



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN
LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO

PARRA PRADO ABRAHAM ISAIAS
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR
RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA
DE EL ORO

PARRA PRADO ABRAHAM ISAIAS
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

TRABAJO TITULACIÓN
PROYECTO INTEGRADOR

RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD
DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO

PARRA PRADO ABRAHAM ISAIAS
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

CASTILLO FLORES RAQUEL

MACHALA, 23 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
2020

REVISIÓN PROYECTO INTEGRADOR

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE
INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

scielo.sld.cu

Fuente de Internet

1%

2

www.clubensayos.com

Fuente de Internet

1%

3

www.scielo.org.ve

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 20 words

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, PARRA PRADO ABRAHAM ISAIAS, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

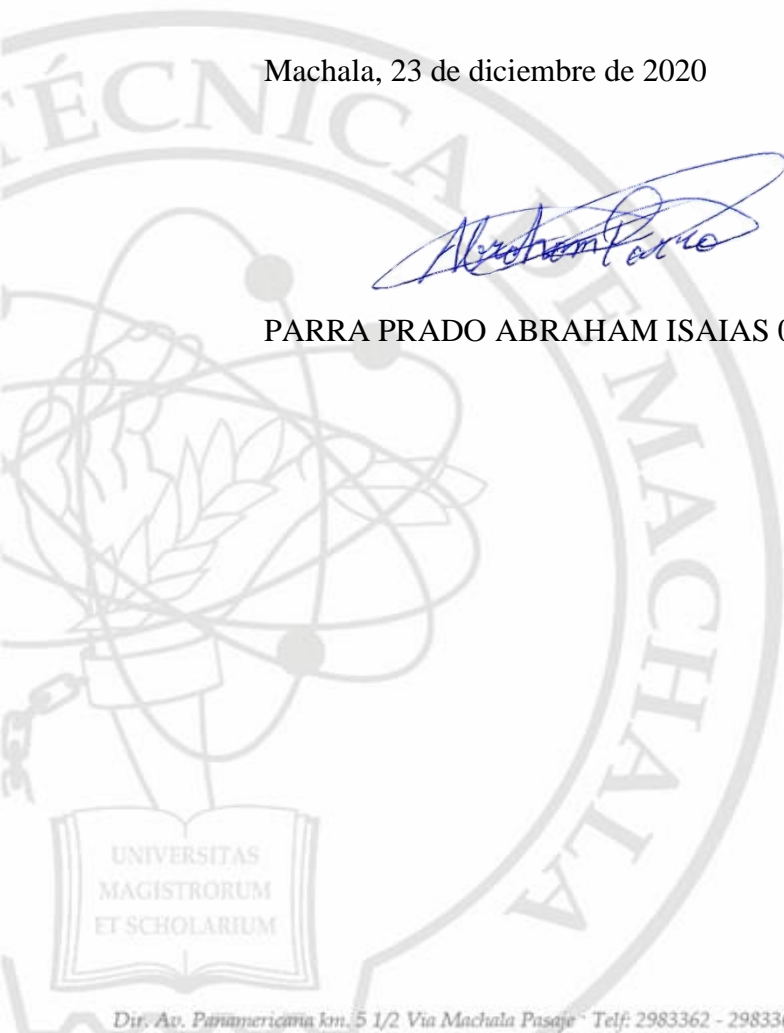
El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 23 de diciembre de 2020



PARRA PRADO ABRAHAM ISAIAS 0705622181



Nota de aceptación:


Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



CASTILLO FLORES RAQUEL
0703747881
TUTOR - ESPECIALISTA 1



LAZO SERRANO CARMEN ARLENE
0703017780
ESPECIALISTA 2



BASTIDAS ANDRADE MARÍA ISABEL
0703935106
ESPECIALISTA 3

Machala, 23 de diciembre de 2020

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico a toda mi familia, amigos, y a una persona en especial de las iniciales M.G, quienes de un u otra manera me han apoyado a la largo de mi vida universitaria. A todos mis maestros por sus enseñanzas desde mis inicios en la escuela primaria hasta la universidad, que sin sus conocimientos impartidos no hubiera logrado todo lo que he aprendido.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud eterna con Dios, por ser la guía en mi vida, mi familia, quienes me apoyaron a lo largo de mi carrera hasta el último momento al igual que mis amigos de la universidad, con quienes compartí tan bellos momentos. Así mismo mi agradecimiento a mi tutora la Lic. Raquel Castillo Flores, por haberme guiado en el proceso como tutora y su compromiso con mi trabajo de titulación, todo lo que me enseñó me sirvió de mucho para el enfoque de investigación científica de mi trabajo.

RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO

AUTOR:

ABRAHAM ISAÍAS PARRA PRADO

TUTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

LIC. RAQUEL CASTILLO FLORES, MGS

RESUMEN

Los restaurantes son un modelo de negocios mediante los cuales se obtiene ingresos a través del servicio de la alimentación. Actualmente el servicio de la alimentación ha tenido una gran evolución con respecto a sus inicios, debido al cambio de los tiempos y al surgimiento de ideas innovadoras para mejorar un servicio o producto. En la actualidad el sector de la restauración está viviendo épocas como bien lo cuenta la historia en relación a lo que se está viviendo actualmente puesto que la pandemia actual COVID19 originaria de China, en Wuhan ha dejado muchas pérdidas económicas en el sector de la restauración. En lo referente de la gastronomía se es bien conocido que mediante el servicio de la alimentación se puede mostrar el patrimonio gastronómico de una localidad. Bajo el contexto de la restauración y sus distintas tipologías se desarrolla la temática: RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO. La ciudad de Machala siempre ha sido un símbolo del turismo de negocios en la provincia, así como la ubicación de su infraestructura y la ubicación de importantes eventos en la provincia de El Oro, convirtiéndola en un destino de la gastronomía costera del país. Teniendo como objetivo la reactivación del turismo en la ciudad de Machala, garantizando lugares que cuenten con los respectivos protocolos de bioseguridad para que brinden el mejor servicio a sus clientes. Esto debe considerarse en contexto para definir estrategias pospandémicas que ayudarán a las empresas de alimentos y bebidas. Por lo cual este estudio se basó en el objetivo de la investigación, considerando a los factores involucrados, así como los resultados obtenidos para la elaboración de una propuesta de valor tomando en cuenta su factibilidad en el enfoque económico, ambiental, y social en cuanto a las técnicas que

requiera su implementación, para lo cual se utilizó como referencia el consolidado nacional de establecimientos de alimentos y bebidas que da un total de 179 de ellos en la ciudad de Machala pertenecientes a la categoría restaurante de lo que se utilizó una muestra aleatoria de 123 establecimientos para realizar una encuesta que permita identificar la realidad de dichos establecimientos con el fin de obtener información verídica que sirva para la formulación de la propuesta. Teniendo como objetivo general “identificar los principales retos en la reactivación de la restauración categoría restaurantes post covid-19 mediante un análisis cualitativo descriptivo para la implementación protocolos de bioseguridad”. En este estudio, se planea establecer una nueva pauta sobre cómo se deben operar los restaurantes durante la crisis de salud del COVID-19, lo que ha provocado que los ingresos de la industria del turismo caigan a un nivel alarmante y se haya despedido personal por los desequilibrios económicos que se afronta. Por ello, cada restaurante deberá contar con un manual de bioseguridad que permita informar y capacitar a cada empleado de cómo debe operar de diversas áreas de su trabajo. Los restaurantes son el principal complemento de la oferta gastronómica de una localidad, y representan la mayor fuente de ingresos de este sector turístico.

PALABRAS CLAVE: Restaurante, Bioseguridad, Turismo, Servicio, Gastronomía, Pandemia, Reinventarse.

CHALLENGES FOR THE REACTIVATION OF THE RESTORATION SECTOR IN THE CITY OF MACHALA PROVINCE OF EL ORO

AUTHOR:

ABRAHAM ISAÍAS PARRA PRADO

DEGREE WORK TUTOR:

LIC. RAQUEL CASTILLO FLORES, MGS

SUMMARY

Restaurants are a business model through which income is obtained through food service. Currently, the food service has had a great evolution compared to its beginnings, due to the change of times and the emergence of innovative ideas to improve a service or product. At present, the restaurant sector is experiencing times as history tells us in relation to what is currently being experienced since the current COVID19 pandemic originating in China, in Wuhan has left many economic losses in the catering sector. With regard to gastronomy, it is well known that through the food service the gastronomic heritage of a town can be shown. Under the context of restoration and its different types, the theme is developed: CHALLENGES FOR THE REACTIVATION OF THE RESTORATION SECTOR IN THE CITY OF MACHALA PROVINCE OF EL ORO. The city of Machala has always been a symbol of business tourism in the province, as well as the location of its infrastructure and the location of important events in the province of El Oro, making it a destination for coastal gastronomy in the country. Aiming at the reactivation of tourism in the city of Machala, guaranteeing places that have the respective biosafety protocols so that they provide the best service to their clients. This must be considered in context to define post-pandemic strategies that will help food and beverage companies. Therefore this study was based on the objective of the research, With the general objective of “identifying the main challenges in the reactivation of post-covid-19 restaurant category restoration through a descriptive qualitative analysis for the implementation of biosafety protocols”. In this study, it is planned to set a new guideline on how restaurants should be operated during the COVID-19 health crisis, which has caused the tourism industry revenue to fall to an alarming level and staff have been laid off for the economic

imbalances being faced. Therefore, each restaurant must have a biosafety manual that allows each employee to be informed and trained on how to operate in various areas of their work. Restaurants are the main complement to the gastronomic offer of a town, and represent the largest source of income for this tourism sector.

KEYWORDS: Restaurant, Biosecurity, Tourism, Service, Gastronomy, Pandemic, Reinventing yourself.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO.	11
CONCEPCIONES	11
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DIAGNÓSTICO.	14
ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y DESARROLLO DE LA MATRIZ DE REQUERIMIENTOS.	17
PROBLEMATIZACIÓN	17
PLANTEAMIENTO	17
SELECCIÓN DE REQUERIMIENTO A INTERVENIR:	18
JUSTIFICACIÓN.....	18
CAPÍTULO II. PROPUESTA INTEGRADORA.	19
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	19
FUNDAMENTACION TEORICA DE LA PRPUESTA	19
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.	24
OBJETIVO GENERAL.....	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
COMPONENTES ESTRUCTURALES.	24
FASES DE IMPLEMENTACIÓN.	25
RECURSO LOGÍSTICO.	30
CAPITULO III Valoración de la factibilidad.	32
ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN TÉCNICA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.	32
ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.	32
ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN SOCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.	33
ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.	33
CONCLUSIONES	34
RECOMENDACIONES.....	34
BIBLIOGRAFÍA	36
ENCUESTAS.....	39

Tabla 1 Fuente: Google Maps	24
Tabla 2 Elaborado por: Autor	26
Tabla 3 Fuente: (MINISTERIO DE TURISMO, 2020):	30
Tabla 4 Elaborado por: Autor	30
Tabla 5 Elaborado por: Autor	31
Tabla 6 Elaborado por: Autor	39
Tabla 7 Elaborado por: Autor	39
Tabla 8 Elaborado por: Autor	40
Tabla 9 Elaborado por: Autor	41
Tabla 10 Elaborado por: Autor	42
Tabla 11 Elaborado por: Autor	42
Tabla 12 Elaborado por: Autor	43
Tabla 13 Elaborado por: Autor	44
Ilustración 1 Elaborado por: Autor	39
Ilustración 2 Elaborado por: Autor	40
Ilustración 3 Elaborado por: Autor	41
Ilustración 4 Elaborado por: Autor	41
Ilustración 5 Elaborado por: Autor	42
Ilustración 6 Elaborado por: Autor	43
Ilustración 7 Elaborado por: Autor	44
Ilustración 8 Elaborado por: Autor	45

INTRODUCCIÓN

Los restaurantes son un modelo de negocios mediante los cuales se obtiene ingresos a través del servicio de la alimentación, lo que genera una gran demanda por parte de la población, este tipo de actividad ha llevado a muchos establecimientos a ser reconocidos a nivel mundial, sin embargo, durante la pandemia covid-19 la actividad de restauración al igual que otras dentro del sector turístico y demás sectores se ha visto afectada en el aspecto económico, resultado de esto es como varios negocios han tenido de declararse en quiebra al no poderlos mantener activos y así mismo la disminución y pérdida del empleo.

No obstante, muchos negocios han logrado reactivarse, aunque ya no pueden recibir a sus clientes como antes, optando por el servicio a domicilio, que les ha permitido mantener a flote su negocio, mientras que otros han implementado medidas de bioseguridad que brinden a los comensales la seguridad que hoy en día es lo que se observa por parte de los mismos.

Bajo el contexto de la restauración y sus distintas tipologías se desarrolla la temática: **RETOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DE EL ORO**. Teniendo como objetivo la reactivación del turismo en la ciudad de Machala, garantizando lugares que cuenten con los respectivos protocolos de bioseguridad para que brinden el mejor servicio a sus clientes.

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO.

CONCEPCIONES

Actualmente en el sector de la restauración de la ciudad de Machala existen distintos establecimientos clasificados por categorías entre ellos restaurantes, cafeterías, bares, discotecas, establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering, donde la alta oferta segmentada al igual que la demanda permite que este sector se vuelva accesible para los comensales y crear un grado de satisfacción, pues el costo-beneficio son elementos importantes a considerarse para satisfacer de manera efectiva a quienes acuden o realizan pedidos a domicilio.

En el blog del restaurante (ABADES TRIANA, 2016) ubicado en Sevilla España se cuenta que antiguamente existían tabernas, posadas y mesones, así como lugares públicos en donde los viajeros podían reposar, alimentarse y beber cuando lo requerían. Cabe mencionar que estos espacios carecían de mesas individuales, mantelería, vajilla y una carta que contenga la variedad de comidas para ofrecer, ya que en ese entonces lo que se utilizaba era muy básico.

Actualmente el servicio de la alimentación ha tenido una gran evolución con respecto a sus inicios, debido al cambio de los tiempos y al surgimiento de ideas innovadoras para mejorar un servicio o producto. Llevando a los restauranteros a implementar calidad, cocina de autor (elaboración de platos tradicionales mediante técnicas de cocina como la molecular, el uso de nitrógeno, etc.), implementación de cartas atractivas al igual que alinearse a las nuevas tendencias de alimentación como las que están en boga (la comida vegana, la cocina vivencial, y otras), así mismo la incorporación del servicio de delivery donde se trata de que el comensal se sienta como que esta que está en el lugar.

Para (Vásquez Salles, 2018) en una publicación de el diario La Vanguardia en el espacio “comer” explica la historia de los restaurantes de como las fondas o posadas poseen un origen vetusto, puesto que, a mediados del siglo XVIII, inicio el surgimiento de locales bajo un concepto de modernidad a lo

tenía que ser un establecimiento dedicado a dar cobijo para los comensales que quieran disfrutar de una comida sin prisas: mesas separadas.

Este hecho dio grandes giros como consecuencia de la evolución en el servicio de la alimentación como se lo menciono anteriormente.

Sin embargo, para (Quesada Rettschlag, 2018) “los establecimientos que responden al concepto actual de restaurante no hicieron su aparición hasta el siglo XVIII, generando una incógnita con relación a cuál fue el primero de ellos”.

Lo que guarda relevancia es que la aparición de restaurantes, con productos que los van posesionando en un mercado, donde el éxito de estos radica en un modelo de negocio reflejado en las ganancias de quienes apostaban a este tipo de emprendimientos.

La evolución y retos que han tenido que afrontar los restaurantes a lo largo de la historia se ha presentado también durante las pandemias. Recapitulando la historia, se puede verificar como este periodo llevo al mejoramiento en la preparación de alimentos. En vista a que se debía brindar alimentos que alivien los malestares que padecían las personas, así como también los alimentos que recetaban los médicos en esa época.

El sector de la restauración está viviendo épocas críticas, y en relación a lo que se está viviendo actualmente por la pandemia actual originaria de China, en Wuhan, se trata según (Pinilla, Caicedo, Castro, & Fuentes, 2020) de “un síndrome respiratorio agudo severo o grave 2 (Severe Respiratory Acute Síndrome 2, SARS-CoV-2) es un beta-coronavirus que se transmite de persona a persona, a través de aerosoles generados por tos o estornudos, o por el contacto directo a través de las superficies mucosas, y afecta principalmente el sistema respiratorio”.

Acrecentando otra pandemia a nivel económico donde la ONU, OMS, OMT buscan de formas aceleradas la reactivación no solo de este sector sino del resto de sectores que representan la mayor cantidad de ingresos a nivel mundial, por ello nacen las iniciativas en los distintos países para impulsar invertir en la educación de aprender a vivir con esta nueva realidad, al igual que todos aquellos protocolos de bioseguridad desarrollados.

La (Organización Mundial de la Salud (OMS); Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (ONUAA, FAO), 2020) afirman que, “es muy poco probable que la COVID-19 se transmita a través de los alimentos o de envases de productos alimenticios”, sin embargo, su transmisión si se puede dar al entrar en contacto con personas infectadas, así como mediante las vías de contagio aéreas.

En lo referente de la gastronomía y su relación con el turismo se es bien conocido que mediante el servicio de la alimentación se puede mostrar el patrimonio gastronómico de una localidad, para (Lopez, Di-Clemente, & Hernández, 2015), “el turismo gastronómico representa una tipología turística que, a través de la valorización de los recursos culinarios locales, expresa autenticidad, espectacularidad, sensorialidad, erudición del consumidor, experiencias y coproducción del servicio”. Esto le agrega valor a la ciudad, permitiendo que los turistas disfruten mejor de su patrimonio gastronómico como producto turístico. Para (Hernandez & Dancausa, 2018) el turismo gastronómico se define como “el viaje que realizan las personas, en su tiempo de ocio, a un lugar diferente de su lugar de residencia con el objetivo de conocer, y probar la gastronomía de ese lugar, así como las actividades relacionadas con ella”.

Sin duda, habrá muchas transformaciones en aspectos relacionados con el patrimonio gastronómico, porque es un campo en constante cambio, tal como lo afirma (Medina, 2017) quien menciona que “en relación con las producciones alimentarias, la noción de patrimonio plantea cuestiones más complejas, ya que se trata de un patrimonio vivo, cambiante, en constante evolución, con toda la problemática que ello implica en su gestión y mantenimiento”. Esto plantea un nuevo desafío para la industria alimentaria, que ha experimentado una transformación e innovación continuas, lo que conducirá reinventarse con nuevas tendencias en la industria alimentaria.

Para (Acle, Santos, & Herrera, 2020) “la gastronomía de un sitio se convierte en un elemento clave para el posible retorno de un turista, con el objetivo específico de deleitar platillos que plasman la cultura de un lugar”. Se viene una nueva era, y en esta nueva era se deben fijar nuevos objetivos y cambiar de enfoque para buscar la garantía de entrega de productos de calidad, no obstante, esto representa muchos retos para los dueños de los establecimientos, dado a que los pequeños

emprendedores tendrán un camino difícil para reinventar sus establecimientos para promocionar nuevos productos.

Sin embargo, promocionar nuevos productos es siempre un desafío porque requiere todo el trabajo, especialmente en una industria donde las tendencias y los métodos cambian constantemente, lo que puede marcar una nueva clasificación de todos los factores que influyen. De acuerdo con (Llano, 2017), “más allá de los esfuerzos políticos asociados a la consolidación de un turismo alimentario desde espacios geográficos y regiones alimentarias específicas, su difusión está directamente relacionada con el posicionamiento de las culturas tradicionales ricas en historia y acopio gastronómico”. Para remodelar la industria del turismo, no solo es necesario determinar qué estrategia adoptar, sino también cómo adaptarse a las nuevas tendencias en la región.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DIAGNÓSTICO.

El proceso de la identificación del objeto de estudio se basó en el objetivo de la investigación, considerando a los factores involucrados, así como los resultados obtenidos para la elaboración de una propuesta de valor tomando en cuenta su factibilidad en el enfoque económico, ambiental, y social en cuanto a las técnicas que requiera su implementación. Por ello se presente el resultado de la investigación de los restaurantes de la ciudad de Machala, para lo cual se utilizó como referencia el consolidado nacional de establecimientos de alimentos y bebidas que da un total de 179 de ellos pertenecientes a la categoría restaurante de lo que se utilizó una muestra aleatoria de 123 establecimientos para realizar una encuesta que permita identificar la realidad de dichos establecimientos con el fin de obtener información verídica que sirva para la formulación de la propuesta.

La ciudad de Machala se encuentra en la parte baja cercana al golfo de Guayaquil del Océano Pacífico, ubicándose al occidente del archipiélago de Jambelí, con una altura que va desde 0 a 12 metros de elevación sobre el nivel del mar, ocupando una superficie de alrededor de 40 km², goza de varios elementos llamativos que la hacen ser una ciudad reconocida a nivel mundial, como lo es su reconocimiento como capital

bananera del mundo, así como también su gastronomía rica en mariscos y derivados del banano.

Esto da la pauta para investigación y seguimiento de los procesos implementados en los diferentes campos de estudio, y en caso de la gastronomía, se obtiene varios enfoques por lo que conlleva a una amplia consideración de los factores más importantes de este campo. Para (Fernández, Belema, Reyes, & Aguilera, 2017) “el turismo gastronómico se ha posicionado como uno de los principales métodos turísticos por su dinámica y creatividad, pero para su exitoso desarrollo, la gestión de la región debe poder participar en todo el sector que la conforma”. Convirtiéndose en el apoyo de nuevos negocios de emprendimiento, con el fin de buscar el desarrollo continuo y la mejora continua.

Como herramienta de investigación directa, se utilizó la encuesta, donde el 100% afirma un gran impacto por la crisis sanitaria, el cual ha sido muy grande en la industria turística, lo que significa que ha sufrido enormes pérdidas. Por otra parte, el 47% de los restaurantes afirma que haber estado poco preparado para afrontar la crisis sanitaria actual, mientras que el 29% demostró estar mejor preparado, esto como resultado de la constante capacitación que recibe el personal, mientras que el 24% demostró lo contrario al no estar preparados para un escenario así. Para el 55% la crisis económica representa el mayor reto a enfrentar, producto del nuevo estilo de vida que llevara ahora la sociedad, lo cual refleja dudas en muchos propietarios de restaurantes que aun luchan por mantener su negocio en funcionamiento.

Por otra parte, el 35% la crisis sanitaria representa el mayor reto a superar debido a que no todos se sienten seguros para adaptarse a un nuevo estilo de vida, mientras que para el 10% la crisis política representa un gran reto en base a las nuevas políticas y normas de funcionamiento que se implementarán, lo cual genera tensión en los propietarios. El 67% capacita a los empleados con mucha frecuencia, lo que demuestra que son capaces de operar a pesar de la crisis que está padeciendo el mundo, mientras que, el 33% restante de los restaurantes también ha realizado capacitaciones, pero rara vez lo hacen, lo que demuestra que Esto se debe a un mayor trabajo en esta industria para garantizar que todos los restaurantes puedan brindar el 100% del mejor servicio.

Un 84% afirma que el mayor reto será reinventarse para poder seguir ofertando un servicio en el que se involucran muchas personas, desde quienes cultivan y preparan los alimentos hasta quienes los consumen al final, por ello en referencia lo que mencionan (Salazar & Burbano, 2017) “para comprender cómo la experiencia puede jugar un papel importante en la provisión de restaurantes o fuentes de soda, es necesario explicar que este impacto se genera por la interacción entre los clientes y los trabajadores de la empresa”. Lo cual demuestra la importancia de una constante capacitación del personal.

(Llor, Alonso, & Pérez, 2018) explican que, “el continuo crecimiento del turismo en el escenario mundial también ha tenido un impacto en Ecuador. A esto se suman su oferta cultural y gastronómica, siendo complementos indispensables del producto turístico de una localidad”.

Este escenario sin precedentes demuestra que a pesar del gran impacto que ha recibido este sector de la industria turística, es un sector que puede reinventarse adaptándose a los cambios, justo por ser un sector que vive en constante evolución buscando nuevas y mejores técnicas que sean innovadores en la prestación de servicios de alimentación. Así lo afirman (Robalino, Rivadeneira, Moreno, & Fierro, 2020) concluyen en que, la gastronomía manejada de forma adecuada, manteniendo los niveles de calidad de la oferta de platos y la calidad de servicio se constituye en un elemento promocional importante que por sus características de experiencia sensorial es capaz de potenciar el destino. Por ello los destinos turísticos dependen de su oferta gastronómica, y cuando esta es rica en significado patrimonial para la población local, se convierte en un producto turístico que puede ser aprovechado para la generación de ingresos mediante la oferta.

Para (Prieto & Triana, 2019) “el turismo gastronómico permite producir un impacto económico, ya que la experiencia gastronómica y culinaria va irremediablemente unida a la sociocultural y permite que otras actividades emerjan a partir del turismo gastronómico”. Por tal motivo, requiere de vital importancia reactivar el sector gastronómico y evitar que se debilite y genere más pérdidas económicas.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y DESARROLLO DE LA MATRIZ DE REQUERIMIENTOS.

PROBLEMATIZACIÓN

PLANTEAMIENTO

La ciudad de Machala siempre ha sido un símbolo del turismo de negocios en la provincia, así como la ubicación de su infraestructura y la ubicación de importantes eventos en la provincia de El Oro, convirtiéndola en un destino de la gastronomía costera del país. De igual forma, existen algunos factores negativos, pero en la actualidad este es incomparable con la emergencia sanitaria "Covid-19" que se vive, pues el abastecimiento de alimentos de la ciudad sufrió las mismas consecuencias, resultando en el cierre parcial de los principales restaurantes de la ciudad. Esto debe

analizarse en contexto para definir estrategias pospandémicas que ayudarán a las empresas de alimentos y bebidas.

¿Cómo propagar la oferta gastronómica de la provincia a través de la ciudad de Machala?

¿Cómo vincular el turismo y la oferta gastronómica de la ciudad?

¿Están capacitados para una correcta manipulación de alimento el personal de los restaurantes?

¿Se puede realizar charlas de concientización y bioseguridad que ayuden a evitar la propagación de covid19 en los restaurantes?

¿Está capacitado el personal para poder ofertar servicio en tiempos de pandemia?

¿Es posible incentivar la visita a los restaurantes ofreciendo protocolos de bioseguridad tanto para el personal como para los clientes?

MATRIZ FODA-DAFO

Esta matriz permitirá ordenar información sobre las fortalezas existentes, así como las debilidades del objeto de estudio, en este caso, restaurantes en la ciudad de Machala. Desde la perspectiva externa del entorno, tienen oportunidades, amenazas relacionadas con la competencia y fenómenos inesperados incontrolables.

A continuación, se muestra la matriz FODA-DAFO que presentan los restaurantes de la ciudad de Machala:

- Excelente oferta gastronómica
- Ubicación en ciudad estratégica para turismo de negocios
- Existencia de establecimientos temáticos
- Personal capacitado

OPORTUNIDADES

- Feriados y fines de semana
- Modernidad de la ciudad
- Lugares turísticos cercanos

DEBILIDADES

- Competencia de otras ciudades como destino gastronómico
- Administración no preparada para una crisis sanitaria
- Presupuestos limitados
- Cambios frecuentes de personal

AMENAZAS

- Inseguridad de los clientes por la crisis sanitaria
- Pocos inversionistas interesados
- Emprendimientos con nuevas temáticas

SELECCIÓN DE REQUERIMIENTO A INTERVENIR: JUSTIFICACIÓN.

En este estudio, se planea establecer una nueva pauta sobre cómo se deben operar los restaurantes durante la crisis de salud del COVID-19, lo que ha provocado pérdidas a un nivel alarmante y se ha despedido personal por los desequilibrios económicos que se afronta. El realizar este tipo de investigaciones genera información científica.

Para los autores (Hernández, Tamayo, Castro , & Muñoz, 2016):

Todo se relaciona con la parte científica: desde la mejora de insumos (hibridación de productos, manipulación genética), la innovación en técnicas y procesos (rápidos, económicos y novedosos) hasta la originalidad en la presentación (colores, performances) e incluso el desarrollo del gusto (cambios físicos y químicos en olores, sabores, vista)

Buscando nuevas alternativas para lograr una mejor atención incentivando los mejores protocolos de bioseguridad que permitan continuar con la razón de ser de este tipo de negocios para el sano y seguro disfrute de los comensales se busca garantizar una reapertura segura. Esto permitirá que la industria del turismo obtenga una recuperación correcta y confiable que ayudará a evitar la propagación del covid19 durante la interacción dentro de los establecimientos.

CAPÍTULO II. PROPUESTA INTEGRADORA.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

FUNDAMENTACION TEORICA DE LA PRPUESTA

Los restaurantes son el pilar fundamental de los servicios de alimentación en los destinos turísticos y, por tanto, una fuente de ingresos sostenible, que puede ayudar al desarrollo local y convertirlo en un alimento básico reconocido. Bajo esta circunstancia, se realiza la siguiente sugerencia, titulada:

"Diseño de un protocolo de bioseguridad para los restaurantes de la ciudad de Machala en respuesta a la crisis sanitaria de Covid19"

El protocolo de bioseguridad pretende ser una herramienta que permita a los restaurantes operar bajo un estricto control para salvaguardar la salud integra de los empleados y comensales, lo cual permitirá seguir dando a conocer la gastronomía de la ciudad de Machala.

(Loureiro & Carvalho, 2020) mencionan que, "la pandemia de COVID-19, por el nuevo coronavirus (SARS-CoV-2), se ha convertido en uno de los mayores desafíos sanitarios en escala global de este siglo". Esta no es la única pandemia que enfrenta la humanidad, la cual, no solo provocó la muerte de una gran parte de la población, sino que también provocó crisis económicas, sociales y políticas. Asimismo, en la industria de la gastronomía, la industria del turismo también se ha visto severamente afectada, provocando el cierre de muchos lugares y poniendo en riesgo la continuidad de muchos de ellos, por lo que se deben tomar medidas de emergencia.

Según la (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 2019) "para hacer frente a esta situación excepcional, muchos gobiernos de todo el mundo han decidido imponer medidas de cuarentena obligatorias a la población, además de cerrar fábricas, servicios y empresas para limitar el contagio". Estas medidas se han adoptado de diferentes formas según la cultura de cada país, para algunos de estos países, la implementación de estas medidas ha representado un desafío para la población.

La crisis actual plantea el mayor desafío al turismo en la industria gastronómica, en base a ello (Félix & García , 2020) mencionan que, "para la realidad latinoamericana, el antecedente más cercano está relacionado con la aparición de la influenza H1N1 en el 2009, la cual provocó una severa afectación a la imagen de uno de los destinos más populares". Esta situación representa una crisis devastadora, les tomó mucho tiempo recuperarse, pero en comparación con la crisis actual, aún es necesario establecer pautas específicas para tener éxito en reinventar la oferta gastronómica.

A partir de ahora cambiarán muchas cosas, una de ellas son los servicios, porque muchas empresas han implementado medidas innovadoras que permiten a los clientes acceder a los servicios a través de Internet a través de plataformas digitales,

que permiten brindar productos y servicios sin interacción directa con los clientes. En este tipo de emergencia, esta es la mejor opción para salvaguardar la salud de todos.

(Salzar & Cabrera, 2016) afirman que, “el servicio al cliente, actualmente es de gran importancia debido a la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y la trascendencia que dicho servicio tiene como elemento importante en la diferenciación de los negocios”.

Además, partiendo desde la reinención del servicio, para (Carvache, Carvache, & Torres, 2017) “la gastronomía se configura como uno de los elementos estratégicos para la promoción y consolidación de destinos turísticos”. Estos factores tienen un gran impacto en la redefinición de los servicios, sin embargo, no solo se deben tomar medidas de bioseguridad, sino que también se debe desarrollar un plan de acción que se adapte a la situación real de cada establecimiento.

Para (Monroy & Urcádiz, 2019) “en el entorno de los restaurantes es de suma importancia considerar que cuando se cita la propuesta de valoración en la calidad, existe tanto un estado tangible de atributos relacionados con un restaurante”. Sin embargo, los comensales serán quienes juzguen y tomen la decisión final.

En referencia a las nuevas tendencias que se utiliza la tecnología para la propagación de la oferta gastronómica, tal como lo mencionan (Salazar, Salazar, Parra, & Guerrero, 2020) “La tecnología ha penetrado sigilosamente todos los extractos sociales, homogenizándose a sus usuarios de una manera casi inmediata”. Para lo cual el uso de las TIC es de suma importancia al momento de idear nuevas propuestas para facilitar la propagación de nuevas tendencias.

Si ya se ha mencionado que el turismo y la gastronomía van de la mano es necesario enfatizar en lo que menciona (Muñoz, Uribe, Pérez, & Ríos, 2017), “La relación entre gastronomía y turismo ha sido adscrita a una nueva categoría de turismo llamada turismo gastronómico [food tourism] en la cual, la motivación para viajar es disfrutar de experiencias obtenidas de los recursos culinarios”.

Los comensales tendrán la decisión final sobre la viabilidad de que los restaurantes implementen nuevas medidas en términos de redefinición de servicios, sin embargo,

no es fácil superar este desafío, por lo que se debe considerar estrictamente su alcance.

No obstante, (Coromoto & del Valle, 2015) afirman que, “la sobrevivencia de las empresas de servicio depende en buena medida de la labor del componente humano y de su actuación para lograr que la empresa se mantenga activa en función de alcanzar la satisfacción de los clientes”. Este nivel de satisfacción será la meta de todos los objetivos de un nuevo plan de desarrollo que mantendrá a flote los restaurantes que continúan brindando servicio de alimentos.

La puesta en valor de los productos turísticos es intervenida por muchos factores y resaltando lo que menciona (Fusté, 2016), “uno de los hitos más importantes para la puesta en valor de los paisajes gastronómicos se da en el año 2010 cuando la (UNESCO) reconoce formalmente la gastronomía como una categoría dentro del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”. Esto da el impulso para la puesta en valor de este tipo de producto turístico, el cual busca ofrecer experiencias únicas los turistas.

(Hernández J. , 2018), menciona que en relación al gran valor que se le ha dado a la cocina tradicional, “crece la demanda de los productos considerados autóctonos, aumentan los recetarios en las librerías, se multiplican los concursos televisivos que premian la creatividad culinaria y todo pueblo que desea convertirse en destino turístico oferta una cocina particular”.

Será un desafío lograr una segura distribución de la materia prima que necesitaran los restaurantes, pero en el caso de la ciudad de Machala, se demuestra una ventaja en cuanto a la oportunidad de la obtención de la materia prima requerida para la elaboración de alimentos. Para (Rojo, Bonilla, & Masaquiza, 2018):

El desarrollo de nuevos productos en las empresas ha sido influenciado por la decisión de compra y por la competencia que se genera, más que eso, se considera un proceso crucial para la supervivencia de las empresas, especialmente de las pequeñas empresas.

(Ascorbe, 2018) afirma, Los alimentos cercanos posibilitan la producción para autoconsumo y ventas en mercados locales, disminuyendo de esta manera la

pobreza, la desnutrición o el hambre. Los alimentos y la gastronomía de cercanía crean puestos de trabajo en las zonas cercanas a su producción y en toda la cadena alimentaria (centros de producción, industria, comercialización o venta y restauración).

En lo referente a la economía, esto ya se veía venir debido a las fuertes crisis que afectaron a muchos países a nivel global, así lo afirma la (Comisión Económica para América Latina, 2020) mostrando en su informe que, el desempeño económico de la economía mundial ya era débil antes de la pandemia del COVID-19. En el período 2011-2019, la tasa media de crecimiento mundial fue del 2,8%, cifra significativamente inferior al 3,4% del período 1997-2006. En 2019, la economía mundial registró su peor desempeño desde 2009, con una tasa de crecimiento de solo un 2,5%. Ya antes de la pandemia, las previsiones de crecimiento del PIB mundial para 2020 se habían revisado a la baja.

Esto genera la hipótesis de que muchos modelos de negocio se iban a ver afectados producto de la crisis, y en la actualidad sumando la crisis de la pandemia este impacto es mucho mayor al esperado. En vista de que ante las crisis surge el desempleo, y en el caso de los establecimientos de alimentos y bebidas entre sus principales afectados están los meseros, personal de cocina, proveedores, etc.

Por otro lado, algunas pequeñas empresas se vieron obligadas a cerrar, y sus dueños tuvieron que dedicarse a otra actividad económica, porque ante este tipo de crisis de salud, su impacto económico fue muy grande. Sin embargo, hay que aceptar que el mundo ha cambiado y se debe elaborar estrategias para adaptarse a los diferentes cambios que se deberá afrontar.

El mundo vive en constante crisis, pero el sector económico afecta a todos por igual, y más aún cuando no se puede tener las garantías de una segura funcionalidad. Para (López, Pérez, Guzmán, & Hernández, 2017) "la aparición de nuevas tendencias en la gastronomía forma parte de procesos estructurales de nivel global y nacional de orden económico, social y cultural que repercuten en la aparición de nuevos consumos". Hay que aceptar que el sector gastronómico vive en constante evolución y esta es una constante permanente.

Machala está catalogada como icono de El Oro y una cede estratégica para el turismo de negocios en esta provincia, siendo reconocida como capital bananera del mundo

por sus grandes extensiones y excelente calidad del cultivo de esta fruta además de ser sede del certamen de belleza de “Reina Mundial del Banano”, además dentro de su territorio se encuentra Puerto Bolívar, un puerto marítimo clave en el comercio del sur del Ecuador.

LONGITUD	LATITUD
079°57'37.91"	S3°15'31"

Tabla 1 Fuente: Google Maps

Los principales beneficiarios de la propuesta serán los propietarios de los restaurantes de forma directa, mientras que los beneficiarios indirectos serán todos los clientes que acuden a estos establecimientos de alimentos y bebidas.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.

OBJETIVO GENERAL

- Identificar los principales retos en la reactivación de la restauración categoría restaurantes post covid-19 mediante un análisis cualitativo descriptivo para la implementación protocolos de bioseguridad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Colaborar en la elaboración de estrategias que ayuden a la reactivación de los restaurantes en la ciudad de Machala.
- Definir protocolos de bioseguridad que garanticen un óptimo servicio.
- Desarrollar capacitación al personal para un mejor servicio
- Promover nuevas tendencias que incentiven la demanda de la oferta gastronómica.

COMPONENTES ESTRUCTURALES.

Cada restaurante deberá contar con un manual de bioseguridad que permita informar y capacitar a cada empleado de cómo debe operar de diversas áreas de su trabajo.

Los componentes principales que se necesitara son físicos, bibliográficos, materiales y humanos.

Los recursos físicos que se necesitara son principalmente que el espacio de trabajo de los establecimientos debe ser lo más ampliamente necesario para respetar el distanciamiento social de los trabajadores y evitar aglomeraciones, así mismo el espacio de atención a los clientes, para poder garantizar un servicio seguro y de calidad. Además, sus recursos bibliográficos deben estar conformados por el manual de operaciones y protocolos de bioseguridad.

No deben faltar materiales para la desinfección de áreas, ya que son los principales recursos para la desinfección de áreas de trabajo y atención al cliente. El personal bien capacitado es el pilar básico de la organización porque ellos son la imagen de la organización.

FASES DE IMPLEMENTACIÓN.

Primera fase: Preparación

- Elaboración de entrevistas con autoridades para y propietarios de los restaurantes para una capacitación virtual de protocolos de bioseguridad.
- Contactar a dos capacitadores para una serie de videoconferencias sobre protocolos de bioseguridad.

Segunda fase: Diseño e implementación

- Elaboración de material de apoyo.
- Adquisición de material didáctico por parte de los diferentes ministerios.
- Creación de una sala virtual de videoconferencias para la capacitación.

Tercera fase: Capacitación

- Convocatoria a todos los involucrados.
- Ejecución de una serie de videoconferencias.
- Clausura de la capacitación.

Cuarta fase: Seguimiento

- Control y evaluación del resultado de la capacitación

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Primera fase: Preparación				
Elaboración de entrevistas con autoridades para y propietarios de los restaurantes para una capacitación virtual de protocolos de bioseguridad.				
Contactar a dos capacitadores para una serie de videoconferencias sobre protocolos de bioseguridad.				
Segunda fase: Diseño e implementación				
Elaboración de material de apoyo.				
Adquisición de material didáctico por parte de los diferentes ministerios.				
Creación de una sala virtual de videoconferencias para la capacitación.				
Tercera fase: Capacitación				
Convocatoria a todos los involucrados.				
Ejecución de una serie de videoconferencias.				
Clausura de la capacitación.				
Cuarta fase: Seguimiento				
Control y evaluación del resultado de la capacitación				

Tabla 2 Elaborado por: Autor

A continuación, se detalla ciertas medidas específicas estipuladas por: (MINISTERIO DE TURISMO, 2020).

MEDIDAS RECOMENDADAS AL PERSONAL PARA TOMAR EN CONSIDERACIÓN ANTES DE SALIR DE SU DOMICILIO	
a)	Control de higiene personal diariamente
b)	Vestimenta limpia
c)	Higiene de uñas
d)	Cabello moderado
e)	No utilice joyas, como anillos, pendientes, collares, pulseras, etc.
f)	Use ropa de manga larga. Se recomienda cubrirse todo el cuerpo tanto como sea posible, cambiarse de ropa de trabajo o ropa de trabajo en el lugar de trabajo, y siempre prestar atención al lavado y desinfección de manos, así como al lavado de ropa.

g)	Use mascarilla antes de salir de su domicilio,
h)	Mantener distancia entre las personas de dos metros de distancia cuando este fuera de casa.
i)	Portar un dispensador personal de alcohol y gel antibacterial
j)	Evite tocar su rostro, así como otras partes del cuerpo mientras se dirige a su lugar de trabajo.
k)	Si desarrolla síntomas relacionados con COVID-19, no salga de su hogar, notifique a su empleador de inmediato y no vaya al lugar de trabajo.
DESPLAZAMIENTOS AL LUGAR DE TRABAJO Y RETORNO AI HOGAR	
a)	Cuando viaje en transporte público, autobús de la empresa u otro medio de transporte (taxi), debe mantener una distancia personal con los demás; además, no debe olvidar el uso de la mascarilla.
b)	Si monta en bicicleta, motocicleta o scooter hasta el lugar de trabajo, debe usar una mascarilla y si camina, recuerde mantener la distancia interpersonal al caminar por la calle.
c)	Es preferible el traslado individual siempre y cuando sea posible.
d)	Para el transporte institucional, la unidad debe ser desinfectada de acuerdo con el "Protocolo de Limpieza y Desinfección de Unidades de Transporte Público" emitido por la Agencia Nacional de Tránsito.
e)	Lavado y desinfección de sus manos cuando llegue al lugar de trabajo y cuando regrese a su domicilio.
REQUISITOS DEL LUGAR DE TRABAJO EN FUNCIÓN DEL EMPLEADOR	
	Evaluar y controle diariamente la salud de sus trabajadores.
a)	La temperatura debe ser leída mediante termómetro infrarrojo al personal, al inicio y al final de la jornada laboral, y deben mantenerse los registros correspondientes. Si la temperatura de una persona es superior a treinta y ocho (38) grados Celsius, debe cumplir con las pautas para las regulaciones de aislamiento preventivo de acuerdo con el "Protocolo de aislamiento preventivo obligatorio para personas con sospecha o positivas de COVID-19 emitido por la Mesa Técnica de Trabajo 2 Salud y Atención Prehospitalaria.

b)	<p>Brindar información básica sobre medidas de seguridad y estándares para emergencias de salud causadas por COVID-19, con una frecuencia prescrita</p> <p>La información requerida deberá contener una temática basada en lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinción de caso sospechoso. • Definición de contacto. • Acciones a seguir dependiendo del caso. • Protección necesaria para la atención al público. • Medidas personales y colectivas de protección y prevención. • Información eficaz y transparente sobre la evolución de la pandemia en base a cada establecimiento de trabajo. • Canales de comunicación asertiva. • Ubicar dispensadores de solución antiséptica a la entrada o en áreas transcendentales dentro del establecimiento. • Instalar un sistema de desinfección de calzado para el personal y personas beneficiarias. • Y demás información actualizada que considere necesaria.
LO PRIMORDIAL QUE DEBE REALIZAR EL PERSONAL	
a)	Desinfectar el calzado.
b)	Aumentar de la periodicidad del lavado de manos, el cual deberá una duración mínima de cuarenta (40) segundos en cada lavada, y desinfección de las mismas.
CUANDO APLICAR EL PROCEDIMIENTO PARA LAVAR Y DESINFECTAR LAS MANOS	
a)	Al ingresar a las áreas de preparación de los alimentos.
b)	Después de ir al baño.
c)	Después de toser o estornudar.
d)	Después de la manipulación dinero.
e)	Después de cargar cajas u objetos que estén sucios.
f)	Después de recoger o manejar desechos.
g)	Durante las actividades de producción para evitar la contaminación cruzada.

h)	Previamente y posteriormente al usar mascarilla.
i)	Previamente al utilizar productos químicos o de limpieza
j)	Previamente y posteriormente de la recepción de productos
k)	Después de ingerir alimentos o bebidas
l)	Cada vez que ensucien sus manos se por el desarrollo de alguna actividad.
OTRAS MEDIDAS ADICIONALES	
a)	Desinfección de objetos personales tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Celular • Gafas • lentes, etc.
b)	Básicamente, usar una mascarilla quirúrgica (simple), y la duración máxima no puede exceder las 4 horas.
c)	La mascarilla debe cubrir la nariz y la boca. Una vez que la mascarilla se moja y ensucia, debe desecharse y guardarse en un recipiente para la eliminación de desechos sólidos.
d)	En el caso de usar guantes los mismos deberán utilizarse cuando la actividad lo amerite. En caso de que el uso sea necesario se recomienda que éstos sean desechables de forma diaria y se encuentren en buen estado (una vez usados se deben desechar en un recipiente dispuesto para el manejo de desechos sólidos y realizar lavado de manos). Por ningún motivo esto reemplazará el lavado de manos constante.
e)	Colocarse el uniforme o ropa de trabajo limpia y buen estado de la misma para iniciar sus labores. En caso de no contar con uniforme, utilizar mandil.
f)	El personal que manipula alimentos deberá estar correctamente uniformado, para acceder adecuadamente a sus áreas de trabajo.
g)	Utilizar protección de cabello para el personal que lo requiera.
h)	Evite el contacto directo con la propiedad del usuario (requiriendo que el usuario muestre documentos / información realizar contacto). Utilice siempre alcohol o gel de alcohol al 70%, especialmente cuando entre en contacto con objetos.
i)	Mantener la distancia social entre el personal y los usuarios que se encuentren al menos a un metro en espacios abiertos y al menos dos metros en espacios cerrados.

j)	Si tiene contacto directo con un paciente COVID-19 confirmado, debe seguir el "Protocolo de Aislamiento Preventivo Obligatorio para personas con sospecha o positivo de la COVID-19" emitido por la Mesa Técnica de Trabajo 2 Salud y Atención Prehospitalaria
-----------	--

Tabla 3 Fuente: (MINISTERIO DE TURISMO, 2020):

RECURSO LOGÍSTICO.

Presupuesto y financiamiento

RECURSO A		
	CANTIDAD	COSTO
CAPACITADOR	2	\$ 1.800,00
RECURSO B		
INVOLUCRADOS		
PERSONAL ADMINISTRATIVO		
EMPLEADOS		
PROPIETARIOS		
AUTORIDADES		
CAPACITADORES		
TOTAL		\$ 1.800,00

Tabla 4 Elaborado por: Autor

CAPITULO III Valoración de la factibilidad.

ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN TÉCNICA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.

El diseño de un protocolo de bioseguridad para los restaurantes es factible debido al importante énfasis de garantizar la acogida segura de los comensales, así como también la garantía de un servicio de calidad que permita seguir aprovechando el patrimonio gastronómico de la ciudad de Machala. En base a lo que menciona la organización internacional sin fines de lucro Rainforest Alliance, esto permitirá eliminar situaciones, procesos y procedimientos peligrosos; evitar accidentes, errores y malos comportamientos que afecten la seguridad, salud e higiene de todo el personal que interactúa en los restaurantes, permitiendo un mejor control y seguimiento en base a una buena planificación.

Esta propuesta que sugiere un desarrollo en el primer cuatrimestre del año 2021 pretende ser la pauta de motivación para la investigación y seguimiento de escenarios similares.

ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.

Es importante que los restaurantes promuevan el desarrollo integral de sus empleados y cuenten con socios de alto nivel de conocimiento, permitiendo la introducción de experiencia y responsabilidades sociales y ambientales en todas sus actividades, esto según la guía de “Buenas prácticas para turismo sostenible” de la organización Rainforest Alliance en referencia a la importancia de la capacitación del personal.

La implementación de un protocolo de bioseguridad para los restaurantes de la ciudad de Machala requiere de una inversión estimada en \$ 1800,00 con lo cual se pretende desarrollar mediante las respectivas socializaciones un manual especializado para la ciudad de Machala. El mismo que se financiará mediante los GADS locales.

ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN SOCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.

El diseño de un protocolo de bioseguridad especializado para la ciudad de Machala busca garantizar la seguridad tanto del personal de los restaurantes como los comensales quienes a pesar del retorno parcial a las actividades cotidianas aun no tienen garantía de la seguridad este tipo de establecimientos, esto como resultado del impacto social que ha generado la crisis sanitaria actual.

La guía de “Buenas prácticas para turismo sostenible” de Rainforest Alliance, también afirma la dimensión social en relación al fomento de la interacción de los empleados con el lugar de trabajo y los clientes, para que puedan sentirse seguros y cómodos dentro de este tipo de actividad turística, inspirando seguridad para regresar a los restaurantes.

ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.

En lo referente a lo ambiental, esta propuesta no generara el más relevante impacto debido a la ausencia del requerimiento de materiales que afecten al medio ambiente.

Sin embargo, cualquier medida de implementación que requiera un análisis técnico, podrá tomar este estudio como pauta para el análisis del impacto ambiental que genere la propuesta y llegue a tener como resultado la necesidad de adquirir materiales e implementos necesarios para el proceso, se estudiara en base a los reglamentos establecidos.

CONCLUSIONES

- Los restaurantes son el principal complemento de la oferta gastronómica de una localidad, y representan la mayor fuente de ingresos de este sector turístico. Pero la crisis sanitaria actual ha sido un duro golpe para este territorio, sin embargo, a pesar de ser una de las peores pandemias registradas en la historia, ya que es un virus sin precedentes, no ha sido rival para los emprendedores.
- No cabe duda que la gastronomía deja muy buenas ganancias en el ámbito económico, además ha demostrado ser un modelo de negocio en el que se logra recuperar una inversión a corto plazo, permitiendo el surgimiento de muchos emprendimientos.
- El personal de los restaurantes ha demostrado preparación su mayoría, sin embargo, la capacitación constante acompañada del seguimiento y control es lo único que garantiza la preparación total para posibles escenarios.
- El reinventarse será un reto para los propietarios de los restaurantes, no obstante, no requerirá mucho tiempo el ver los resultados, al ser la restauración un modelo de negocio en el cual se puede ver resultados a corto plazo.

RECOMENDACIONES.

- El personal de los restaurantes deberá recibir mejores capacitaciones, así como el constante seguimiento a los resultados e identificar posibles debilidades que puedan ser controladas.
- El turismo gastronómico representa un pilar fundamental para la oferta turística por lo que es de vital importancia más preocupación para este sector que tiene mucho que ofrecer.
- Los estudios que se realicen en cuanto a los restaurantes deberán hacer más énfasis en dar el seguimiento al nuevo estilo de vida y la sociedad en relación a sus preferencias al momento de elegir un destino gastronómico,

debido a que el sector gastronómico vive en constante cambio y evolución.

BIBLIOGRAFÍA

- ABADES TRIANA. (9 de agosto de 2016). *ABADES TRIANA*. Obtenido de <https://abades triana.com/los-restaurantes-su-origen-e-historia/>
- Acle, R., Santos, J., & Herrera, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10(2), 237-248. doi:10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624
- Ascorbe, C. (2018). Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza? *Nutrición Hospitalaria*, 44-48. doi:10.20960/nh.2124
- Carvache, M., Carvache, W., & Torres, M. (2017). ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN. La gastronomía de Samborondón - Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 731-745. Obtenido de <https://www.redalyc.org/>
- Comisión Económica para América Latina. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19*. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado el 9 de octubre de 2020, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/4/S2000264_es.pdf
- Coromoto, M., & del Valle, N. (2015). CALIDAD DEL SERVICIO DE COMIDA RÁPIDA A PARTIR DE LA PARTICIPACIÓN DEL EMPLEADO DE VANGUARDIA, MUNICIPIO LIBERTADOR, ESTADO MÉRIDA, VENEZUELA. *SABER. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*, 27(4), 595-628. Obtenido de <https://www.redalyc.org/>
- Félix, Á., & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 4(1), 79-103. doi:10.21071/riturem.v4i1.12743
- Fernández, L., Belema, L., Reyes, M., & Aguilera, L. (2017). ESTRATEGIAS DE MEJORA PARA LA GESTIÓN DE LOS RESTAURANTES. CASO DE ESTUDIO: ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA TÍPICA DE LA AMAZONÍA DEL ECUADOR. *ECOCIENCIA*, 1-23. Obtenido de <http://ecociencia.ecotec.edu.ec>
- Fusté, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 4-16. Obtenido de <http://www.scielo.edu.uy/>
- Hernández, C., Tamayo, A., Castro, D., & Muñoz, I. (2016). Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica. *CIENCIA ergo-sum*, 23(1), 76-84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/>
- Hernández, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Cultura-hombre-sociedad*, 154-176. doi:10.7770/0719-2789.2018.cuhso.01.a01
- Hernandez, R., & Dancausa, M. (2018). TURISMO GASTRONÓMICO La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 413-430. Obtenido de <https://www.redalyc.org/>
- Llano, F. (2017). Gastronomía, turismo y potencialidades territoriales: el plato minero y la salazón, bases para el turismo alimentario en Nemocón. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26, 295-306. doi:10.15446/rcdg.v26n2.59280

- Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, 97-108. doi:10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195
- López, A., Pérez, C., Guzmán, C., & Hernández, R. (2017). Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. *Teoría y Praxis*(21), 91-113. Obtenido de <https://www.redalyc.org/>
- Lopez, T., Di-Clemente, E., & Hernández, J. (2015). EL TURISMO GASTRONÓMICO COMO EXPERIENCIA CULTURAL. EL CASO PRÁCTICO DE LA CIUDAD DE CÁCERES (ESPAÑA). *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, 407-427. doi:10.21138/bage.1868
- Loureiro, G., & Carvalho, M. (2020). A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada. *Cuadernos de salud pública*, 1-4. doi:10.1590/0102-311x00068820
- Medina, F. X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de Antropología*, 51, 106-113. doi:10.1016/j.antro.2017.02.001
- MINISTERIO DE TURISMO; MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA; AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA; AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LA BIOSEGURIDAD Y CUARENTENA PARA GALÁPAGOS. (2020). *SERVICIO NACIONAL DE GESTIÓN DE RIESGOS Y EMERGENCIAS*. Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/06/REAPERTURA-AB-FINAL.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO; MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA; AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA; AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LA BIOSEGURIDAD Y CUARENTENA PARA GALÁPAGOS;. (2020). *SERVICIO NACIONAL DE GESTIÓN DE RIESGOS Y EMERGENCIAS*. Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/06/REAPERTURA-AB-FINAL.pdf>
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *48*(123).
- Muñoz, G., Uribe, C., Pérez, J., & Ríos, I. (2017). Festivales Gastronómicos y Turismo en Latinoamérica. El Festival Raíces de Guayaquil, Ecuador. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 356-376. doi:10.18226/21789061.v9i3p356
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (2019). Frente a la pandemia garantizar la seguridad y el trabajo. *ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO*, 18. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---safework/documents/publication/wcms_742732.pdf
- Organización Mundial de la Salud (OMS); Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (ONUAA, FAO). (7 de abril de 2020). *ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD*. Obtenido de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331856/WHO-2019-nCoV-Food_Safety-2020.1-spa.pdf

- Pinilla, R., Caicedo, A., Castro, J. M., & Fuentes, M. (20 de Abril de 2020). Manejo del cáncer colorrectal durante la pandemia por SARS-CoV-2. *Revista Colombiana de Cirujía*, 235-243. doi:<http://dx.doi.org/10.30944/20117582.629>
- Prieto, M., & Triana, M. (2019). LAS RUTAS GASTRONÓMICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL META: UNA PROPUESTA DE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA. *Turismo y Sociedad*, 169-194. doi:10.18601/01207555.n25.09
- Quesada Rettschlag, F. R. (4 de noviembre de 2018). *Blog Fernando R. Quesada Rettschlag*. Obtenido de <https://www.frquesada.com/el-origen-de-los-restaurantes/>
- Robalino, J., Rivadeneira, C., Moreno, A., & Fierro, A. (2020). Incidencia de la gastronomía para elegir un destino. Caso de estudio: Baños de Agua Santa. Tungurahua-Ecuador. *Conciencia Digital*, 6-24. doi:10.33262/concienciadigital.v3i2.1.1217
- Royo, M., Bonilla, D., & Masaquiza, C. (2018). El desarrollo de nuevos productos y su impacto en la producción: caso de estudio BH Consultores. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 134-142. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/>
- Salazar, D., & Burbano, C. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 2-14. doi:10.4067/S0718-235X2017000100002
- Salazar, D., Salazar, L., Parra, D., & Guerrero, M. (2020). Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico. *Espacios*, 8. Obtenido de <http://revistaespacios.com/>
- Salzar, W., & Cabrera, M. (julio de 2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13-20. doi:10.15381/idata.v19i2.12811
- Vargas Sanchez, A. (2020). Estrategias de destinos y empresas en el mercado turístico pos-COVID-19. *Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades*, 147-158. doi:10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020
- Vásquez Salles, D. (6 de septiembre de 2018). LA VANGUARDIA. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/sitios/20180906/451384675191/primer-restaurant-historia-origen.html>

ENCUESTAS

¿Su restaurante se ha visto afectado por la pandemia Covid19?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	123	100%
NO	0	0%
TOTAL	123	100%

Tabla 6 Elaborado por: Autor

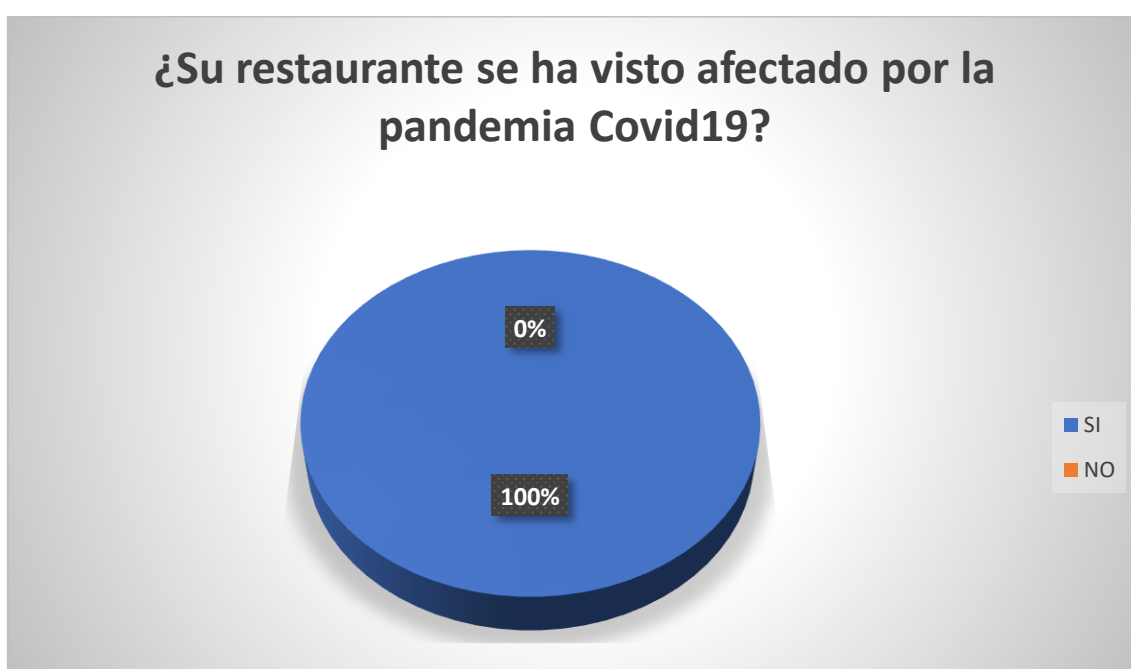


Ilustración 1 Elaborado por: Autor

¿Cuál ha sido la disminución más significativa en su negocio?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AFORO DE CLIENTES	57	46 %
INGRESOS	42	34 %
CAPACIDAD DE OFERTA	24	20 %

Tabla 7 Elaborado por: Autor



Ilustración 2 Elaborado por: Autor

¿En su negocio estaban preparados para afrontar una crisis sanitaria como la que se está viviendo?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY PREPARADOS	37	29 %
POCO PREPARADOS	59	47 %
NADA PREPARADOS	30	24 %

Tabla 8 Elaborado por: Autor

¿En su negocio estaban preparados para afrontar una crisis sanitaria como la que se está viviendo?

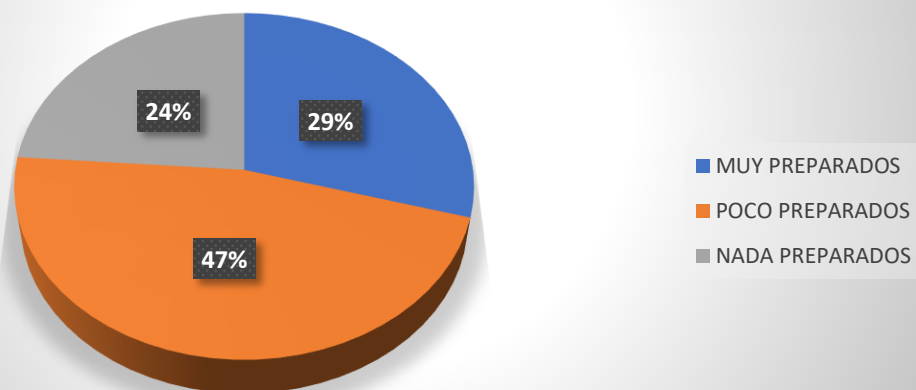


Ilustración 3 Elaborado por: Autor

De los siguientes puntos, ¿Cuál considera que es el mayor reto que afrontaran ante el nuevo estilo de vida de la sociedad?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CRISIS ECONOMICA	68	55 %
CRISIS SANITARIA	43	35 %
CRISIS POLITICA	12	10 %

Tabla 9 Elaborado por: Autor

De los siguientes puntos, ¿Cuál considera que es el mayor reto que afrontaran ante el nuevo estilo de vida de la sociedad?

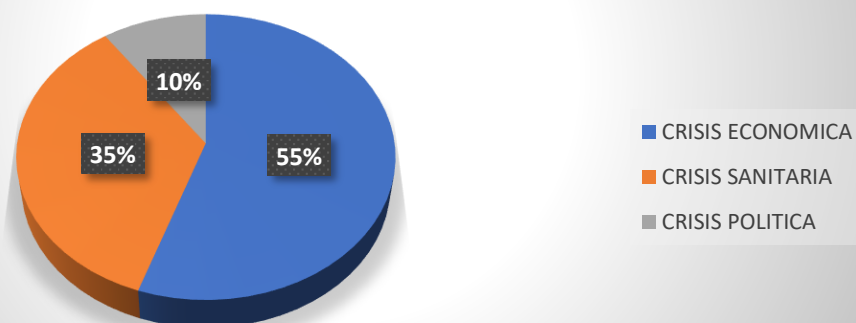


Ilustración 4 Elaborado por: Autor

¿Planean continuar operando a pesar de la crisis sanitaria y por qué?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	97	79 %
NO	26	21 %

Tabla 10 Elaborado por: Autor

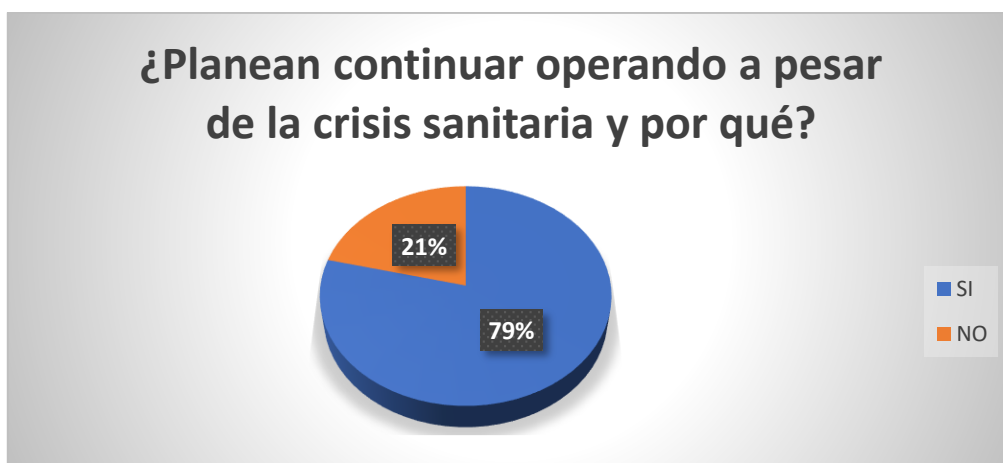


Ilustración 5 Elaborado por: Autor

¿Les ha sido un reto afrontar la crisis sanitaria actual en relación al servicio y la atención al cliente?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DIFICIL	63	51 %
UN POCO DIFICIL	26	21 %
NORMAL	16	13 %
NADA DIFICIL	18	15 %

Tabla 11 Elaborado por: Autor

¿Les ha sido un reto afrontar la crisis sanitaria actual en relación al servicio y la atención al cliente?

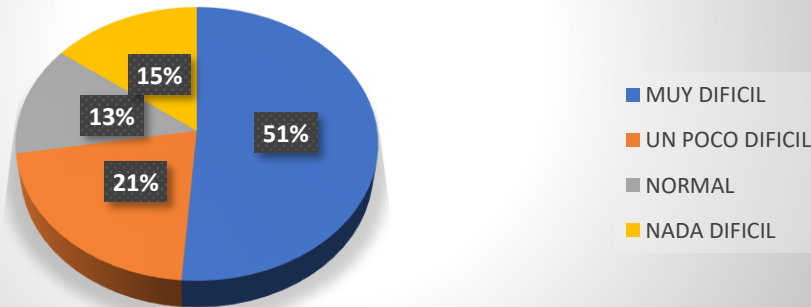


Ilustración 6 Elaborado por: Autor

¿Su restaurante puede reinventarse en relación al servicio y atención al cliente?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	103	84 %
PUEDE INTENTARLO	15	12 %
NO	5	4 %

Tabla 12 Elaborado por: Autor

¿Su restaurante puede reinventarse en relación al servicio y atención al cliente?

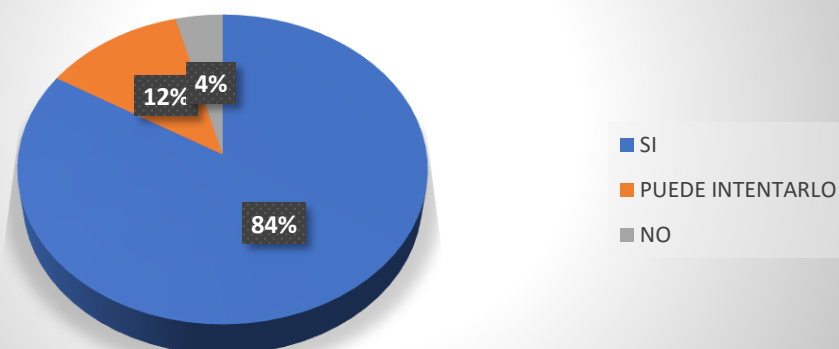


Ilustración 7 Elaborado por: Autor

¿Con que nivel de frecuencia capacita a su personal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHA FRECUENCIA	82	67 %
POCA FRECUENCIA	41	33 %
CASI NO SE CAPACITA	0	0 %
NO SE CAPACITA	0	0 %

Tabla 13 Elaborado por: Autor

¿Con que nivel de frecuencia capacita a su personal?

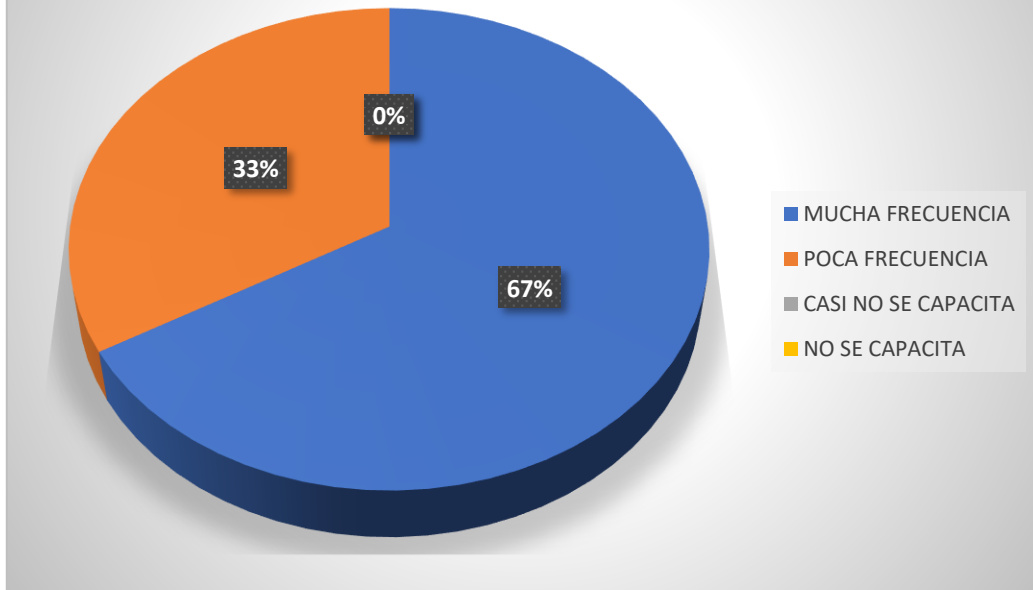


Ilustración 8 Elaborado por: Autor