar el día de la feria el siguiente (Raices, 2017):

- Camisetas con el logo del restaurante.
- Malla y gorro de cocina.
- Delantal negro.
- Toalla blanca de mano.
- Guantes de mano.
- zapatos cerrados.

3. Equipos

El comité organizador del evento suministrará a todos los participantes de la feria lo siguiente:

- Carpas de 6x6 (dos establecimientos por carpa).
- Tomas de energía eléctrica.
- Agua potable.
- Diseño y ambientación.
- Sillas y mesas para los comensales o visitantes.
- Tachos de basura dentro de la feria.
- Baños químicos.
- Mesas largas para cada uno de los establecimientos.
- Materia blanca para cada stand.

Los participantes del evento deberán llevar:

- Frigorífico o refrigeradora.
- Samovares y/o Vitrina de exposición horizontal (caliente o fría)
- Platos y cubiertos desechables.
- Vajilla para la presentación de platos
- Servilletas de papel.
- Utensilios de cocina a utilizar.
- Banners publicitarios del establecimiento.
- Fundas para desechos.
- Tachos de basura.

3. Seguridad e higiene

- Los productos comestibles para llevar a la feria gastronómica deben ser de una excelente calidad.
- Los productos deberán ser producidos con calidad de higiene.

- Las cocciones de los productos deben ser manipulados y preparados bajo las normas de preparación de alimentos de ARCSA (Agencia de Nacional de Regulacion, 2015).
- Los participantes deberán llevar sus productos a exponer y comercializar ya elaborados para el consumo.
- Para el traslado de los productos ya elaborados hacia la feria, estos deben estar embalados o envasados y se deben trasladar de una forma adecuada, que no permita la contaminación de la misma, ni ser afectados por algún cambio de temperatura (Pelayo, 2011).
- El transporte utilizado para el traslado de los alimentos debe estar en correctas condiciones de higiene.
- Revisar si los alimentos sufrieron algún daño durante el traslado.
- La exposición de los productos comestibles que necesitan de refrigeración o calor, deben de ir montados en samovares o vitrinas según sea su temperatura.
- Los productos deben almacenarse en espacios adecuados, estos deben estar limpios, secos y no expuestos a luz del sol, y con la temperatura adecuada y refrigerarse en caso de ser necesario hasta ser consumidos (Pelayo, 2011).
- No se debe usar los vehículos como espacio de almacenamiento.
- Durante el montaje de los alimentos en la feria es necesario el uso de guantes para prevenir cortes o heridas (Pelayo, 2011).
- Los productos comestibles al momento de ser servidos deben estar calientes o fríos según sea su presentación.
- Utilizar utensilios diferentes para la manipulación y entrega de los diferentes alimentos cocinados.
- Cada delegado de los stands deberá tener su puesto de trabajo limpio, colocando los desperdicios producidos en el día, en lugares asignados por el comité de gestión.

5. Montaje y desmontaje de equipos

- El montaje del evento será a cargo del comité de gestión-montaje y desmontaje.

- Los participantes deberán montar y desmontar sus propios equipos de trabajo.

6. Precios

- Los propietarios de los establecimientos participantes tienen prohibido subir los precios de sus platos.
- Se plantea rangos de precios para evitar un cobro excesivo el día de la feria.
- Este precio será regulado por el comité de evaluación.
- Se debe indicar los precios de cada producto que se exponga.

2.10.3 ETAPA 2: DESARROLLO DE LA FERIA

1. Lanzamiento de la feria: Previo al evento gastronómico se realizará la publicidad del evento encargada el comité de publicidad dando a conocer fecha, hora y las actividades que se desarrollaran durante el evento.
2. La inauguración de la feria gastronómica es un aspecto importante, debido a que expone el objetivo de la misma, causando impacto al público objetivo. Esta debe ser en presencia de las autoridades locales, propietarios del establecimiento e invitados.
3. Los programas de inauguración deben durar aproximada mente 20 minutos.
4. El comité asignado para controlar las actividades dentro de los stands, deberán realizar visitas periódicas, con el propósito de verificar que los alimentos se están sirviendo adecuadamente en cuento a control de limpieza y precios.
5. Cumplir con las actividades programadas durante el evento a las horas indicadas por el comité de gestión.

6. Realizar encuestas a los visitantes que acuden a la feria, a fin de obtener una imagen del público hacia la feria y captar recomendaciones que ayuden próximos eventos.

2.10.4 ETAPA 3: MONITOREO POST-FERIA

Finalizando el evento, se aplicará un cuestionario dirigido hacia los participantes o expositores de la feria con el fin de medir el grado de satisfacción del mismo en cuanto a la organización, beneficios económicos y publicidad, que permita mejorar aspectos de organización y requerimientos de los expositores para futuros eventos.

CRONOGRAMA DE PLAN LOGISTICO DE FERIA GASTRONOMICA SALINAS- ECUADOR.

Tabla 2.6 Cronograma de actividades.

RESULTADOS	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES POR COMITÉS	1er MES				2do MES				3er MES				4to MES				5to MES				6TO MES				7MO MES				8VO MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ETAPA 1: ORGANIZACIÓN PRE FERIA	GRUPO ORGANIZADOR: ARMAR Y ORGANIZAR A LOS COMITÉS DE COORDINACIÓN	X																															
	COMITÉ DE CONVOCATORIA Y EVALUACIÓN :																																
	VISITA A RESTAURANTES Y ENTREGA DE FORMULARIOS		X	X																													
	RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN EN FORMULARIOS (PROCESO DE INSCRIPCIÓN)				X																												
	EVALUACIÓN Y SELECCIÓN																																
	VISITA TÉCNICA QUE PERMITA CORROBORAR INFORMACIÓN				X																												
	EVALUACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS				X																												

EQUIPAMIENTO, MONTAJE Y DESMONTAJE DEL EVENTO, STAFF																				X				
ACTIVIDADES DE RECREACIÓN, SOPORTE TÉCNICO E ILUMINACIÓN																				X				
PERSONAL DE LIMPIEZA, PERSONAL DE SEGURIDAD																	X	X			X			
SERVICIOS DE EMERGENCIA, PERMISOS CORRESPONDIENTES													X	X	X	X								
ENTREGA DE INVITACIONES: EMPRESAS, AUTORIDADES E INVITADOS VARIOS																			X					
COMITÉ DE CAPACITACIÓN																								
GESTIÓN DE CAPACITACIÓN (CAPACITADORES-INSTALACIONES-MATERIAL)				X	X	X																		
TEMAS :																								
SERVICIO AL CLIENTE							X	X																
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS								X	X	X	X													
BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA											X	X	X	X										

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS

3.1 Análisis de datos cualitativos

Para el análisis de los datos cualitativos se realizó un cuadro descriptivo exponiendo los resultados claves de las entrevistas realizadas a los propietarios de los restaurantes. Cabe señalar que se llegó a un estado de saturación de información, es decir la información se reinicia constantemente por lo se decidió no alcanzar la muestra total, dando como resultado un total de 13 restaurantes entrevistados, donde 5 son restaurantes que participaron en ferias anterior y 8 entrevistas aleatorias a restaurantes que no participaron de la feria.

Descripción de datos cualitativos

Técnica aplicada: Entrevista

Público objetivo: Propietarios de Restaurantes en el cantón Salinas, Estero de Salinas y Chipipe.

Tabla 3.7 Tabla descriptiva del análisis de la demanda.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	PALABRAS CLAVES
Tipos de clientes	Clientes	<ul style="list-style-type: none">• Naciones• Extranjeros
Platos de autoría de la empresa	Platos innovadores	<ul style="list-style-type: none">• Cada uno de los restaurantes entrevistados tienen platos elaborados por su propia autoría.

Capacitaciones	Asistencia a las capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente. • Manipulación de alimentos.
Participación de la feria gastronómica	Participaron en la feria	<ul style="list-style-type: none"> • Invitados por el municipio. • Les pareció buena la feria. • Uso platos desechables. • Se avisó con un mes de anticipación. • Dispuestos a volver participar.
	No participaron en la feria	<ul style="list-style-type: none"> • No los invitaron, pero están dispuestos a participar si los invitan. • Están dispuestos a participar si se comunica con tiempo el evento. • No quisieron ir. • Mejor les va en su propio local. • No cuentan con personal suficiente. • No les avisan con tiempo.
Fechas de realizar la feria	Feridos	<ul style="list-style-type: none"> • No están dispuestos a participar en feriados. • No se alcanza. • No existe personal.
	Fines de semana	<ul style="list-style-type: none"> • Dispuestos a participar. • En fines de semanas fuera de temporada alta.
	Aspectos positivos	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de agua y luz. • Buena ubicación. • Sin costo de inscripción. • Margen de ventas básico.

<p>Experiencia de los restaurantes dentro de la Feria</p>	<p>Aspectos negativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de organización. ● Falta de publicidad a nivel nacional. ● Falta de actividades dentro de la feria. ● Falta de publicidad dirigida a la ciudad de Guayaquil. ● Los vendedores informales. ● Mala organización en cuanto a los horarios de cierre.
--	---------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Se detectó un gran interés por participar en próximas ferias gastronómicas por parte de los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas, dando a conocer sus inquietudes que requieren para su asistencia a dicho evento. Indicando las posibles fechas de la elaboración de este evento, los cuales serían apropiadas fuera de feriados y temporada alta, debido a que los propietarios no se abastecen con el personal suficiente para atender en su local y la designación de delegados para el evento, recomendaron realizar el evento en unos fines de semanas fuera de feriados.

Los propietarios expresaron que en eventos anteriores hubo una desorganización en cuanto a los horarios y el manejo de la feria como tal, sumado a esto; la falta de promoción y publicidad en medios de comunicación a nivel nacional como redes sociales, radio y televisión fue deficiente.

La fecha de convocatoria, los propietarios indicaron que son notificados con quince días a un mes de antelación al evento, y justificaron que se debe anunciar con tiempo para disponer del personal y los implementos adecuados.

Los propietarios que no participaron en ferias anteriores indicaron que no se les aviso o comunico sobre el evento a realizar, por lo que si los invitan están dispuestos a participar. Mientras los propietarios de los establecimientos que fueron invitados, pero no asistieron por factores como falta de tiempo, poco personal de trabajo y comunicado a poco tiempo de la feria, preferencia de estar en su establecimiento. Por otros lado ciertos establecimientos están dispuestos a participar si se les comunica con tiempo y que exista una correcta organización en cuanto al evento.

3.2 Tratamiento de datos cuantitativos

1. Edad

Tabla 3.8 Tabulación de encuesta de edad.

Opciones	Resultados
20 a 30 años	234
31 a 41 años	105
42 a 52 años	30
53 a 63 años	14
Más de 64	1
Total	384

Fuente: Elaboración propia

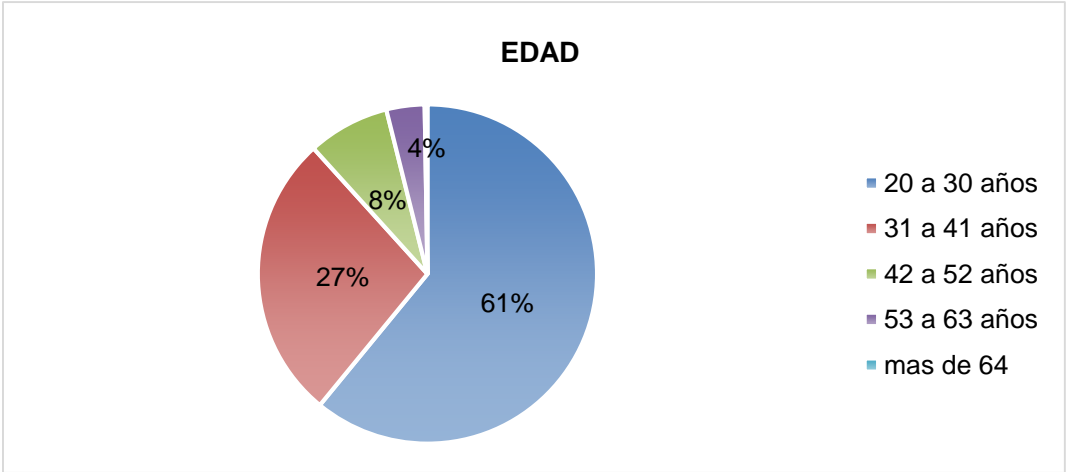


Figura 3.3

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se muestran, los datos sobre, las edades de los encuestados dando un resultado que el 61% tienen una edad entre 20 a 30 años, seguida por un 27% de personas de entre 31 a 41 años de edad.

2. Género

Tabla 3.9 Tabulación de género.

Opciones	Resultados
Mujer	220
Hombre	164
Total	384

Fuente: Elaboración propia.

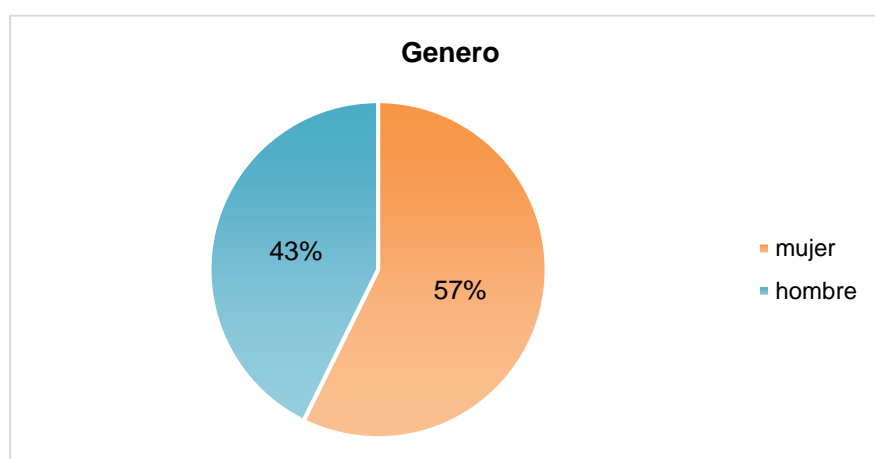


Figura 3.4

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico de pastel se muestra que el 57% de los encuestados son mujeres seguido de un 43% son hombres.

3. ¿Cuánto tiempo permanece en el cantón Salinas?

Tabla 3.10 Tabulación de datos en tiempos de permanencia en Salinas.

Opciones	Resultados
1 día	143
2 días	191
3 a 4 días	39
más de 5 días	11
Total	384

Fuente: Elaboración propia

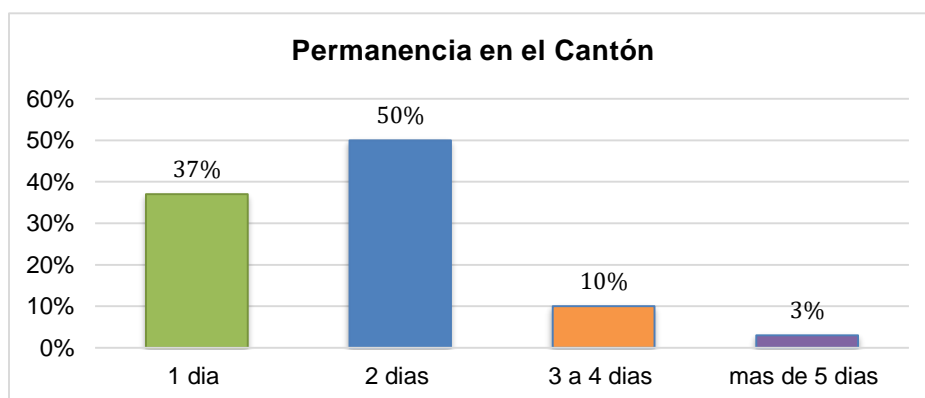


Figura 3.5

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente histograma muestra la permanencia de los visitantes en el cantón Salinas, en el que se obtuvo datos donde el 50% de los encuestados pernoctan en el balneario durante dos días, seguido de un 37% de un día de permanencia.

4. Su viaje lo realiza

Tabla 3.11 Tabulación de datos de acompañantes de viajes.

Opciones	Resultados
Solo	21
En pareja	74
Familia	210
Amigos	74
En grupos organizados	5
Total	384

Fuente: Elaboración propia

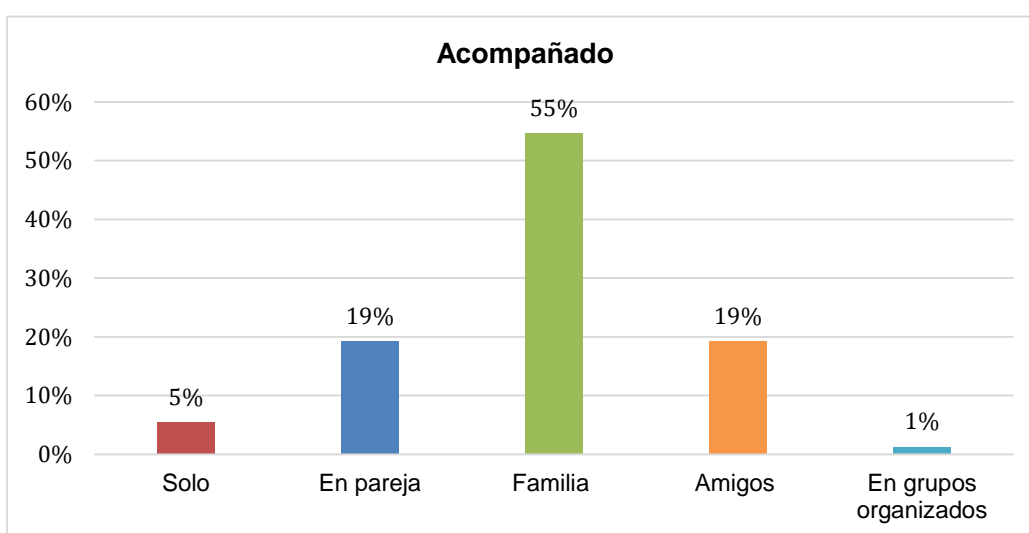


Figura 3.6

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente histograma muestra la proporción de los viajes que realizan los encuestados en el cantón Salinas. El porcentaje más alto corresponde a quienes viajan en familia con un 55%, mientras que un 19% prefiere viajar entre amigos y en pareja.

5. Medio de transporte para visitar el cantón Salinas

Tabla 3.12 Tabulación de datos medios de transporte.

Opciones	Resultados
Auto propio	255
Bus interprovincial	118
Alquiler de Carro	10
Moto	1
Total	384

Fuente: Elaboración propia

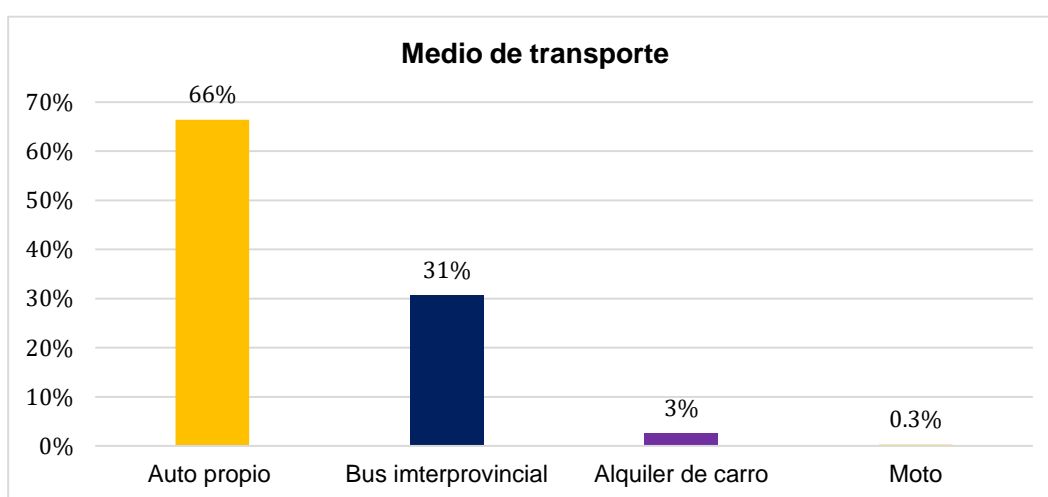


Figura 3.7

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico muestra el medio de transporte utilizado para acudir al cantón Salinas. El 66% utilizan auto propio, seguido de un 31% que hace uso del bus interprovincial. En otras opciones de medios de transporte se contratan buses, se alquilan vehículos y motos.

6. Promedio de gasto personal por día el cantón Salinas

Tabla 3.13 Tabulación de datos promedio de gastos.

Opciones	Resultados
Menos de 20 dólares	146
20 a 40 dólares	108
40 a 60 dólares	46
60 a 80 dólares	35
Más de 100 dólares	49
Total	384

Fuente: Elaboración propia

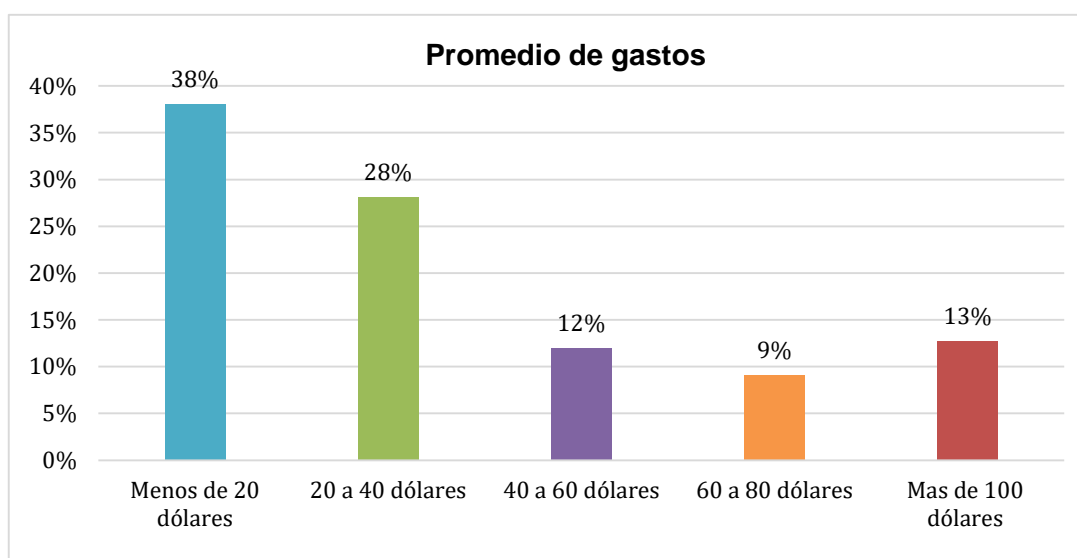


Figura3. 8

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico se muestran los datos de gasto promedio al día por visitante. Dando como resultado que el 38% tiene un gasto promedio menor de \$ 20 dólares diarios por persona, mientras que el 28% tiene un gasto personal promedio entre \$20 a \$40 dólares por día, y el 12% tienen un gasto superior entre los \$40 a \$60 dólares de gastos diarios por personas.

7. Indique sus preferencias al visitar el cantón Salinas.

Tabla 3.14 Tabulación de datos preferencia de visitas.

Opciones	Resultados
Playa	326
Gastronomía	271
Atractivos turísticos	72
Programa y ferias	23
Total, de respuestas por persona	384

Fuente: Elaboración propia

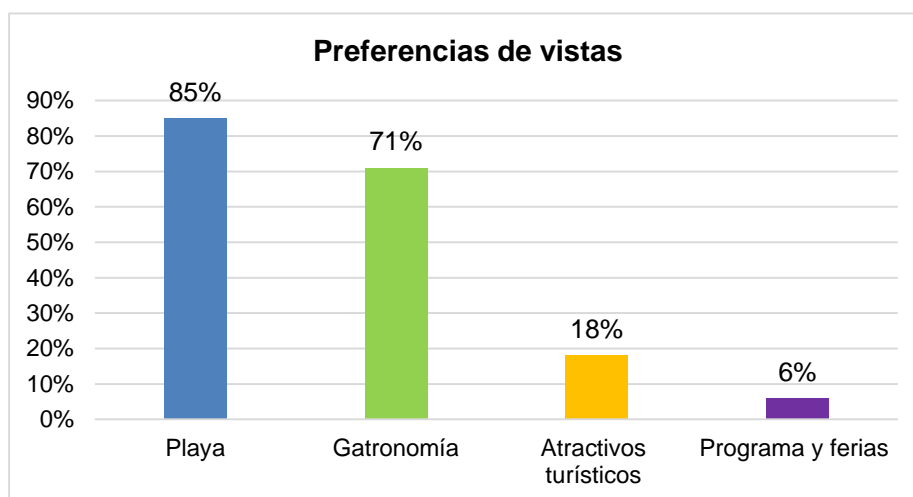


Figura 3.9

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente pregunta de opción múltiple los encuestados tuvieron la opción de responder una o dos respuestas en cuanto a la preferencia de vistas al cantón, dando como resultado que los turistas al visitar cantón Salinas tiene un mayor grado inclinación o aceptación del 85% que acuden al balneario por sus playas, seguida de las gastronomías con un 71% y por sus atractivos turísticos con un 18%.

8. Califique el grado de satisfacción de la gastronomía del sector.

Tabla 3.15 Tabulación sobre el nivel de satisfacción.

Opciones	Resultados
Excelente	106
Bueno	260
No satisfactorio	18
Pésimo	0
Total	384

Fuente: Elaboración propia.

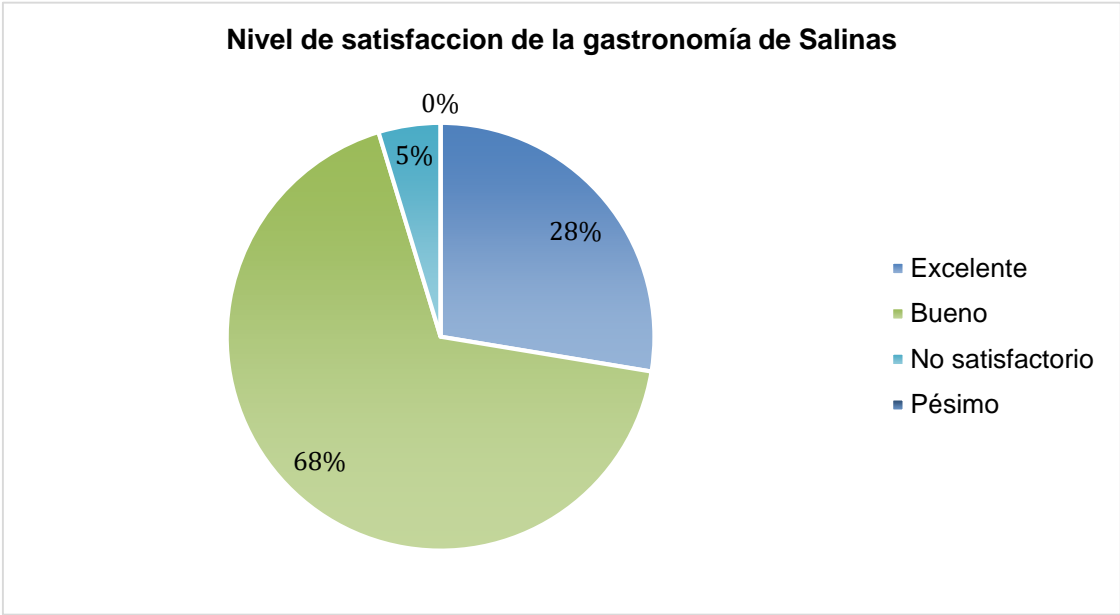


Figura.3 10
Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico de pastel muestra los datos relacionados a el grado de satisfacción de la gastronomía de Salinas, donde se el 68% indicó que la gastronomía es buena, mientras que un 28% la calificó como excelente, seguida de un 5% que califco gastronómica de Salinas como no satisfactoria.

9. ¿Ha ESCUCHADO sobre la feria gastronómica 2016 y/o 2017 que ha realizado el Municipio de Salinas?

Tabla 3.16 Tabulación sobre el conocimiento de la feria gastronómica de Salinas.

Opciones	Resultados
Si	31
No	353
Total	384

Fuente: Elaboración propia.

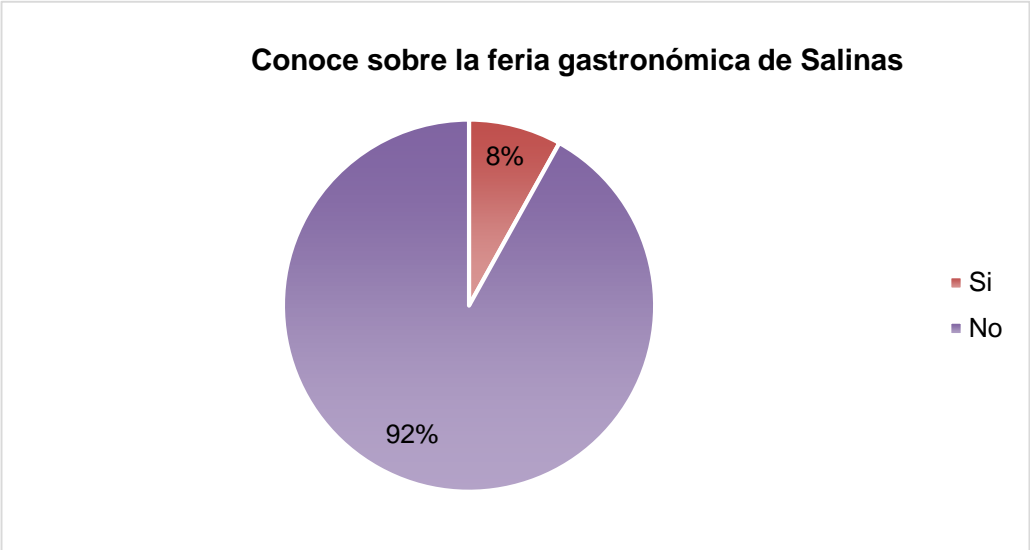


Figura 3.11
Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico revela que el 92% de los encuestados no han escuchado de la feria gastronómica en el cantón Salinas, mientras un porcentaje bajo del 8% mencionó haber escuchado sobre el evento gastronómico.

10. Indique el medio de difusión por el que se enteró de la feria

Tabla 3.17 Tabulación de datos de medios de difusión de feria gastronómica de Salinas.

Opciones	Resultados
Radio	1
Redes sociales	13
Prensa escrita	3
Tv	3
Recomendaciones de amigos	11
Total	31

Fuente: Elaboración propia

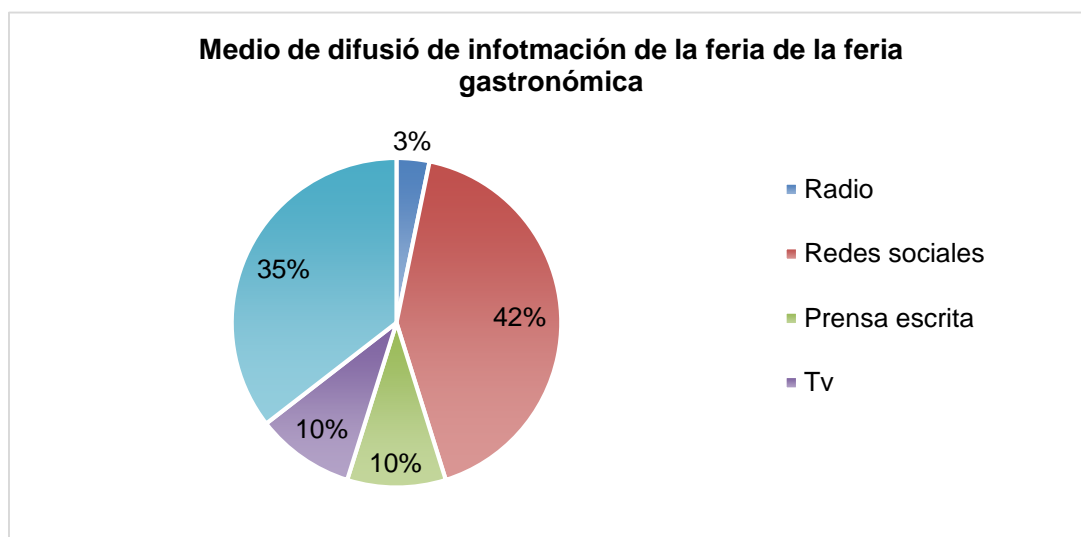


Figura3.12

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico se muestra los datos de los medios de difusión por lo cual se enteraron de la feria gastronómica realizada en el cantón Salina. Un 42% de los encuestados que respondieron que sí han escuchado de la feria gastronómica, se enteraron por medio de redes sociales, segunda de un 35% por medio de la radio y un 10% por prensa escrita y televisión.

11. ¿Ha participado de la feria Gastronómica 2016 y/o 2017 realizada en Salinas?

Tabla 3.18 Tabulación de datos de participación en la feria gastronómica de Salinas.

Opciones	Resultados
Si	10
No	21
Total	31

Fuente: Elaboración propia

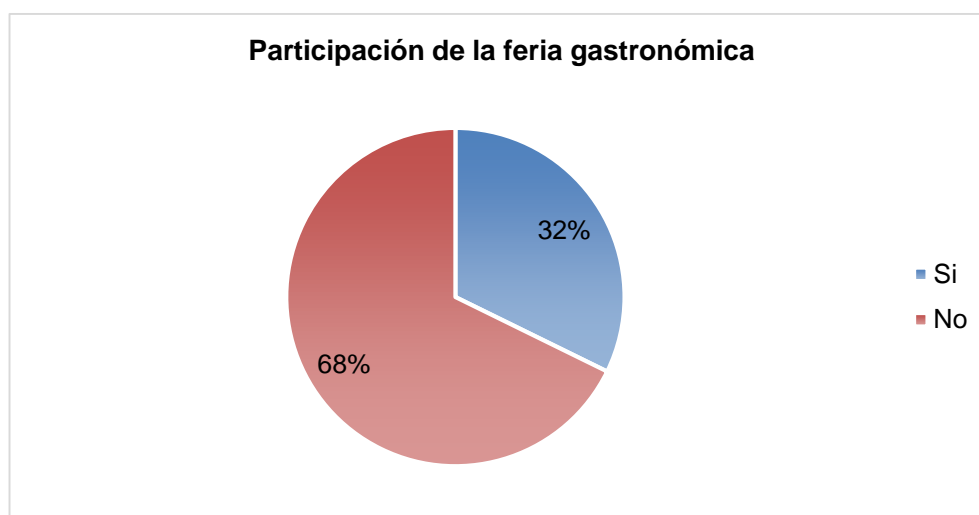


Figura 3.13

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico de pastel se muestra que los encuestados que se han informado de la feria gastronómica en el cantón Salinas un 68% no han participado o asistió al evento, mientras que un 32% si ha participado de la feria gastronómica.

12. ¿Cuál fue su experiencia en la feria gastronómica de Salinas?

Tabla 3.19 Tabulación de datos de experiencia en la feria de Salinas.

Opciones	Resultados
Excelente	6
Bueno	2
No satisfactorio	2
Pésimo	0
Total	10

Fuente: Elaboración propia

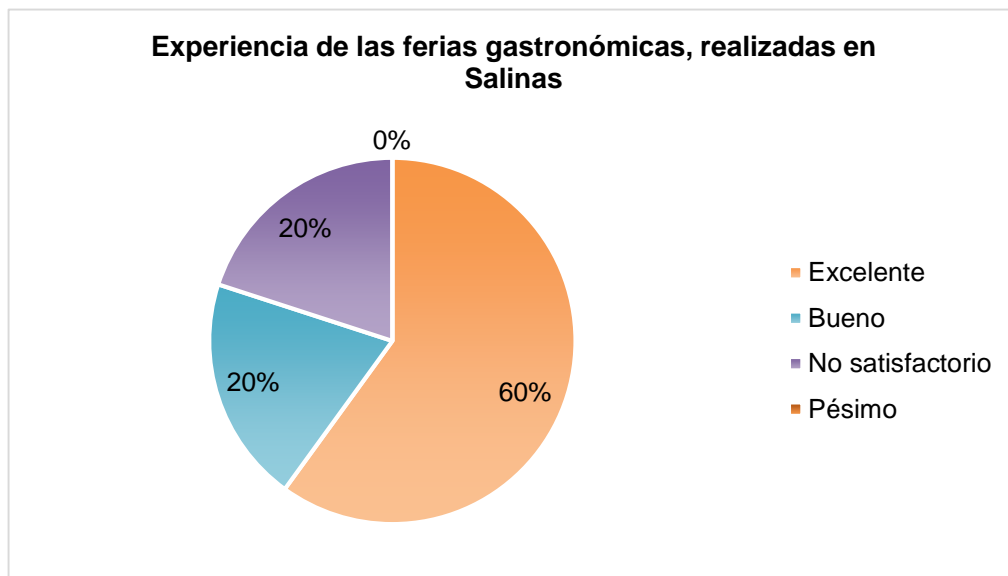


Figura 3.14

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico se muestra que los datos recolectados en base a la experiencia obtenida de los encuestados, que respondieron haber asistido a la feria gastronómica realizadas en el cantón Salinas. Un 60% calificó la expresión como excelente, seguida de un 20% de bueno y no satisfactoria.

13. ¿Asistiría a una feria gastronómica donde se aprecie la gastronomía del cantón Salinas?

Tabla 3.20 Tabulación de datos de asistencia a feria gastronómica.

Opciones	Resultados
Si	357
No	27
Total	384

Fuente: elaboración propia

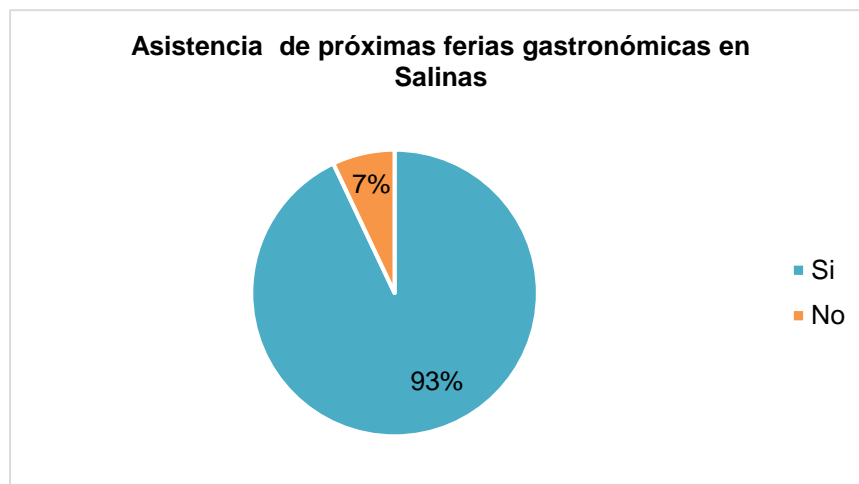


Figura 3.15

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico de pastel, se muestra que existe aceptación para asistir a un evento culinario. Un 93% de los encuestados están dispuestos a asistir a un evento gastronómico en el cantón Salinas, mientras que el 7% mencionó que no asistiría al evento.

14. ¿Indique el motivo por el que no asistiría?

Tabla 3.21 Tabulación de datos, motivo de no asistencia a feria gastronómica.

Opciones	Resultados
Falta de tiempo	9
No es interés	10
No es del agrado la comida de Salinas	4
Lejanía	4
Total	27

Fuente: Elaboración propia

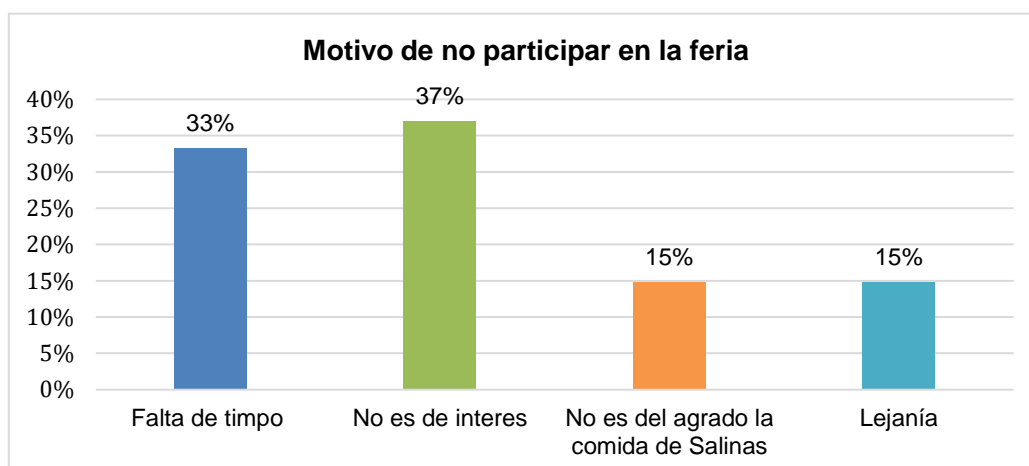


Figura 3.16

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico se muestra a los encuestados que no asistirían a la feria, donde el 37% no presenta interés cercano al evento, un 33% no cuenta con el tiempo suficiente para acudir al evento y un 15% indica que la gastronomía de Salinas no es de su grado.

15. Tipo de actividades que le gustaría encontrar en una Feria Gastronómica

Tabla 3.22 Tabulación de datos de actividades recreativas.

Opciones	Resultados
Actividad recreativa	56
Preparación de un plato típico	209
Show musical	90
Otros	2
Total	357

Fuente: Elaboración propia

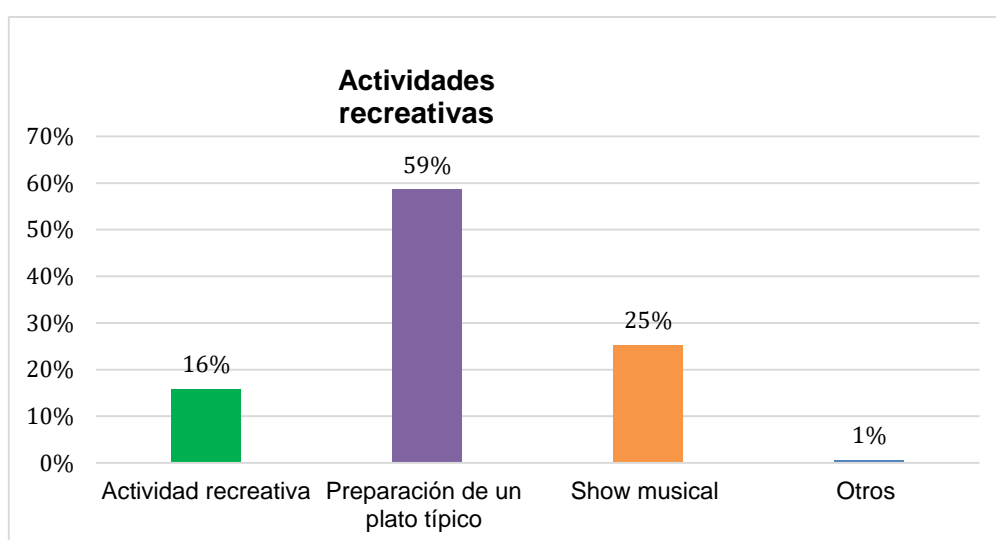


Figura 3.17

Fuente: Elaboración propia

En el histograma se muestran los datos del tipo de actividad que les gustaría encontrar dentro de una feria gastronómica. En la que se refleja que un 59% le gustaría encontrar la preparación de platos típicos, seguida de un 25% de show musical y un 16% de actividades recreativas. Mediante este análisis se puede observar que las personas prefieren presenciar actividades relacionadas con la gastronomía del sector.

16. ¿Qué platos le interesaría degustar en una feria gastronómica de Salinas?

Tabla 3.23 Tabulación de datos de platos de feria gastronómica.

Opciones	Resultados
Gastronomía del sector	162
Gastronomía innovara con productos del sector	257
Gastronomía de otras provincias	19
Gastronomía internacional	27
Total, de respuestas por persona	357

Fuente: Elaboración propia

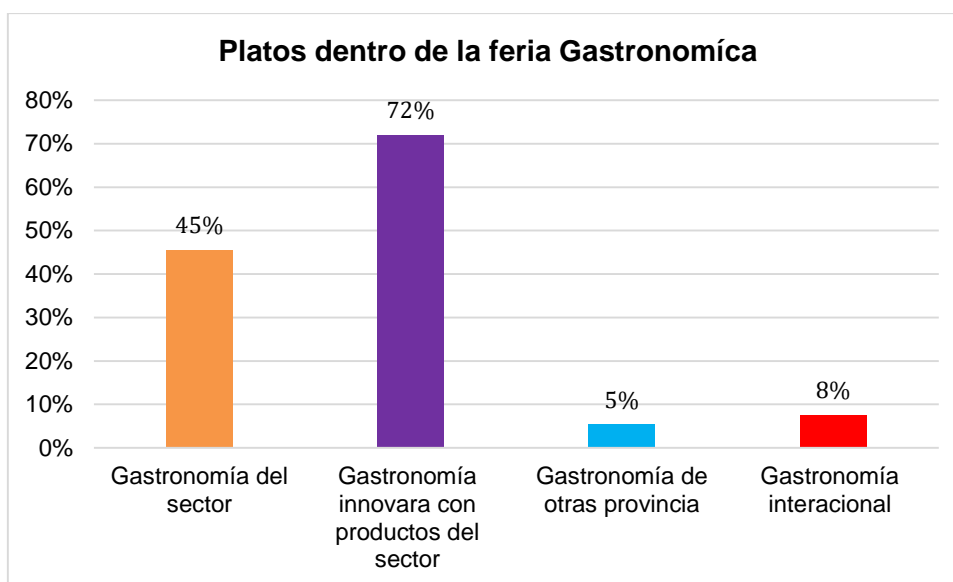


Figura 3.18

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente pregunta de opción múltiple, los encuestados tuvieron la opción de responder una o dos respuestas en cuanto la preferencia de platos que prefiere encontrar en una feria gastronómica. Dando el siguiente histograma donde se refleja que el 72% de los encuestados muestran un gran interés por los platos innovadores con productos del sector, seguido de un 45% que prefieren degustar los platos y gastronomía típicas del sector.

17. ¿Qué tiempo considera apropiado para una feria gastronómica?

Tabla 3.24 Tabulación días de duración de la feria.

Opciones	Resultados
Un día	77
Dos días	245
Tres días	35
Total	357

Fuente: Elaboración propia

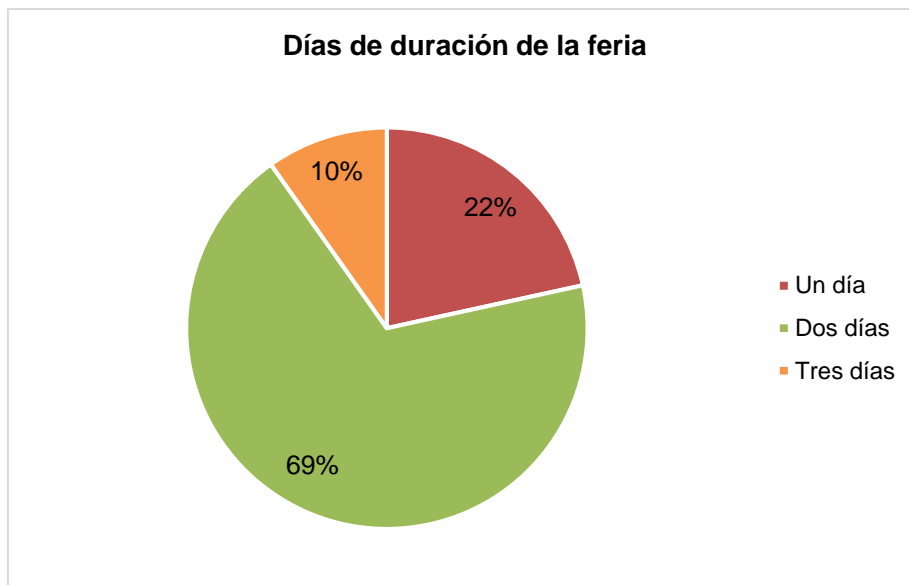


Figura 3.19

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico de pastel se muestra, que el 69% de los encuestados consideran apropiada que la duración de un evento gastronómico sea de dos días, seguida de un 22% de un día y un 10% de tres días de duración del evento.

18. Medio de difusión por el cuál le gustaría enterarse de una feria gastronómica

Tabla 3.25 Tabulación de datos en preferencia de medios de difusión.

Opciones	Resultados
Radio	6
Redes sociales	299
Prensa escrita	15
Tv	34
Otros	3
Total	357

Fuente: Elaboración propia

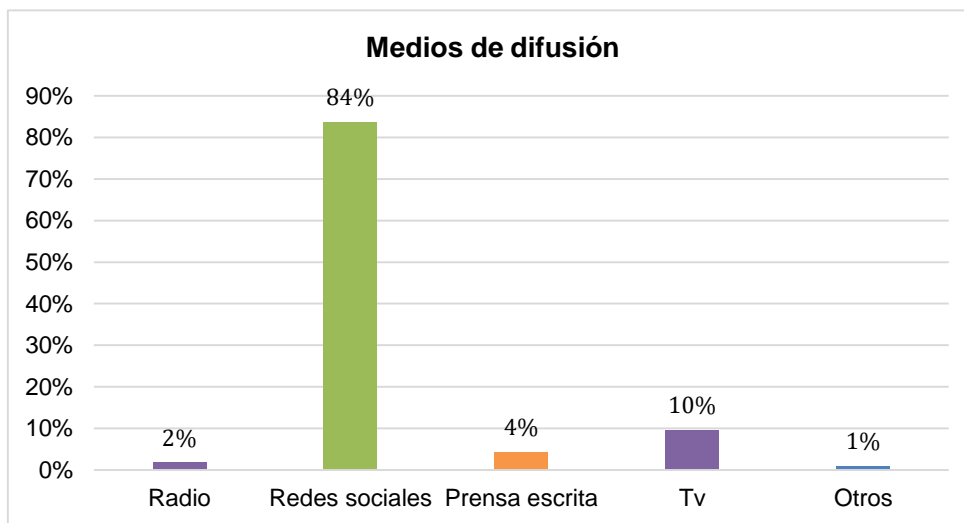


Figura 3.20

Fuente: Elaboración propia

A continuación se presenta un histograma, donde se muestra que el 84% de los encuestados prefieren informarse del evento a través de redes sociales, y un 10% se inclina por medios televisivos.

19. Indique el grado de importancia en los siguientes criterios, si asiste a una feria gastronómica.

Tabla 3.26 Tabulación de datos nivel de importancia.

	Ubicación	Calidad	Parqueo	Actividad	Limpieza	Seguridad
Muy importante	182	300	133	141	303	290
Importante	124	32	117	151	31	45
Neutro	32	10	74	48	12	11
Poco importante	14	14	25	14	8	10
Nada importante	5	1	8	3	3	1
Total	357	357	357	357	357	357

Fuente: Elaboración propia

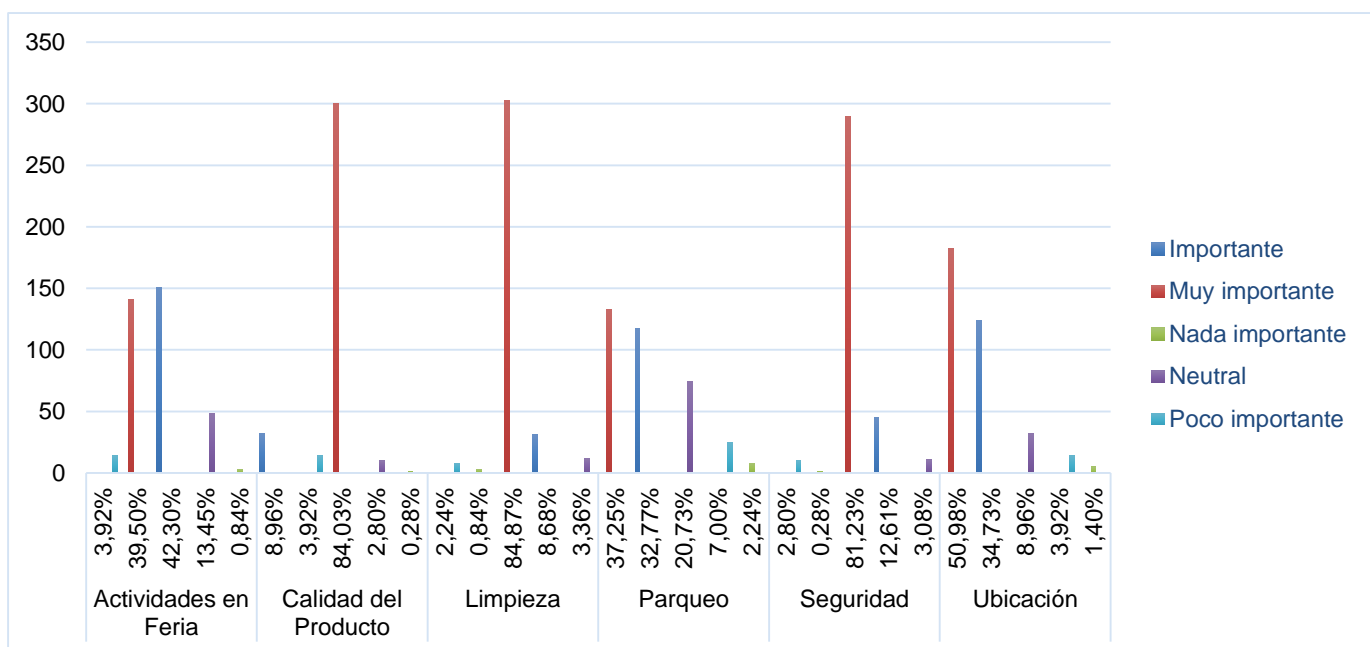


Figura 3.21

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente histograma se muestra el grado de consideración en cuanto a ciertos criterios. Dando como resultado que la limpieza tiene un alto grado de importancia con un 85%, seguido de calidad del producto con el 84%, y un 81% corresponde al manejo de seguridad dentro de la feria.

3.3 Análisis de Gastos

3.3.1 Desarrollo de la feria gastronómica en un espacio abierto

La feria gastronómica tendrá lugar en la explanada de la iglesia de San Luis frente al edificio del antiguo municipio del cantón Salinas, ya que presenta varios puntos a favor para el desarrollo de mencionado evento:

- Un lugar amplio que permite el emplazamiento adecuado de los restaurantes.
- Cuenta con una zona de estacionamiento.
- Posee un área que permite establecer al interior, un patio de comidas con un espacio para la elaboración de comida en vivo. Presentaciones artísticas que enlacen la degustación, compra y disfrute de los platos típicos.
- La explanada se sitúa en la calle malecón y av. de los almendros, que conecta las playas de Chipipe y Salinas.
- En materia de seguridad alimentaria y manejo de BPM (Buenas prácticas de manufactura) de una feria gastronómica al aire libre, no afectan el valor de riesgo sanitario si se cuenta con infraestructura y equipamiento al frío, lo cual está considerado y es un requisito que se ha manejado en eventos de feria desarrollados en años anteriores.
- De acuerdo con la encuesta que se realizó al público objetivo, existe un porcentaje alto del 59% que prefiere encontrar dentro de una feria actividades como la elaboración de un plato típico en vivo y un 55% de los encuestados realiza esta actividad en familia, donde se aprovecha la oportunidad de estar al aire libre y combinar el espacio con otras actividades.
- En época de feriados como el mes de noviembre es preciso enlazar un evento de feria gastronómica, aprovechando la afluencia de visitantes para su destino que es Sol y Playa.

3.3.2 Presupuesto de Gastos

Tabla 3.27 Cotización de implementos para el evento gastronómico.

GASTOS DE EVENTO GASTRONÓMICO				
Concepto	Colores/Detalles	Cantidad	Costo unitario	Costos totales
Alquiler de carpas	6x6 sin paredes	7	\$ 60,00	\$ 420,00
Alquiler de tarimas	Módulos de 2.40x1.20 en 40cm 60 cm de alto	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Alquiler equipos de sonido e iluminación	Amplificado, cables, micrófonos, tachos led.	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Alquiler de sillas plásticas	Sin apoya brazos	120	\$ 0,50	\$ 60,00
Instalaciones de agua		2	\$ 112,50	\$ 225,00
Instalaciones de luz		14	\$ 16,08	\$ 225,12
Alquiler de mesas plásticas cuadradas	Blancas	28	\$ 2,50	\$ 70,00
Alquiler mesas rectangulares	De 2.25x0.90	14	\$ 3,00	\$ 42,00
Alquiler baños químicos		4	\$ 112,50	\$ 450,00
Equipo de limpieza			\$ 129,00	\$ 129,00
Alquiler de mantelería	Mantel blanco rectangular de 3.55x2.20M	14	\$ 4,00	\$ 56,00
Logística para entrega y retiro		1	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL				\$ 2.447,12

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.28 Cotización de las actividades recreativas.

ACTIVIDAD RECREATIVAS				
Concepto	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Alquiler mobiliario de cocina	Demostración de cocina en vivo Cocina equipada	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Show artístico	Paquete de show artístico	1	\$ 700,00	\$ 500,00
Animador	3 horas de animación	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL				\$ 1.250,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.29 Cotización de las instalaciones de capacitación

INSTALACIONES DE CAPACITACIÓN				
Concepto	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Alquiler de aulas	4 meses alquiler	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Refrigerios	28 refiéreselo por día de clases	32	\$ 1,50	\$ 48,00
Marcadores		10	\$ 0,50	\$ 5,00
Resma de hojas	Talleres	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Esferos		28	\$ 0,25	\$ 7,00
Impresiones de material de capacitación	5 materias de capacitación	140	\$ 2,00	\$ 280,00
Certificados de aprobación		28	\$ 3,00	\$ 84,00
TOTAL				\$ 829,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.30 Cotización de la convocatoria.

CONVOCATORIA			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo total
Impresión de formato de inscripción	100	\$ 0,60	\$ 60,00
Combustible	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL			\$ 85,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.31 Cotización de publicidad.

PUBLICIDAD				
Concepto	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Costo total
Banner	Banner tipo X vinil 100x200 cm	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Banner	Pared de banner de vinil 300x600 cm	1	\$ 166,00	\$ 166,00
Agente publicitario	Paquete publicitario por los meses de publicidad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
MKT digital	Redes sociales anuncio diario / Facebook e Instagram	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Prensa escrita	Publicación de 29.6x8.22	1	\$ 1.783,00	\$ 1.783,00
TOTAL				\$ 2.644,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.32 Cotización de encuestas post-feria

ENCUESTAS POST-FERIA			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo total
Impresión de encuestas de demanda	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Impresión de encuestas oferta	14	\$ 0,60	\$ 8,40
TOTAL			\$ 98,40

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.33 Cotización de inauguración del evento.

INAUGURACIÓN				
Concepto	Detalles	Cantidad	Valor unitario	Costo total
Mesas rectangulares	2.25x0.90 m	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Sillas plásticas vestidas	Sin apoya brazos	6	\$ 0,50	\$ 3,00
Forro para sillas	Blanco	6	\$ 0,45	\$ 2,70
Lazos para sillas	Rojo	6	\$ 0,20	\$ 1,20
Botellas de agua		6	\$ 0,50	\$ 3,00
Invitaciones		6	\$ 4,50	\$ 27,00
TOTAL				\$ 58,90

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.34 Cotización de personal requerido

PERSONAL REQUERIDO PARA LA EJECUCIÓN DE LA FERIA					
Concepto	Número de puestos	Número de horas trabajadas	Detalle	Remuneración por persona	Remuneración total
Personal de montaje y desmontaje	3	10		\$ 126,67	\$ 380,01
Personal de staff	4	8		\$ 25,00	\$ 100,00
Capacitador	2	80	Costo de clases dictadas por hora \$30	\$ 2.400,00	\$ 4.800,00
Chef para demostración de cocina en vivo	1	4	Costo de cocina en vivo por hora \$50	\$ 160,00	\$ 160,00
Personal de información de encuestas post-feria	4	8		\$ 20,00	\$ 80,00
TOTAL					\$ 5.520,01

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.35 Cotización de presupuesto total de gastos.

PRESUPUESTO TOTAL DE GASTOS	
Concepto	Costo Total
Gasto de evento gastronómico	\$ 2.447,12
Actividades recreativas	\$ 1.250,00
Instalaciones de capacitación	\$ 829,00
Convocatoria	\$ 365,00
Publicidad	\$ 2.644,00
Post-feria	\$ 98,40
Inauguración	\$ 58,90
Personal (sueldos y salarios)	\$ 5.520,01
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 13.212,43

Fuente: Elaboración propia.

El valor obtenido del presupuesto de gastos, genera un monto total de \$ 13.212,43 valores que corresponden a toda una estructura de gastos que conlleva la implementación de una feria gastronómica en base al plan elaborado.

Sin embargo, la instancia del municipio de Salinas al ser una entidad pública tiene la autonomía y la capacidad de gestionar ciertos rubros que aportan de forma directa con varios gastos, lo que hace posible que el presupuesto sea mucho más bajo del cálculo planteado.

Esto se traduce en una forma de beneficio social que impacta de forma positiva para el sector gastronómico del cantón Salinas. A través de la gestión de sus diferentes departamentos con las facilidades para el desarrollo e implementación de una feria.

CAPÍTULO 4

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Durante el desarrollo de la propuesta se observó la importancia de aplicar una herramienta que mejore a futuro la implementación y ejecución ordenada de un evento gastronómico. Es representativo para la instancia del municipio, ya que en ediciones anteriores no ha existido una logística óptima que planifique y mejore, operativamente la gestión del municipio. Y que a la vez sirva para posicionar, rescatar y poner en valor el sector culinario del cantón.

4.1 Conclusiones

El presente estudio demuestra la importancia de enlazar el turismo de sol y playa con la gastronómica del sector, en el rescate y revitalización de platos emblemáticos de la zona, permitiendo dinamizar la economía para los propietarios de los establecimientos de restauración y el municipio del cantón.

Los resultados cualitativos evidencian información sobre los restaurantes que asistieron al evento gastronómico entre ellos: Una débil organización logística que maneja el municipio, poca publicidad en marketing digital. Existe interés por parte de los propietarios, pero no hay suficiente tiempo de antelación en las convocatorias para los restaurantes.

Sobre las preferencias de los turistas los resultados generan información relevante que demuestra la existencia de una potencial demanda para desarrollar una feria gastronómica. Así un 55% corresponde a grupos que viajan en familia y por ende hay mayor gasto de permanencia y consumo. Al visitar el cantón Salinas un gran porcentaje de la gente prefiere disfrutar de la playa y la gastronomía en un 77.6%.

Un 92% de los encuestados no ha escuchado sobre las ferias gastronómicas en años anteriores. Sin embargo, un 93% muestra un alto grado de interés para asistir a un evento culinario. Limpieza, calidad del producto y seguridad son los criterios mejor puntuados y

en orden de importancia, que los encuestados exigen al momento de asistir a una feria gastronómica.

Con estos resultados se ha obtenido información para generar un plan de feria gastronómica que oriente de forma técnica y organizada las etapas de un evento culinario. Mediante recursos didácticos que permitan al municipio y a los restaurantes mejorar su gestión dentro de la feria. Basado en cuatro fases de desarrollo e implementación

El proceso de la propuesta ha reflejado, que el municipio más allá de cumplir con la planificación, construcción y regulación de un cantón. Su labor también está enfocada en generar e implementar actividades de responsabilidad social y una de estas es, propender espacios como “ferias gastronómicas”; donde se profesionalicen a los propietarios de los restaurantes, se eleven los estándares de calidad y en conjunto se garantiza un mejor destino turístico a una demanda existente.

4.2 Recomendaciones

En un cantón tan extenso y rico en variedades culinarias es importante hacer énfasis en una buena gestión logística que permita potencializar su gastronomía enlazada a la oferta turística de sol y playa que presenta.

En ediciones futuras dentro de la feria gastronómica se debe establecer un sistema de rutas y circuitos que permitan integrar el conocimiento sobre toda la cadena de valor de un plato o un ingrediente específico. Generando identidad, y valor agregado al producto turístico gastronómico del cantón.

Implementar talleres y conversatorios gastronómicos paralelos dentro de la feria con una duración de 40 minutos; para incentivar y motivar la asistencia en la población local.

Es importante observar circunstancias políticas, sociales, ambientales y económicas que puedan incidir de manera directa o indirecta en la implementación de una feria, esto puede mejorar la gestión y evitar factores de riesgo en la organización del evento.

Se recomienda la ejecución de la feria gastronómica en temporada alta y feriados, de esta manera se aprovecharía la afluencia de visitantes y turistas al balneario, complementando la estancia junto a un evento culinario.

BIBLIOGRAFÍA

Manterola, C., & Otzen, T. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Recuperado el 14 de junio de 2018, de Scielo: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Matsumoto Nishizawa, R. (octubre de 2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

Pereira, Z. (02 de junio de 2011). *Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta*. Recuperado el 25 de junio de 2018, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/html/1941/194118804003/>

Agencia de Nacional de Regulacion, y. c. (agosto de 2015). *MANUAL DE PRÁCTICAS DE HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS EN RESTUARNTES/CAFETERÍA* . Recuperado el 20 de julio de 2018, de Agencia de Nacional de Regulación, y Control de Vigilancia Sanitaria: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/IE-E.2.2-EST-42-A1-Manual-de-Practicas-Correctas-de-Higiene.pdf>

Fernández Núñez, L. (07 de octubre de 2007). *¿Cómo analizar datos cualitativos?* Recuperado el 26 de junio de 2018, de Universitat de Barcelona: <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>

Fiera Internazionale Tartufo Bianco D'Alba. (2018). *Fiera Inaternazionale Tartufo Bianco D'Alba*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de <https://www.fieradeltartufo.org/fiera-del-tartufo/>

López Parra, M. (septiembre de 2013). *Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente*. Recuperado el 9 de junio de 2018, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

López, T., & Sánchez, C. (2012). *La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Cordoba*. Recuperado el 2 de junio de 2018, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88124507012>

Meléndez J.,Cañez De la Fuente G. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales*, vol. 17, 182-204. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v17nspe/v17nspea8.pdf>

Ministerio de Agricultura y Riesgo . (2016). *Reglamento y guía para la Organización en Ferias Agropecuarias en el ámbito de acción de AGRO RURAL* . Obtenido de Ministerio de Agricultura y Riesgo : http://sellomunicipal.midis.gob.pe/wp-content/uploads/2016/10/7_guia_ferias_midis_2016.pdf

Ministerio de Turismo. (20 de junio de 2013). *Ecuador, nominado a mejor destino gastronómico en los World Travel Awards*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-nominado-a-mejor-destino-gastronomico-en-los-world-travel-awards/>

Ministerio de Turismo. (s.f). *Noticias*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/?s=feria+gastronomica#>

Mistura. (2017). *Mistura Peru*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de Mistura: <http://mistura.pe/mistura2017/#Boletin>

Municipalidad de Villa el Salvador. (s.f). *NORMA SANITARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES*. Recuperado el 30 de julio de 2018, de Municipalidad de Villa el Salvador: http://www.munives.gob.pe/WebSite/informeta/NORMA%20SANITARIA%20PARA%20EL%20FUNCIONAMIENTO%20DE%20RESTAURANTES%20Y%20SERVICIOS%20AFINES%20%20RESOLUCION%20MINISTERIAL%20363-2005%20MINSAfunc_restaurantes.pdf

Noreña-Peña, A., Moreno, N. A., Rojas, J. G., & Malpica, D. M. R. (Diciembre de 2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 263-274. Recuperado el 16 de 08 de 2018, de <http://jbposgrado.org/icuali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>

Núñez Moscos, J. (junio de 2017). *LOS MÉTODOS MIXTOS EN LA INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN*. Recuperado el 18 de junio de 2018, de Scielo: <http://www.scielo.br/pdf/cp/v47n164/1980-5314-cp-47-164-00632.pdf>

Oktoberfest. (2018). *Oktoberfest*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de <https://www.oktoberfest.de/en/>

Oliveira, S. (mayo de 3 de 2011). *LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PROMARIO DE UN DESTINO. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal*. Recuperado el 2 de junio de 2018, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717583012>

Organización Panamericana de la Salud. (s.f). *Manual de Capacitación para la Manipulación de Alimentos*. Recuperado el 26 de julio de 2018, de Manual de: http://www.montevideo.gub.uy/sites/default/files/manualmanipuladoresdealimentosops-oms_0.pdf

Pelayo, M. (11 de julio de 2011). *La seguridad alimentaria en las ferias y mercados al aire libre*. Recuperado el 20 de julio de 2018, de Eroski Consumer: <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/sociedad-y-consumo/2011/07/21/201962.php>

Peréz Torres, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. (V. (Pontevedra), Ed.) Coruña, España: Ideas Propias Editorial S.L. Recuperado el 16 de 08 de 2018, de https://www.academia.edu/8910048/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_Pautas_para_Garantizar_la_Excelencia_en_el_Servicio

Pérez, E., & Medrano, L. (2010). *Análisis Factorial Exploratorio: Bases Conceptuales y Metodológica*. Recuperado el 25 de junio de 2018, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/html/3334/333427068006/>

Raices. (2014). *HUECAS DE GUAYAQUIL*. Obtenido de La Escuela de los Chefs Ecuador: http://www.isac.edu.ec/_documentos/file/actualizacion%20sep%202014/concurso-huecas--feria-raices.pdf

Raices. (2017). *COPA CULINARIA DEL ECUADOR 2017*. Obtenido de <http://www.raicesecuador.com/wp-content/uploads/2017/04/reglamento2017-copa-culinaria.pdf>

Raíces. (2018). *Raíces*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de Raíces: <http://www.raicesecuador.com/en-que-consiste/>

Raíces. (s.f). *Huecas de Guayaquil*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de Raíces: http://www.isac.edu.ec/_documentos/file/actualizacion%20sep%202014/concurso-huecas--feria-raices.pdf

Real Académica Española. (2018). *Real Académica Española*. Recuperado el 9 de junio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=WEAwwca>

Sagastume, M. (s.f). *MANUAL PARA ORGANIZADORES DE FERIAS*. Recuperado el 17 de junio de 2018, de <https://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

Salinas Alcaaldia. (2010). *Salinas Alcaaldia*. Recuperado el 13 de junio de 2018, de Salinas Alcaaldia Demografía: <http://www.salinas.gob.ec/index.php/salinas/demografia>

Salinas Alcaaldía. (s.f). *Salinas Alcaaldía*. Recuperado el 13 de junio de 2018, de Salinas Alcaaldia Historia: <http://www.salinas.gob.ec/index.php/salinas/historia>

Schlüter Regina, Ellul Daniela. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina Polo gastronómico Tomás Jofré. *PASOS REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL*, Vol.6(N 2), págs. 249-268. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_8.pdf

Tordera, N., Martínez-Tur, V., Caballer, A. (2015). Dimensiones De Calidad De Servicio En Hostelería. *Papers de turisme*. Recuperado el 16 de 08 de 2018, de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/298/255>

ANEXOS

Anexo A

Análisis de datos

Modelo de encuesta - análisis cuantitativo

Feria gastronómica en el cantón Salinas

Gracias por responder a esta encuesta.

Analizar la demanda sobre una feria gastronómica en el cantón Salinas, permitiendo el conocimiento del nivel de aceptación de un evento culinario y evaluando el grado de atractivo que presenta el sector gastronómico en el cantón.

1. Edad *

- 20 a 30 años
- 31 a 41 años
- 42 a 52 años
- 53 a 63 años
- Mas de 64

2. Género *

- Mujer
- Hombre

3. ¿Cuánto tiempo permanece en el cantón Salinas? *

- 1 día
- 2 días
- 3 a 4 días
- mas de 5 días

4. Su viaje lo realiza: *

- Solo
- En pareja
- Familia
- Amigos
- En grupo organizado

5. Medio de transporte que utiliza para visitar el cantón Salinas. *

- Auto propio
- Bus interprovincial
- Otra...

6. Promedio de gasto personal para visitar el cantón Salinas. *

- Menos de 20 dolares
- 20 a 40 dolares
- 40 a 60 dolares
- 60 a 80 dolares
- Mas de 100 dolares

7. Indique sus preferencias al visitar el cantón Salinas. *

Opción multiplique de 1 a 2 respuestas

- Playa
- Gastronomía
- Atractivos turísticos de la zona
- Programas y ferias (eventos programados)

8. Califique el grado de satisfacción de la gastronomía del sector *

- Excelente
- Bueno
- No satisfactorio
- Pésimo

9. ¿Ha ESCUCHADO sobre la feria gastronómica 2016 y/o 2017 que ha realizado el Municipio de Salinas?

- Sí
- No

10. Indique el medio de difusión por el que se enteró de la feria: *

- Radio
- Redes Sociales
- Prensa Escrita
- TV
- Recomendaciones de Amigos
- Otra...

11. ¿Ha participado de la feria Gastronómica 2016 y/o 2017 realizada en Salinas?

- Sí
- No

12. ¿Cuál fue su experiencia en la feria gastronómica de Salinas? *

- Excelente
- Bueno
- No satisfactorio
- Pésimo

13. ¿Asistiría a una feria gastronómica donde se aprecie la gastronomía del cantón Salinas?

- Sí
- No

14. ¿Indique el motivo por el que no asistiría ?

Texto de respuesta corta

15. Tipo de actividades que le gustaría encontrar en una Feria Gastronómica:

- Actividades recreativas
- Preparación de un plato típico
- Show musical
- Otra...

16. ¿Qué platos le interesaría degustar en una feria gastronómica de Salinas?

Opción múltiple de 1 a 2 respuestas

- Gastronomía del sector
- Gastronomía innovadora con productos del sector
- Gastronomía de otras provincias
- Gastronomía internacional

17. ¿Qué tiempo considera apropiado para una feria gastronómica?

- Un día
- Dos días
- Tres días

18. Medio de difusión por el cuál le gustaría enterarse de una feria gastronómica

- Radio
- Redes sociales
- Prensa escrita
- Tv
- Otra...

19. Indique el grado de importancia en los siguientes criterios, si asiste a una feria gastronómica.*

	Nada importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Ubicación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad del produ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parqueo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades dentr...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Modelo y ejemplo de encuesta realizada a propietario de restaurante - análisis cualitativo.

ENTREVISTAS PROYECTO TESIS: GASTRONOMIA SALINAS ENTREVISTADORES: Elizabeth Carrión - Nicole Quintero ENTREVISTA #1	
RESTAURANTE: LA LOJANITA	PROPIETARIO: NELLY GERRERO
<p>¿Ha participado en la feria gastronómica que organiza la municipalidad de Salinas? Si he participado los dos años que se realizaron y envié un delegado a la feria.</p> <p>¿Cuántos años tiene el negocio? Tiene 36 años.</p> <p>¿Qué tipo de clientes llegan a su local? Nacionales y extranjero, pero son más nacionales que extranjeros.</p> <p>¿Los platos típicos nacionales que usted ofrece cuáles son? Los ceviches, todo lo que son derivados del mar.</p> <p>¿Tiene algún plato de autoría propia? Se tiene la mandaran especial Lojanita, se tiene una página web donde se puede ver los platos ofrece el local www.cevicherialojanita.com , aquí témenos nuestro propios platos, las especialidades que hemos hecho como plato lejanita, bandera especial de maricos, estos son platos creados por nuestra propia empresa.</p> <p>¿Cuál fue su experiencia de haber participado en la feria gastronómica? Me pareció muy bien, pero le falta promoción al evento más que todo, también le falta más organización, según los delegados que estuvieron en la feria le faltaba organización.</p> <p>¿Cuándo usted participo en la feria si hubo gente? Más o menos.</p> <p>¿Les dieron instalaciones de tomas de agua y de luz? Si tuvimos tomas y si estuvieron bien.</p> <p>¿En el tema de la higiene como tachos de basura? En el segundo evento no hubo tantos tachos, nosotros como restante tuvimos que llevar todo.</p> <p>¿Ha recibido algún tipo de capacitación por parten del municipio? Si claro, el municipio nos capacita.</p> <p>¿Ustedes han asistido no a las capacitaciones? Nosotros no, mandamos a delegados.</p> <p>¿En qué tema se capacitan? En mantenimiento de alimentos, regulaciones todo eso.</p> <p>¿Cuáles es la mayor temporada de venta para ustedes? Aquí a dos temporadas el alta y la baja, alta que es la temporada de costa y ahora justamente ya empieza la temporada de la sierra. La última feria fue en temporada alta en semana santa y fue durante donde nosotros trabajamos full y nosotros no podemos dividir el personal, y decidimos que ya no íbamos a ir más a esa feria porque no nos alcanzamos en temporada. Si yo mando a 3 o 4 a la feria, ese empleado aquí me sirve, porque a veces nos faltan manos, y decidimos que en la próxima feria ya nos vamos a asistir por ese motivo.</p> <p>La próxima feria la están planteando en noviembre En noviembre puede ser que participemos, en un fin de semana normal.</p>	

¿Si fuera en el feriado de noviembre participaría?

Es imposible, cuando son feriados y temporadas altas nosotros no podemos y por experiencia, porque no conviene, lo que son feriados y temporada alta es imposible. No solo soy yo los demás compañeros se ponen en la misma situación.

¿En la explanada donde se realiza la feria cuenta todas las instalaciones?

Si.

¿Con cuánto tiempo de anticipación, la última vez le comunicaron sobre la feria?

Un mes de anticipación.

¿A ustedes los eligieron o ustedes decidieron participar?

Ellos vinieron acá a ofrecernos, y nosotros decidimos.

¿El municipio puso paramentos o requerimientos para que ustedes asistan a la feria?

Claro, teníamos que llevar banner, los alimentos, los utensilios y se utilizó platos desechables y vajilla para la exhibición de los productos.

¿Les han dado publicidad como restante?

Se publicitó como feria, pero no, como restaurante.

¿Actividades que se realizaron en la feria?

Dimos a conocer los platos que son creados por la empresa misma.

¿Según usted, ¿Qué considera que le falta a la feria?

Le falta promoción, publicidad eso es fundamental. Pero no publicidad aquí en la península, sino publicidad para el que viene como el extranjero, el guayaquileño, el quiteño y el cuencano, debe ser una promoción de prensa nacional como hace Manabí, promociona un canal de provincia, pero también tiene que verlo a nivel nacional, solo se promociona aquí.

Aquí le falta organización tanto del municipio como el de la empresa privada. Para mí lo importantes es la promoción y publicidad a nivel nacional.

Anexo B

Fotografías



Figura 22: Entrevista al restaurante “La Lojanita”

Fuente: Nicole Quintero, Elizabeth Carrión



Figura 23: Restaurante

Fuente: Nicole Quintero, Elizabeth Carrión



Figura 24: Entrevista al restaurante “Roberto”

Fuente: Elizabeth Carrión



Figura 25: Explanada de la Iglesia San Luis

Fuente: Elizabeth Carrión



Figura 26: Explanada de la antigua Municipalidad de Salinas

Fuente: Elizabeth Carrión



Figura 27: Validación con el Lcdo. Otto Laman

Fuente: Nicole Quintero, Elizabeth Carrión

Anexo C

Prototipo

Imagen de la portada del prototipo del plan logístico de una feria gastronómica.

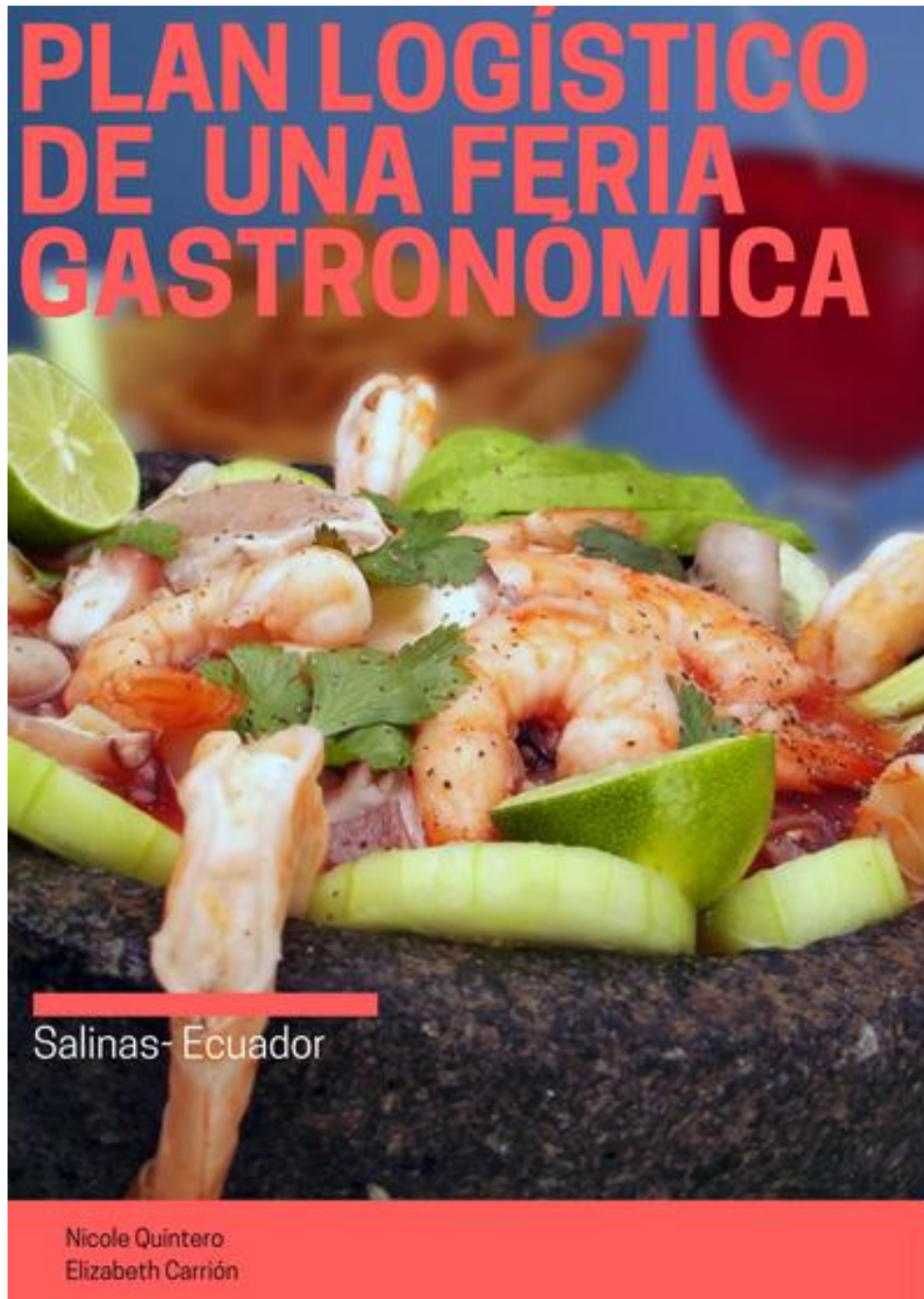
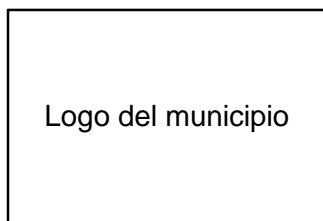


Figura 28: Portada del plan logístico
Fuente: Elaborado por Nicole Quintero

Formato de inscripción



FERIA GASTRONOMICA SALINAS - ECUADOR

FORMATO DE INSCRIPCIÓN FICHA PARA LA EVALUACION SANITARIA DE RESTAURANTES

DATOS DEL PROPIETARIO

DATOS DEL PROPIETARIO	
Apellido/s del propietario	
Nombre/s del propietario	
Domicilio	
Número de teléfono	
Número de celular	
E-mail	

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO	
Nombre del establecimiento	
Dirección	
Número de teléfono	
Tipo de platos y especialidades	
Capacidad de clientes	
Número de trabajadores	

Infraestructura							
Baños							
Mujeres		Hombre		Mixto		No tiene	
Condiciones del equipo de cocina							
Excelente		Bueno		Malo		Muy malo	
Condiciones del local							
Excelente		Bueno		Malo		Muy malo	
Mobiliario							
Excelente		Bueno		Malo		Muy malo	
Procedimiento y políticas							
Si				No			
Seguridad							
Guardias		Cámaras		Botón de pánico		Policía comunitaria	
*Colar una X en el criterio que corresponda							
Menú y Precios							
Coloque los platos que espera exponer en la Feria Gastronómica							
Nombre del Plato							Precio
1							
2							
3							
4							
5							

ANEXAR:
* COPIA DE CEDULA DEL PROPIETARIO Y/O PASAPORTE.
* CERTIFICADO DE CAPACITACIONES DICTADAS POR EL MUNICIPIO.
*COPIA DE LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Tabla 36 Ficha de inscripción de la feria gastronomía.

Fuente: Elaborado Elizabeth Carrión y Nicole Quintero

Ficha de coordinador

Comité	Presidente	Secretario
Comité de convocatoria y Evaluación		
Comité de finanzas		
Comité de publicidad y promoción		
Comité de capacitación		
Comité de gestión		

Tabla 37 Ficha de coordinador.

Fuente: Elaborado por Nicole Quintero

Modelo de Servqual



CUESTIONARIO DEL ESTADO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN DEL CANTÓN SALINAS MODELO SERVQUAL

Fecha

Responsable

En base a la observación e inspección del estado que se encuentra los restaurantes del cantón Salinas inscritos a la feria gastronómica, indique que medida se encuentra el establecimiento, cumple con los criterios de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Instrucciones:

1. Muy satisfactorio
2. Satisfactorio
3. Neutro
4. Insatisfecho
5. Muy insatisfecho

TANGIBILIDAD					
	1	2	3	4	5
Las instalaciones físicas del establecimiento son visualmente agradables.					
El área del comedor tiene suficiente mesas y sillas para que las persona puedan consumir sus alimentos.					
Las mesas y sillas están en buenas condiciones para su uso.					
El mobiliario de cocina presenta buenas condiciones.					
El personal de servicio vinculante tiene buena apariencia.					
La vajilla donde se sirven los alimentos está en buen estado.					
Los alimentos almacenados se encuentran en un lugar adecuado.					
FIABILIDAD					
Los ingredientes que se utilizan en lo platos son frescos.					
Utilizan utensilios que de cocina que lucen higiénicos.					
Los platos que se ven lucen exactamente como la publicidad visual.					

La cantidad de comida en el plato corresponde a lo que se pagó.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
Los empleados tienen la capacidad de decidir mediante una situación que se presente con el comensal.					
El tiempo de preparación de los platos está dentro del margen de tiempo de 5 a 7 minutos.					
Los empleados conocen acerca de lo menú y los ingredientes que contiene.					
Se encuentra capacitados para servir platos en horas pico.					
Los empleados ofrecen un servicio rápido y ágil al cliente.					
EMPATÍA					
La persona hace sentir cómodos a los visitantes y muestra amabilidad.					
El personal hace un esfuerzo extra por atender peticiones especiales la servir los platos.					
El personal conoce algún otro idioma parte de su lengua nativa.					
El personal tiene el conocimiento suficiente para atender las dudas de los usuarios.					
SEGURIDAD					
El establecimiento brinda garantías y confían respeto al manejo higiénico de los ingredientes y preparación de los platos.					
El establecimiento cuenta con sistemas de gestión y seguridad en casos de emergencia.					
Posee instalaciones para personas con capacidades especiales.					
El establecimiento paga sueldos y salarios justos a la persona que elabora en el local.					

Tabla 38 Ficha de evolución del modelo Servqual

Fuente: Elaboración propia

Ficha de calificación de Buenas Particas de Manufactura

FICHA PARA LA EVALUACION SANITARIA DE RESTAURANTES

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO: _____

RESPONSABLE DE LA FICHA: _____

NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO: _____

NO. DE MANIPULADORES DE ALIMENTOS: _____

PARAMETROS		3	2	1
1	UBICACIÓN			
	No hay fuente de contaminación en el entorno.			
2	DISEÑO Y CONDICIONES DEL ESTABLECIMIENTO			
	Lisos, impermeables y accesibles para limpiar.			
	Iluminación y ventilación (ambiente adecuado).			
3	RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO			
	Existe un área para recepción.			
	Existe un área para almacenamiento.			
	Se encuentra refrigerado (carne, pescados, lácteos y mariscos).			
	Se encuentran separados (cereales, semillas, harinas y otros).			
	Vajilla y otros.			
	Productos de limpieza.			
	Enlatados (sin óxido, pérdida de contenido, ni abolladuras).			
	Ausencia de sustancias químicas.			
	Rotación de stock.			
	Cuenta con anaqueles.			
	Los alimentos se encuentran almacenados entre 5 y 60 grados dependiendo de su naturaleza.			
	Se etiquetan los alimentos con fecha de vencimiento.			
	Se encuentran todos los alimentos debidamente tapados,			
	Alimentos secos debidamente tapados.			
4	PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS			
	Se preparan alimentos con agua potable.			
	Descongela los alimentos por agua potable o refrigeración.			
	Lava y se desinfecta verduras, frutas y hortalizas.			
	Aspecto limpio del aceite utilizado, sin olor a quemado, color ligeramente amarillo.			
	La cocción de carnes esta entre 71 grados sin interrupción de la misma.			
	La cocción de carne de cerdo en 74 grados.			

	La cocción de pescado esta en 60 grados.			
	La cocción de aves esta en 77 grados.			
	Existe contaminación cruzada en la refrigeración.			
	Existe contaminación cruzada en la preparación.			
	Existe contaminación cruzada en los utensilios a utiliza.			
	Sistema de recolección de aceites usados.			
5	EQUIPOS E INSTALACIONES			
	El diseño permite realizar las operaciones con higiene.			
	Pisos, paredes y techos en buen estado de conservación.			
	Campana extractora limpia y operativa.			
	Facilidades para el lavado de manos.			
	Se dispone de agua caliente y fría en la cocina.			
	Mantenimiento de las instalaciones y equipos.			
	Las áreas se encuentran divididas entre cocina caliente y cocina fría.			
	Adecuada conservación de equipos y utensilios de cocina.			
	Adecuada instalación (es) agua y luz.			
6	LIMPIEZA E HIGIENE			
	Presencia de animales domésticos u otro tipo de personal.			
	Limpieza y desinfección de vajillas, cubiertos y utensilios.			
	Óptimo secado y escurrido de los utensilios.			
	Tablas de picar inobservantes.			
	Limpieza y desinfección mesas de preparación de alimento.			
	Frecuencia de limpieza de pisos.			
	Ordenamiento y organización.			
7	CONDICIONES DEL PERSONAL			
	Realizan el proceso inicial de lavado de manos para manipular alimentos.			
	Disponen de toallas de papel para secarse las manos.			
	Utilizan malla o gorro para el cabello.			
	Utiliza zapato adecuado antideslizante.			
	Delantal impermeable.			
	Mantiene uñas cortas y sin pintar.			
8	CONTROL DE PLAGAS			
	Adecuado control y uso de plaguicidas.			
	Ausencia de insectos (arañas- moscas, cucarachas-hormigas).			
	Ausencia de roedores.			
	Usos de plaguicida autorizado por el ARCSA.			
9	MEDIDAS DE SEGURIDAD			
	Equipo control de incendios (extintores).			
	Adecuada instalación de gas.			
	Botiquín de primeros auxilios.			
	Seguridad en válvulas de gas.			
	Almacenamiento seguro de plaguicidas.			
10	DESAGUE			
	Canales y drenajes (rejillas y sumideros).			

11	RESIDUOS		
	Tachos de basura con doble funda y tapa.		
	Fuera del área de cocina.		
	Eliminación frecuente de residuos.		
	TOTAL DE LA PUNTUACIÓN		
	SUMA DE TODA LA PUNTUACIÓN		
	PORCENTAJE OBTENIDO		
	TOTAL DE PUNTAJE OBTENIDO (192 PUNTUACIÓN MÁXIMA 100%)		
	PORCENTAJE DEL PUNTAJE OBTENIDO		
	PUNTAJE		
	75% al 100%	Aceptable	
	51% al 74%	En proceso	
	Menos de 50%	No aceptable	

Tabla 39 Ficha de evaluación de Buenas Prácticas de Manufactura

Fuentes: Fuentes de puntuación por Norma Sanitaria para el Funcionamiento de Restaurantes y Servicios Afines (Municipalidad de Villa el Salvador, s.f).

Modelo digital de la feria gastronómica



Figura 29

Fuente: Elaborado por Nicole Quintero



Figura 30

Fuente: Elaborado por Nicole Quintero



Figura 31

Fuente: Elaborado por Nicole Quintero

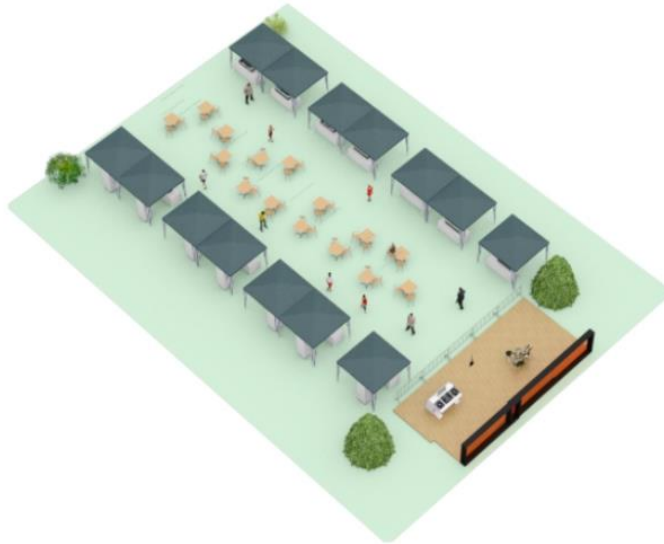


Figura 32

Fuente: Elaborado Nicole Quintero



Figura 33

Fuente: Elaborado Nicole Quintero



Figura 34

Fuente: Elaborado Nicole Quintero

RUBRICA DE LA PROPUESTA

Nombre del proyecto: Diseño de un plan de logística aplicado a la feria gastronómica del cantón Salinas- Ecuador
Integrantes : Elizabeth Carrón ; Nicole Quintero
Nombre del evaluador: Lcdo. Otto Laman
Tipo de empresa: Publica (Municipalidad de Salinas)
Fecha:

Instrucciones

¿Indique la medida que usted considera que se encuentra ubicado el prototipo presentado?

CRITERIOS	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	DESACUERDO	MUY EN DESACUERDO
La propuesta planteada es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución	✓			
Los resultados de la propuesta se basan en el aporte de usuarios (grupos de interés) y en el análisis de datos relevantes para el proyecto.	✓			
La propuesta es factible y consideraría implementarla	✓			
La propuesta es innovadora	✓			
La implementación de la propuesta aportaría a la sociedad	✓			



 Firma del usuario