UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

Tema:

ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA LA OPERACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS EN EL CANTÓN Y PROVINCIA DE PASTAZA.

Autores:

Marieli Elizabeth Cárdenas Pacheco

José Sebastián Villarroel Rodríguez

Director del Proyecto:

María Victoria Reyes Vargas, PhD.

Puyo-Ecuador

Año

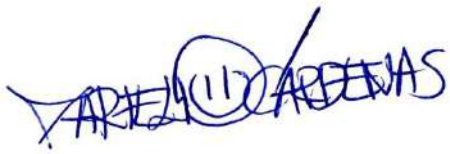
2020

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscriben CÁRDENAS PACHECO MARIELI ELIZABETH con C.I. 1401010226 y VILLARROEL RODRÍGUEZ JOSÉ SEBASTIÁN con C.I. 1804910915, hacen constar que son autores del Proyecto de Investigación titulado: **"ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA LA OPERACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS EN EL CANTÓN Y PROVINCIA DE PASTAZA"**, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección de la Tutora de dicho trabajo, Dra. María Victoria Reyes Vargas.

En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el cantón Pastaza, a los 22 días del mes de septiembre del 2020.



_____

Cárdenas Pacheco Marieli Elizabeth
Nombre de la Estudiante
CI: 1401010226



_____

Villarroel Rodríguez José Sebastián
Nombre del Estudiante
CI: 1804910915

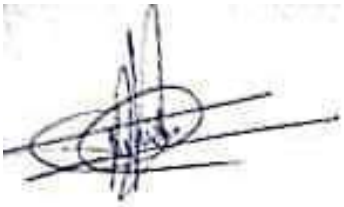
CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: **"ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA LA OPERACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS EN EL CANTÓN Y PROVINCIA DE PASTAZA"**.



_____

Dr. Carlos Aníbal Manosalvas Vaca
Presidente del Tribunal



_____

Msc Marcelo Vicente Luna Murillo
Miembro del Tribunal



_____

Msc Mario Javier Barrera Castro
Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe el presente Dra. María Victoria Reyes Vargas con CI: 1711438869, certifica que el Proyecto de Investigación titulado: **"ESTRATEGIAS POST COVID-19 PARA LA OPERACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS EN EL CANTÓN Y PROVINCIA DE PASTAZA"** ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 0%.

En el cantón Pastaza, a los 22 días del mes de septiembre del 2020.



Dra. María Victoria Reyes Vargas

Directora del Proyecto de Investigación

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Proyecto Final - Marieli Cárdenas y Sebastián Villarroel.docx (D79414866)
Submitted:	9/18/2020 6:33:00 PM
Submitted By:	tur2015164@uea.edu.ec
Significance:	0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primera instancia a mi tutora María Victoria Reyes PhD., persona que dedicó su tiempo y conocimientos en cada etapa de este proyecto con el fin de obtener los mejores resultados.

Al igual deseo agradecer a mi querida institución "Universidad Estatal Amazónica" en especial a la Facultad de Turismo que con cada docente que la conforma hace un segundo hogar para cada alumno/a, me han permitido crecer como profesional cada día en cada salón.

Del mismo modo agradezco con todo el amor del universo a Dios por darme la oportunidad de crecer en medio de una familia llena de valores, a mis padres quienes son mi más grande inspiración para crecer como profesional, a mi hija quien es la luz de mi camino, a mis hermanos que incondicionalmente me apoyaron en las buenas, malas y peores.

Finalmente agradezco a mi compañero de trabajo quien con mucho esfuerzo y esmero hemos dedicado el mejor tiempo para realizar este proyecto.

Mil gracias a todos.

Cárdenas Pacheco Marieli.

Al culminar este trabajo, agradezco a Dios y al "Señor del Terremoto" patrono del cantón Patate, pues mi fe y devoción siempre estuvo puesta en sus manos, quiero agradecer a mis padres por motivarme a conseguir una carrera universitaria y no dejarme solo en este largo camino.

También, quiero hacer extenso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal Amazónica por abrirme sus puertas y ser sede de todo el conocimiento que he logrado adquirir durante todos estos años, agradezco a mis profesores por saberme enseñar de la mejor manera y por mostrar entrega al momento de impartir su catedra. Por qué no, hacer una mención especial a la Dra. María Victoria Reyes, tutora de este proyecto de investigación que gracias a sus consejos y a su tiempo hoy puedo culminar con éxito este trabajo.

Finalmente quiero agradecer a Marieli por haberme apoyado en todo este tiempo y por hacer posible que juntos logremos culminar este trabajo de investigación.

Gracias infinitas.

Villarroel Rodríguez José Sebastián.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios por guiar mi camino y estar siempre a mi lado en este trayecto de crecimiento y más.

A mis padres Raquel y Alfonso, por todo ese esfuerzo que han hecho para permitir que siga mis estudios, me siento muy orgullosa de ser su hija, son y siempre serán mi mayor inspiración toda la vida.

A mis hermanos que gracias a sus consejos y ánimos me ayudaron a seguir y no desmayar en el camino, siempre han estado aún a la distancia son los mejor que jamás pude haber pedido.

A mí querida hija Frida que a pesar de su corta edad ha estado ahí todo el tiempo apoyándome en mis tareas y recordándome que es por ella que mi esfuerzo vale la pena.

A Sebastián que gracias a su cariño, compañía y consejos ha sido uno de los pilares que me han sujetado para seguir con este ciclo de vida.

A mi tutora María Victoria Reyes PhD., que ha sido más que una docente una amiga en todo momento de este trayecto universitario, le agradezco por siempre alentarme a no rendirme y alcanzar la meta que estos momentos estoy culminando.

Dios los bendiga.

Cárdenas Pacheco Marieli.

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios, por haberme dado la sabiduría y la fuerza necesaria para culminar con éxitos uno de los anhelos más grandes en mi vida. También se lo dedico a mis padres Fernando Villarroel y Consuelo Rodríguez por haber confiado en mis capacidades y brindarme el apoyo moral, económico y afectivo necesarios durante esta etapa. Me siento privilegiado ser su hijo.

Del mismo modo quiero dedicar este trabajo de investigación a mi hermana Madelyn, que ha sido un pilar fundamental en la obtención de este gran anhelo, pues su apoyo constante con palabras de aliento y mucho amor me ha llenado de entusiasmo y ganas de culminar esta hermosa carrera.

Finalmente dedico este trabajo a mis tíos, vaya que su aporte fue muy valedero, pues estuvieron desde el comienzo de este largo camino que hoy llega a su fin, supieron

aconsejarme y guiarme por el sendero correcto, y sobre todo animarme cuando pasaba por malos ratos.

En fin, Dios les recompense el doble de lo que hicieron por mí, este logro también es parte de ustedes. Los quiero familia.

Villarroel Rodríguez José Sebastián

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal diseñar estrategias de adaptabilidad post Covid-19 para establecimientos de alimentos del cantón y provincia de Pastaza. La metodología que se utilizó en esta investigación es de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo. El desarrollo del primer objetivo se realizó con un análisis de los catastros turísticos de los años 2019 y 2020 con el fin de determinar el porcentaje de establecimientos que han cerrado sus puertas dejando totalmente de laborar, el desarrollo del segundo objetivo se realizó con un análisis de investigaciones anteriores para poder caracterizar cuáles son los procesos operativos y administrativos que debe cumplir un establecimiento de alimentos y así lograr un correcto funcionamiento, en el desarrollo del último objetivo se procedió a realizar una matriz FODA para determinar la actualidad de los establecimientos frente al Covid-19 seguido de un análisis de factores internos y externos mediante la aplicación de las matrices MEFE y MEFI, finalmente se realizó la matriz de impacto cruzado donde se lograron definir varias estrategias de adaptabilidad que los establecimientos deben cumplir para brindar seguridad a sus clientes, así mismo con el correcto cumplimiento lograr que se establezca una modalidad de servicio más confiable y eficaz.

Palabras clave: Covid-19, Estrategias, Adaptabilidad, Seguridad gastronómica.

ABSTRACT

The main objective of this research is to design post-Covid-19 adaptability strategies for food establishments in the canton and province of Pastaza. The methodology used in this research is descriptive with a qualitative approach. The development of the first objective was carried out with an analysis of the tourist registers of the years 2019 and 2020 in order to determine the percentage of establishments that have closed their doors and completely ceasing to work, the development of the second objective was carried out with an analysis of Previous research to be able to characterize results are the operational and administrative processes that a food establishment must comply with and thus achieve correct operation, in the development of the last objective a SWOT matrix was carried out to determine the current status of the establishments against Covid-19 followed by an analysis of internal and external factors through the application of the MEFE and MEFI matrices, finally the cross-impact matrix was carried out where it was possible to define various adaptability strategies that establishments must comply with to provide security to their customers, as well as with the correct compliance, achieve that establish a more reliable and efficient mode of service.

Keywords: Covid-19, Strategies, Adaptability, Gastronomic safety.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1 13

1.1. Planteamiento del problema 14

1.2. Objetivo general y específicos. 14

1.2.1. OBJETIVO GENERAL 14

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 14

1.3. Justificación 15

CAPÍTULO 2 17

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 17

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 17

2.2. COVID-19 EN EL MUNDO 17

2.3. PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN DEL SECTOR DE ALIMENTOS. 18

2.4. SEGURIDAD ALIMENTARIA Y BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM). 19

2.5. ESTRATEGIAS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR DE ALIMENTOS. 19

- ESTRATEGIAS FUNCIONALES 20
- ESTRATEGIAS OPERACIONALES 20
- ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES 20
- ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS 20

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 22

3.1. LOCALIZACIÓN 22

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN: 23

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN: 23

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 23

CAPÍTULO 4 25

RESULTADOS 25

Objetivo específico 1. 25

Objetivo específico 2: 30

Objetivo específico 3: 36

CONCLUSIONES 47

RECOMENDACIONES 48

REFERENCIAS.....49
APÉNDICES.....52

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: LÍMITES DE LA CIUDAD DE PUYO.....22
TABLA 2: SOLUCIONES QUÍMICAS PARA DESINFECTAR.....32
TABLA 3: PROCESOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS.....35
TABLA 4: MATRIZ FODA.....36
TABLA 5: MATRIZ MEFI.....38
TABLA 6: MATRIZ MEFE.....40
TABLA 7: MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO.....42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: MAPA DEL ECUADOR Y PASTAZA.....23
GRÁFICO 2: ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS EN PASTAZA 2020.....26
GRÁFICO 3: ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS EN PASTAZA 2019.....27
GRÁFICO 4: CLASIFICACIÓN POR TIPO DE COCINA.....28
GRÁFICO 5: CLASIFICACIÓN POR TIPO DE SERVICIO.....29

ÍNDICE DE APÉNDICES

APÉNDICE A: CATASTRO TURÍSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS DEL 2020 DEL CANTÓN PASTAZA.....52
APÉNDICE B: CATASTRO TURÍSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS DEL 2019 DEL CANTÓN PASTAZA.....53

CAPÍTULO 1
INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo define al Turismo como tal a una actividad realizada en viajes y estancias en diferentes lugares con fines de ocio, negocio, entre otros, con tiempo menor a un año y al Turismo Gastronómico como una actividad que experimenta el viajero en su desplazamiento al degustar diferentes productos relacionados con la gastronomía local. La gastronomía es una parte fundamental del turismo, esta relación en las últimas décadas ha cambiado ampliamente, pues el gran interés de los turistas con el arte culinario de los múltiples lugares del mundo ha dado lugar a un nuevo segmento turístico, el turismo gastronómico, pues ya lo menciono Abran Maslow en su pirámide, la alimentación es una de las necesidades básicas del ser humano. Actualmente no se puede hablar de turismo gastronómico sin hablar de la identidad gastronómica que posee un territorio (OMT y BCC, 2020).

Los establecimientos de alimentación han adaptado su concepto culinario para que el turista viva una experiencia única en su visita, desde el momento que ingresa al establecimiento hasta que le sirven su último platillo e incluso hasta el momento de cancelar por su servicio ya que cada vez los turistas buscan encontrar calidad y calidez en su experiencia, de este modo la gastronomía es un gran motor para dinamizar la economía de un país o una región (Bostemann, 2020).

En los últimos meses la pandemia ocasionada por el COVID – 19 ha causado el cierre de la mayoría de establecimientos de alimentos en todo el mundo, pudiendo mantenerse únicamente los restaurantes que ofertaban el servicio de Delivery, esto ha hecho que varios restaurantes tengan que reinventar, readaptar su concepto y crear nuevos menús, sin perder la calidad y sin dejar de lado la experiencia que meses atrás de esta pandemia se vivía (Gastroeconomy, 2020).

Ecuador como todos los países del mundo ha creado protocolos para la reapertura de estos establecimiento, Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (HORECA) en los cuales detallan varios puntos claves que son de obligación cumplirlos (MINTUR, 2020).

En la actualidad varios establecimientos gastronómicos del país han suspendido sus servicios con carácter definido e indefinido debido a la falta de experiencia en crear nuevas estrategias para adaptarse a la nueva vivencia, pues una atención personalizada implica un alto riesgo de

contagio de COVID – 19, por ende, esta investigación se enfocará en proponer nuevas estrategias para la adaptabilidad de los establecimientos de alimentos frente a esta pandemia mundial.

1.1. Planteamiento del problema

A raíz de la pandemia ocasionada por el COVID-19, el sector turístico fue uno de los que más impacto tuvo a nivel mundial, viéndose afectadas las empresas turísticas, hoteleras y de restauración, motivo por el cual se vieron obligados a cerrar sus puertas. Muchos viajes cancelados y millones de pérdidas económicas es el resultado de esta pandemia OMT (2020).

Nuestro país no ha sido la excepción, miles de personas fueron objeto de despidos a causa de la pandemia y el quiebre de muchas empresas, el sector de restauración en el país fue uno de los más afectados ya que al existir protocolos de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) estos no se los cumplía a cabalidad. Con el sistema de semaforización los establecimientos de alimentos se enfrentan a una nueva realidad, pero se ha evidenciado la existencia de falencias al momento de la reapertura, promoción, y comercialización de productos Asociación de Chefs del Ecuador (ACE, 2020).

Por tal motivo se ha planteado la siguiente pregunta de investigación, ¿Cuáles son las estrategias post COVID-19 requeridas para una adecuada operación de los establecimientos de alimentos en el cantón y provincia de Pastaza?

1.2. Objetivo general y específicos.

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Definir estrategias post COVID-19 para la operación de establecimientos de alimentos en el cantón y provincia de Pastaza.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión bibliográfica de la situación actual de los establecimientos de alimentos, para fundamentar la investigación.
- Caracterizar los procesos administrativos y operativos que se desarrollan en los establecimientos de alimentos.
- Proponer estrategias de adaptación a las condiciones actuales por parte de los establecimientos que brindan servicios de alimentación, en el cantón y provincia de Pastaza, para su reactivación.

1.3. Justificación

La presente investigación se enfocará en actualizar las condiciones actuales a las cuales se enfrentan los establecimientos de alimentos, ya que el mundo está atravesando por una situación complicada a todo nivel por la aparición de una pandemia que ha cobrado miles de vidas, lo cual ha traído consecuencias a nivel económico y social.

En la ciudad de Wuhan en el mes de diciembre de 2019 se identificó por primera vez el virus que por su apariencia se lo denominó Coronavirus, tres meses más tarde y después de haberse propagado en 100 países, la Organización Mundial de Salud la declaró como pandemia, afectando a todas las industrias a nivel mundial viéndose afectada en su mayoría el turismo, puesto que se cancelaron vuelos internacionales, nacionales y locales, lo que provocó el cierre de restaurantes y demás eventos relacionados a las distintas modalidades turísticas obligando al mundo entero a entrar en cuarentena. Este virus tiene un bajo nivel de mortalidad, sin embargo, un alto nivel de contagio, la transmisión del COVID-19 se produce mediante micro gotas bucales que se emiten al toser, estornudar o hablar y que al ser despedidas por un portador pasa a otra persona mediante la inhalación o queda sobre objetos o superficies. El primer caso confirmado de COVID-19 en América Latina fue en Brasil, el 26 de febrero de 2020, días más tarde se confirmó el primer caso en Ecuador, esto conllevó a que el Gobierno Nacional declarara al país en emergencia sanitaria, no obstante en las empresas de alimentos y bebidas no cerraron completamente su producción, viéndose obligadas actualmente a laborar bajo la modalidad de Delivery o entrega a domicilio cumpliendo los debidos protocolos de seguridad establecidas por las instituciones involucradas.

La OMS se ha pronunciado en base a la transmisión de este virus a través de los alimentos y después de varios estudios se ha concluido que es poco probable que el COVID-19 se pueda contraer por los mismos, debido a que los coronavirus necesitan de un huésped animal o humano para poder multiplicarse.

En el país el gobierno ha decidido implementar un sistema de semaforización para el regreso a una nueva normalidad, siendo el color rojo el que más restricciones muestra, es así que los establecimientos de alimentos, que se ubiquen en cantones que se encuentren en este color de semaforización, atenderán únicamente con la modalidad “Delivery”, el color amarillo indica menos restricciones, entre las cuales se estipula que los establecimientos de alimentos podrán atender únicamente con el 30% de aforo y con estrictas medidas de bioseguridad y el color

verde en la semaforización establecida, tiene pocas restricciones, puesto que refiere que los establecimientos atenderán con el 50% de aforo y con estrictas medidas de bioseguridad, Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos (SNGRE, 2020).

Hay que indicar que la pandemia permanecerá mucho tiempo entre nosotros, por tanto, resulta necesario la adaptación de la población, la industria denominada HORECA debe desarrollar estrategias a todo nivel para poder seguir produciendo y a su vez contando con niveles óptimos que les permita ser competitivos en la industria.

CAPÍTULO 2

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La presente investigación tiene como propósito disminuir el nivel de contagios de COVID-19 en el momento en el que se restablezcan las actividades en los establecimientos de alimentos, para lo cual es necesario plantear mecanismos de adaptación que permita que las actividades se realicen de una manera profesional, propendiendo al cuidado de la salud de los clientes internos y externos.

En este contexto se incluyen definiciones, importantes para la investigación:

2.2. COVID-19 EN EL MUNDO

Uno de los principales orígenes de las enfermedades es la mala preparación de alimentos, el continente asiático se ha caracterizado por el consumo de varios animales silvestres no considerados en un adecuado sistema alimenticio, a causa de ello se presume que por el consumo de una especie silvestre "murciélago" con mala cocción, se propago a nivel mundial un virus denominado como COVID-19, puesto que según Palacios, Santos, Velázquez y Juárez (2020), descubren que la trasmisión de dicho virus es de origen zoonótico y que existe una estrecha similitud entre el coronavirus de murciélago y el COVID-19.

Desde el mes de noviembre del año 2019 lo que empezó con un pequeño brote aparente de neumonía se ha convertido en un problema mundial tanto social como económico, este virus fue denominado por la OMS (Organización Mundial de Salud) como pandemia, de acuerdo con Rojas, Jinez, Sorroza, y Sorroza (2020) manifiestan que una pandemia es un evento sanitario que pone en riesgo a todos los niveles de la sociedad, en enero del 2020, fue designado como COVID-19.

La población mundial entró en confinamiento debido a esta pandemia, algunos países hicieron caso omiso a las recomendaciones puestas por el OMS (Organización Mundial de Salud), en efecto actualmente existen alrededor de 11 millones de personas infectadas dando como resultado el colapso del sistema de salud en la mayoría de países y 545 mil muertes a nivel mundial.

El desempleo ha sido uno de los principales factores negativos que ha desencadenado esta pandemia, llevando al quiebre de varias empresas internacionales y nacionales quienes

sustentaban económicamente a familias de la sociedad alta media y baja. Ha cortado fuentes importantes de divisas en todas las industrias del mundo.

2.3. PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN DEL SECTOR DE ALIMENTOS.

Al referirse a un proceso, se pueden considerar las distintas etapas generales del proceso mencionadas por Deming:

- P – planear lo que necesito.
- H – hacer, controlar lo que se hace.
- V – verificar para asegurar.
- A – actuar para mejorar.

Partiendo del significado de proceso que según la ISO 9001 (2014), presenta que es una actividad interrelacionada y planificada que transforma los elementos de entrada en resultados y aportan un valor.

Existen dos procesos en el sector turístico que son los más importantes al momento de conducir una empresa, el *proceso operativo* que al ser el principal permite generar el servicio que se entrega al cliente y el *proceso administrativo* aprovecha cada elemento de la empresa como recursos humanos, materiales, técnicos, etc. Es así que Colorado (2009) propone los 5 puntos importantes para la administración de una empresa de Fayol las cuales son:

- PLANEAR – determinar lo que se va a hacer.
- ORGANIZAR – ordenar actividades para lograr objetivos.
- COORDINAR – obtener recursos para el adecuado funcionamiento de un organismo social.
- DIRIGIR - acción que debe realizar el administrador para que sus subordinados obtengan los objetivos propuestos.
- CONTROLAR – sistema para medir resultados y corregir errores con la finalidad de cumplir los objetivos.

El MINTUR (Ministerio de Turismo), ha operado en capacitaciones con los establecimientos de alimentos dando a conocer los protocolos dictados por la OMS.

2.4. SEGURIDAD ALIMENTARIA Y BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM).

En el ámbito culinario la seguridad alimentaria es de mucha importancia y utilidad pues de esto depende la salud de los clientes y sobre todo el éxito o fracaso de un establecimiento de alimentos, actualmente es obligación del empresario ser corresponsable con los suyos y con sus comensales a los cuales deberá ofertar, experiencias, calidad, calidez, y sobre todo salud. De este modo el Programa Especial para la Seguridad Alimentaria-PESA (2011) menciona que la seguridad alimentaria es un estado que todas las personas gozan, esto se logra cuando las personas tienen acceso a un alimento sano, que sea seguro y que aporte un valor nutritivo para que satisfaga las necesidades alimentarias y así tener una vida digna, llena de actividad y saludable.

Así pues, en un establecimiento de alimentos es de suma importancia conocer a los proveedores con los que trabaja, ya que la responsabilidad de un establecimiento es garantizar el producto que está ofertando, por tal motivo hay que conocer cuál es la trazabilidad de la materia prima, en este aspecto la norma ISO 9000:2015 (2016) hace referencia que la trazabilidad de un producto es el procedimiento que permite conocer la trayectoria que tiene un producto a lo largo de la cadena de suministros, desde que se origina hasta que está listo para el consumo. Finalmente se puede decir que trazabilidad no es seguridad alimentaria, pero si es una herramienta para conseguirla, un producto puede estar perfectamente trazado, pero no puede ser seguro, lo que permite la trazabilidad es retirarlo rápidamente de la cadena alimentaria.

No es posible garantizar el estado de seguridad alimentaria en un establecimiento de alimentos sin antes ejercer Buenas Prácticas de Manufactura, pues estas dos normas van de la mano, las BPM según el Ministerio de Salud Pública-MSP (2020) son normas que regulan principalmente a los establecimientos que procesan alimentos, basándose en los principios de higiene, limpieza y desinfección y que garantizan la calidad y seguridad alimentaria. Las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) son una herramienta principal para poder obtener productos inocuos ya que garantizan que dichos productos se fabriquen en favorables condiciones sanitarias.

2.5. ESTRATEGIAS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR DE ALIMENTOS.

Se habla de estrategia a un objetivo que se crea con el fin de perfeccionar con actividades una empresa, esto acata que la empresa elabore planes de desarrollo que pueda llevarla al éxito. Existen diferentes clasificaciones de estrategias propuestas por Raffino (2020), estas son:

- **ESTRATEGIAS FUNCIONALES** – están enfocadas en el objetivo específico, determinan las tareas que se deben cumplir para tener éxito.
- **ESTRATEGIAS OPERACIONALES** – se orientan a las actividades cotidianas de la empresa, es decir a su protocolo y sus procedimientos.
- **ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES** – se centran en el orden jerárquico de la empresa.
- **ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS** – apuntan a la publicidad y a marketing digital.

Hoy por hoy los establecimientos de alimentos se ven en la necesidad de limitar ciertas atenciones del servicio por prevención, tomando en cuenta los protocolos de bioseguridad brindados por el MINTUR actualmente en la relación establecimiento-cliente y viceversa existe una traba para recibir una atención habitual, por ende, las estrategias que deben tomar los establecimientos tienen que ser innovadoras para poder así llegar al cliente de una manera más puntual.

En este contexto es oportuno conocer sobre estrategias de marketing que de acuerdo a Ticona (2017) menciona que es una función de mercadeo, para diseñarlas principalmente se debe conocer el perfil del consumidor y posterior a ello diseñar estrategias que satisfagan sus necesidades. Para efectuar estas estrategias hay que basarse en cuatro aspectos primordiales que son:

- PRODUCTO – bien o servicio a ofrecerse.
- PRECIO – valor monetario asignado a este servicio/producto.
- PLAZA – puntos de venta, oferta e intercambio del servicio/producto.
- PROMOCIÓN – canales utilizados para dar a conocer el servicio/producto al consumidor.

En el contexto de estrategias de reactivación es oportuno conocer, ¿qué es economía?, pues Beker y Mochón (1996) menciona que se domina de la manera en que se administran unos recursos escasos con el fin de producir bienes y servicios para distribuirlos, y poder consumirlos y garantizar el consumo de los miembros de una sociedad, esto a través de su

propia fuerza de trabajo y no perder de vista una mejor calidad de vida y satisfacer sus necesidades.

Ahora pues las necesidades que tiene el ser humano son varias dependiendo de cada autor, tomando el concepto de Beker y Mochón (1996) ***Necesidad es la sensación de falta o carencia de algo, unida al deseo de satisfacerla***, esta se divide en:

- SEGÚN DE QUIEN SURGEN:
    - NECESIDADES DEL INDIVIDUO
        - Naturales
        - Sociales
    - NECESIDADES DE LA SOCIEDAD
        - Colectivas
        - Públicas
- SEGÚN SU NATURALEZA:
    - NECESIDADES VITALES O PRIMARIAS
    - NECESIDADES CIVILIZADAS O SECUNDARIAS

Al igual se debe considerar estrategias para una reactivación económica favorable, siendo esta la que ayuda al fortalecimiento y modernización de la gestión financiera y promueve a un desarrollo económico, en el cual se requiere la participación de los emprendimientos, actualmente es un riesgo para la salud en el caso de contagios por COVID-19 pero necesario para dinamizar y solventar económicamente al país.

CAPÍTULO 3
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. LOCALIZACIÓN

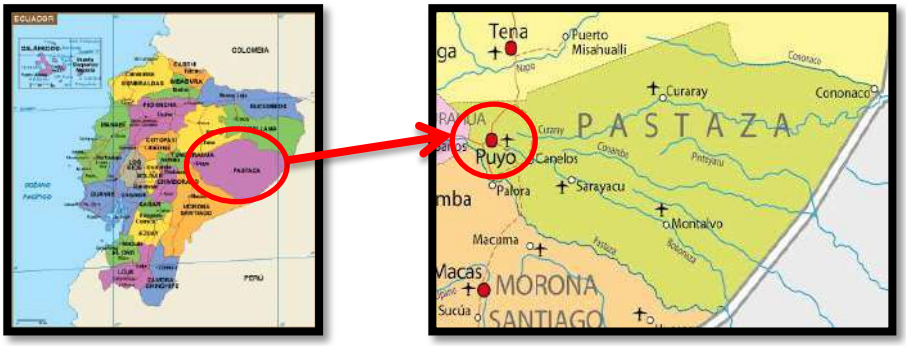
La investigación se realizó en el cantón Pastaza, el cual se ubica en las estribaciones orientales de la Cordillera de los Andes, en una latitud: 0° 59' 1" S y longitud: 77° 49' 0" W, cuenta con un clima subtropical húmedo, una temperatura media que fluctúa entre 18° C y 25° C. Al igual que la mayoría de las provincias Amazónicas posee un clima tropical húmedo, es poseedor de una amplia gama de biodiversidad ecológica y antropológica. Está ubicada en la zona central de la Amazonía, su cabecera cantonal es la ciudad de Puyo. Pastaza es uno de los accesos más importantes hacia la Amazonía ecuatoriana, según el Instituto de Estadísticas y Censos-INEC (2010), indica que la población asciende a un total de 83933 habitantes, siendo el 35.2 % perteneciente a grupos indígenas y el 58.5% es mestiza, posee con una gran diversidad étnica ya que cuenta con 7 nacionalidades indígenas en toda la provincia (GAD Pastaza, 2015).

Tabla 1: Límites de la ciudad de Puyo

LÍMITES	
NORTE	Cantón Arajuno
SUR	Provincia de Morona Santiago
ESTE	República del Perú
OESTE	Cantones Mera y Santa Clara

Fuente: *Adaptado de* (GAD Pastaza, 2015)

Gráfico 1: Mapa del Ecuador y Pastaza



Fuente: *Adaptado de* (GAD Pastaza, 2015)

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN:

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó el método cualitativo, el cual según Gialdino (2006) indica que se refiere a diversos tipos de tradiciones y perspectivas, además de utilizar un vocablo comprensivo que puede referir a diversidad de enfoques y orientaciones, es decir es necesario indagar e intentar interpretar los diferentes fenómenos que las personas lo otorguen. Una investigación cualitativa abarca la recolección de diferentes materiales empíricos.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El tipo de investigación que se utilizó de tipo descriptivo, puesto que según Salinas (2012), se refiere a la descripción de un acontecimiento pasado que deberá ser nuevo para la ciencia. Para realizar esta investigación se parte del supuesto que el presente estudio no ha sido analizado con anterioridad. No obstante, se da como válido la descripción de algo ya descrito, la variación puede ser planeada o no, en base a esto se conseguirá características completamente distintas a la que persigue el investigador.

Para poder realizar esta investigación fue necesario partir de una búsqueda documental del tema, y de análisis previos ya realizados durante los últimos semestres de la carrera, por parte de los autores, para de esta manera consolidar la investigación. Este tipo de investigación incluye la investigación documental.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación fue documental, en este contexto los autores, Castillo (2004-2005); Molina (1989), definen que es una operación de tratamiento que está encaminada a representar a un documento, además de ser una operación intelectual que tiene como objetivo generar un documento secundario. Una persona que realiza análisis

documental tiene que realizar procesos de intérprete de los documentos y posteriormente esquematizarlos. Se basa en el análisis de diferentes teorías, para llegar a una propia, el documentalista que desee aplicar esta técnica es necesario que defina el enfoque y el análisis.

El proceso de análisis documental requiere utilizar estrategias que sean especializadas en varios puntos, entre ellos tenemos la búsqueda, la selección, la organización y el análisis de varias producciones escritas.

En lo que respecta a la investigación para el desarrollo del primer objetivo específico se realizaron búsquedas en el internet a través de páginas oficiales de las entidades públicas, tales como el Ministerio de Turismo, Ministerio de Salud, entre otros, para la recopilación de información que permita contextualizar el objeto de estudio.

Para el desarrollo del segundo objetivo específico, se realizó un análisis de flujogramas de procesos administrativos y operativos establecidos por las entidades de prestación de servicio de alimentos que se encuentren actualmente con información en plataformas virtuales, las cuales se encontraron a través del catastro turístico, así como recurrió a trabajos de investigación y recopilación de información, realizados previamente como parte de las asignaturas de la formación curricular.

Para dar cumplimiento a lo establecido en el tercer objetivo específico, fue necesario diseñar una matriz FODA, con la información recopilada, y posterior a ello se establecieron las estrategias, sobre la base de la evaluación de matrices de factores internos y externos (MEFE y MEFI).

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

Objetivo específico 1.

Revisión bibliográfica de la situación actual de los establecimientos de alimentos.

En el marco de la presente investigación y los objetivos planteados en el caso del primer objetivo específico planteado en la investigación se procedió a realizar revisión bibliográfica de una serie de documentos a su vez se realizó el análisis del catastro de los establecimientos de alimentos a través de la plataforma digital del MINTUR para tener una visión más clara de los establecimientos de alimentos que se encuentran actualmente registrados en el cantón Pastaza.

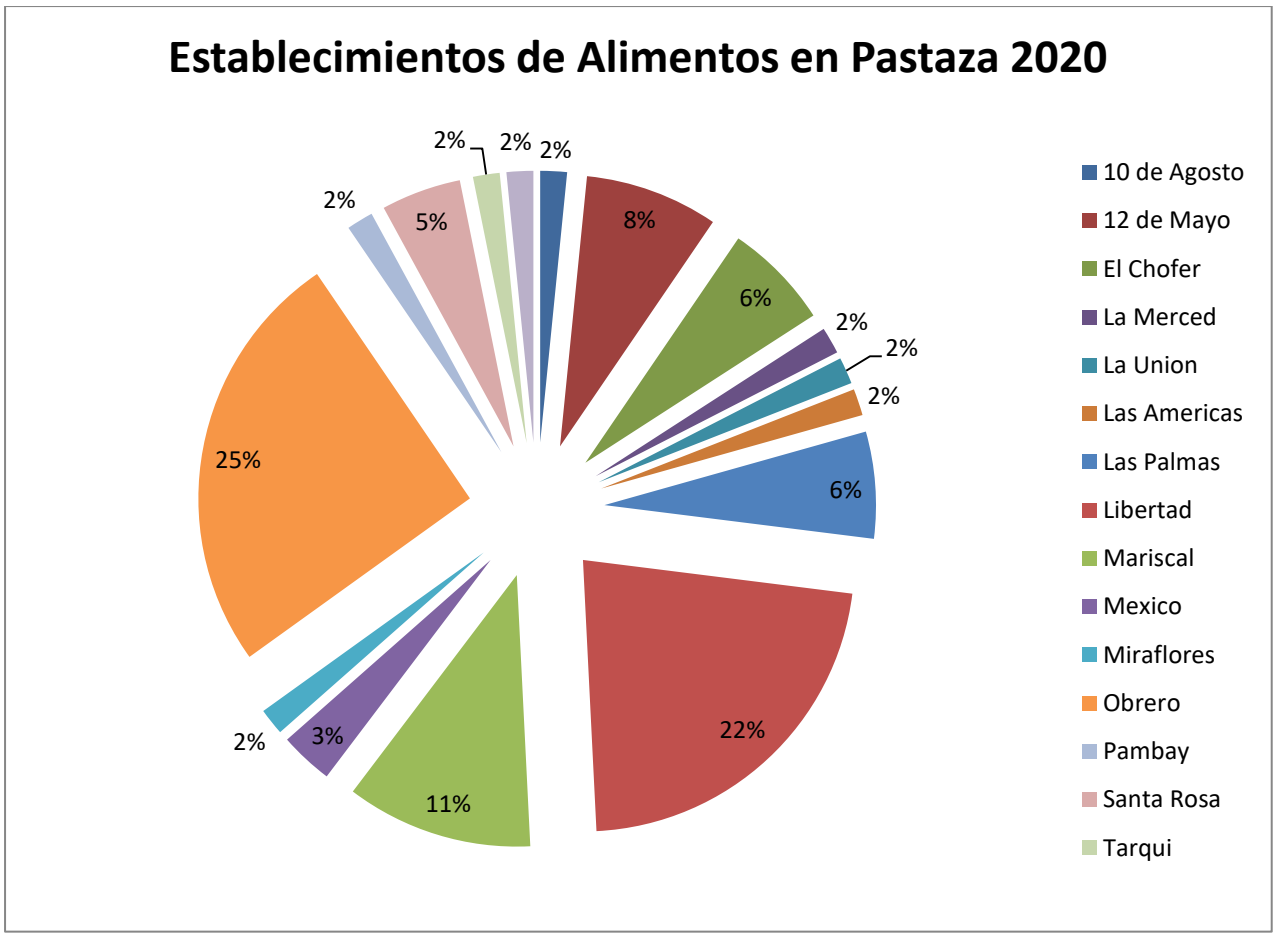
Cabe mencionar que la gastronomía Amazónica ha existido desde hace miles de años, la misma alimentación se basa en el consumo de alimentos tales como animales de monte, especies de río, vegetales, infusiones de raíces y cortezas, tubérculos entre otros, las comunidades indígenas basan su alimentación en la agricultura, caza y pesca de diferentes especies, a su vez con el paso del tiempo se ha venido reforzando a través de una mejora continua al momento de preparar una serie de platillos con la variedad de productos locales y la fusión de otros elementos externos tal es así, como el plato símbolo del cantón Pastaza el mismo que tiene influencia de productos de las diferentes zonas de nuestro país el denominado tradicionalmente como volquetero, el mismo que data una fusión de productos de todas las regiones del Ecuador, el atún por la región Litoral, el plátano de variedad yurimagua por la región Amazónica, el chocho, el maíz de tostado, la cebolla colorada o paiteña y el tomate por la región Andina, la variedad de productos locales han sido participes para brindar una excelente experiencia culinaria a turistas tanto extranjeros como nacionales. De acuerdo al estudio realizado en el libro o investigación denominada “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE GATRONOMÍA TRADICIONAL EN LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA” a la población en el cantón de Pastaza por VELASCO (2017), manifiesta que un 70% de la población local acude a restaurantes regularmente, esto nos da una clara visión de la variedad de establecimientos y rica oferta gastronómica existente en el cantón.

Los establecimientos de alimentos y bebidas se rigen de acuerdo al reglamento turístico de alimentos y bebidas aprobado por el MINTUR en el año 2018, el mismo que tiene por objeto

regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer requisitos para el debido funcionamiento de los establecimientos en el territorio nacional, en el Art. 18 de este reglamento se establecen las diferentes categorizaciones de un establecimiento.

De acuerdo al catastro turístico del 2020 (ver apéndice A) existen 119 establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el cantón Pastaza, de los cuales 63 establecimientos que prestan el servicio de alimentación están distribuidos en 55 restaurantes y 8 cafeterías, los mismos que actualmente ofrecen su servicio a la población en distintos barrios, la mayor concentración de establecimientos en el cantón es en el barrio el Obrero con un 25% seguido del barrio La Libertad con un 22% a diferencia que en los barrios 10 de Agosto, La Merced, La Unión, Las Américas, Miraflores, Pambay, Tarqui y Vicentino se registra únicamente el 2% de establecimientos de alimentos en cada uno, conforme se detalla en el gráfico #2: Establecimientos de Alimentos en Pastaza 2020, cabe recalcar los datos citados corresponden hasta el mes de marzo del 2020.

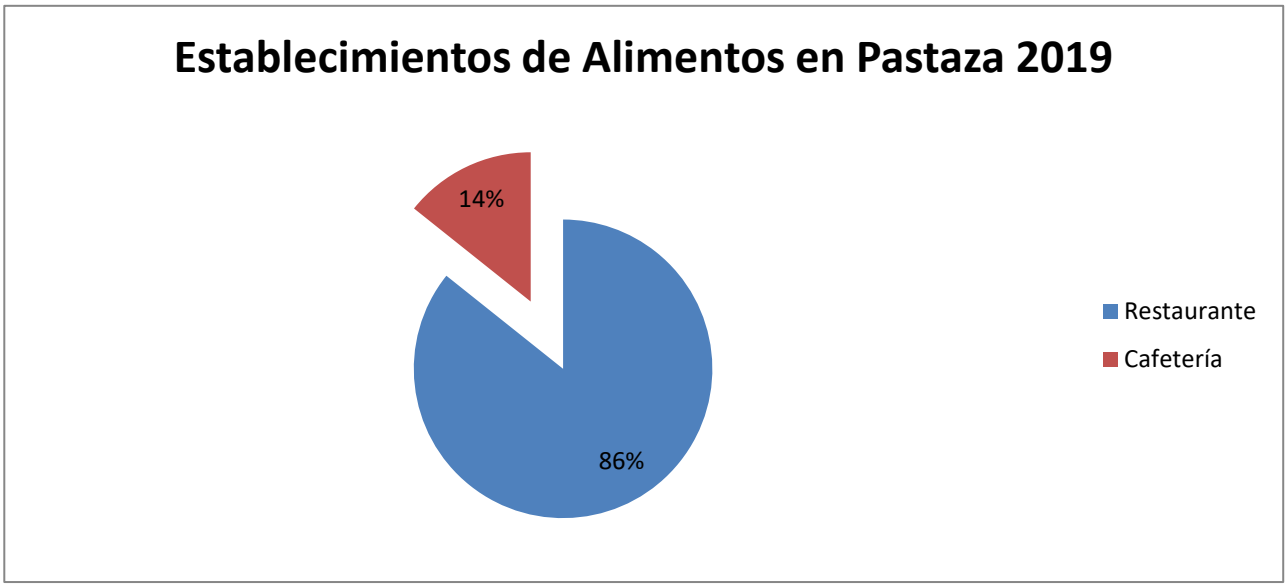
Gráfico 2: Establecimientos de Alimentos en Pastaza 2020



Fuente: *Adaptado de* Catastro Turístico (MINTUR, 2020)

Los establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Pastaza registrados en el Catastro Turístico 2019 (ver apéndice B), en su totalidad fueron 137, de los cuales 77 prestan servicios de alimentación (restaurantes y cafeterías), distribuidos de la siguiente manera, 66 establecimientos son restaurantes equivalente al 86% y 11 establecimientos son cafeterías equivalente al 14%, realizando un análisis comparativo de los años 2019 y 2020 se puede observar que existe un cierre de 14 establecimientos los mismo que son 11 restaurantes y 3 cafeterías, información que se sintetiza en el Gráfico #3: Establecimientos de Alimentos en Pastaza 2019.

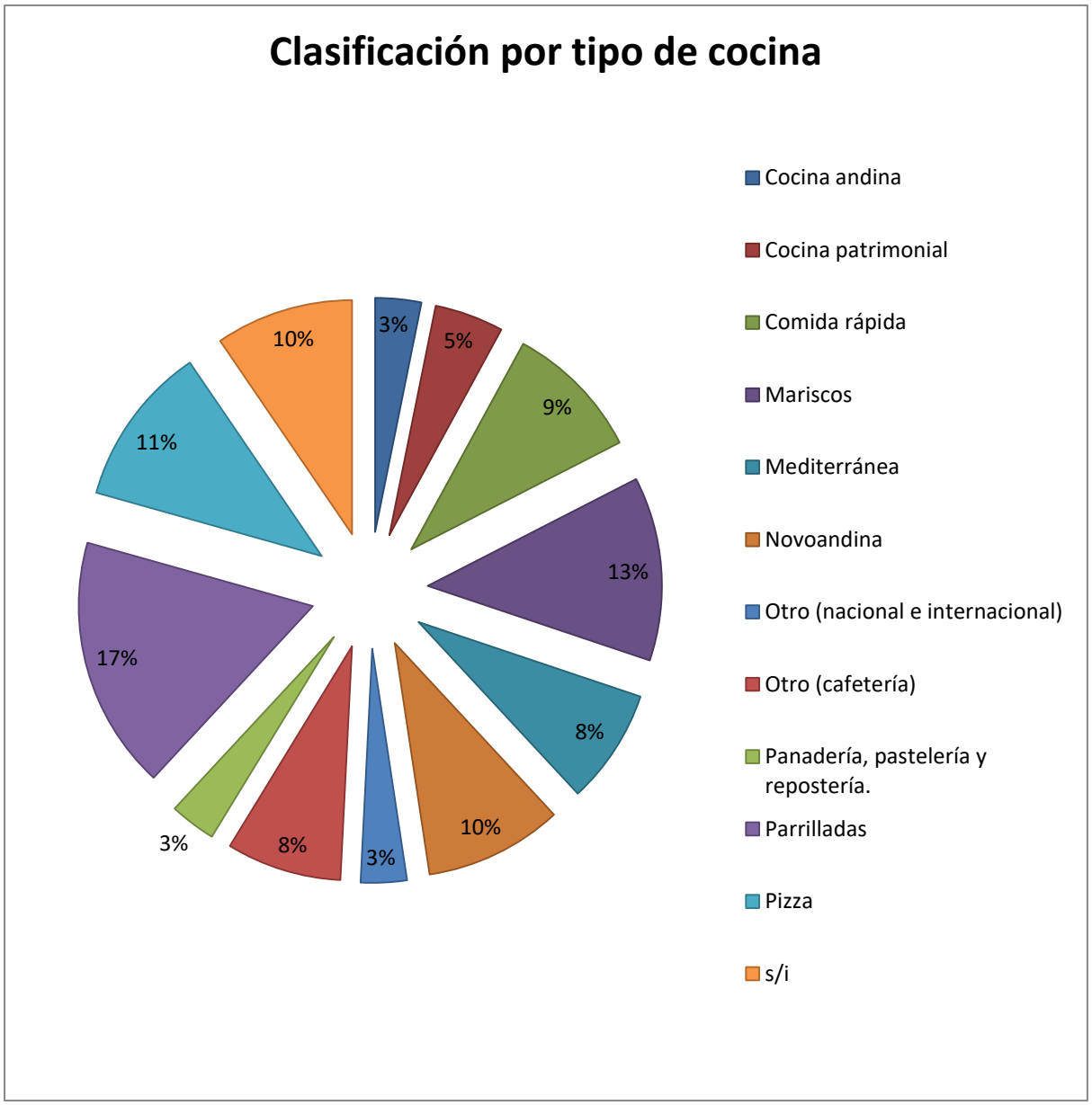
Gráfico 3: Establecimientos de Alimentos en Pastaza 2019



Fuente: *Adaptado de* Catastro Turístico 2019.

De acuerdo a la clasificación por tipo de cocina establecido en el "Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas", en el cantón Pastaza se logró identificar que en su mayoría existen restaurante con tipo de cocina "Parrillada" siendo 11 establecimientos equivalente a un 17%, y con un tipo de cocina "Mariscos" 8 establecimientos cuentan equivalente a un 13%, al igual existe un escaso número de establecimientos con tipo de cocina "Andina", "Nacional e Internacional" y "Panaderías, pastelería y repostería" siendo un total de 2 establecimientos equivalentes a un 3% por cada tipo, ver Gráfico #4: Clasificación por tipo de cocina.

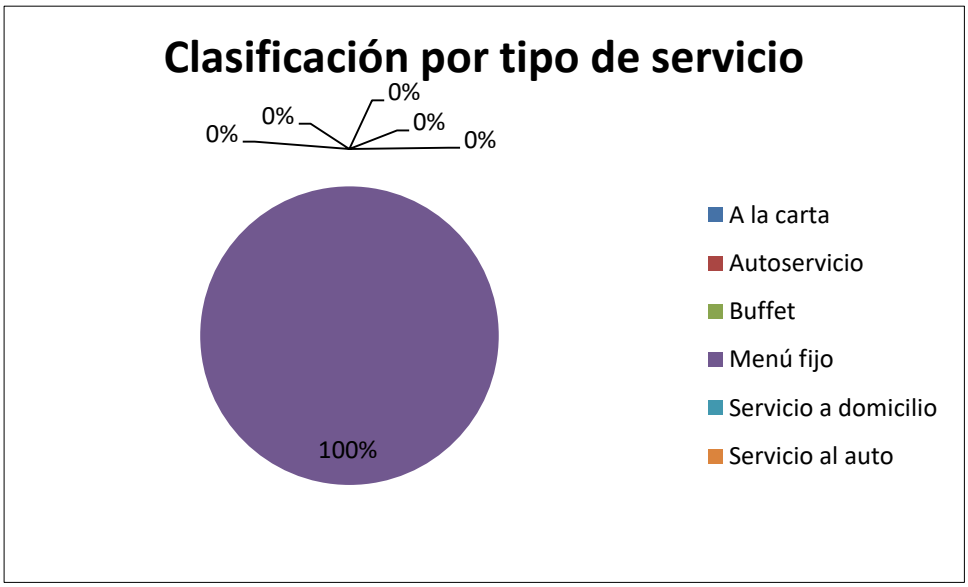
Gráfico 4: Clasificación por tipo de cocina



Fuente: *Adaptado de* Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

Conforme al Art. 15 del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, mismo que suscribe la clasificación por tipo de servicio, los establecimientos del cantón Pastaza han sido previamente clasificados dando como resultado a un 100% de establecimientos que brindan un servicio con menú fijo (Gráfico #5: Clasificación por tipo de servicio), mismo que consiste en una lista de platos exhibidos directamente en la mesa del consumidor.

Gráfico 5: Clasificación por tipo de servicio



Fuente: *Adaptado de* Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

Delegados oficiales el MINTUR a través de entrevistas en plataformas digitales se han pronunciado en base al tema de la reactivación del área de alimentos (restaurantes y cafeterías), todos coinciden en que la única forma de reactivar este sector es siendo responsables y corresponsables con los clientes mediante el estricto cumplimiento del "Protocolo de reapertura para establecimientos de alimentos y bebidas" establecido por el MINTUR del país, es así que se habla de una posible certificación a los establecimientos que cumplan con todas las normas establecidas en dicho protocolo.

Después de realizar una revisión bibliográfica de los establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Pastaza, se pudo identificar que existe gran variedad de gastronomía en el mismo, pues es una de las provincias más diversas en flora y fauna del país, además se logró identificar que actualmente existen 77 establecimientos que prestan el servicio de alimentación como tal, por motivo de la pandemia a causa del COVID – 19 en el cantón ha existido un cierre de 14 establecimientos pues los motivos son varios, entre ellos el pago de arriendos, cubrir pagos a nómina de trabajadores, gastos en instituciones financieras y más. En base a los datos registrados en el catastro del año 2020 esta es la realidad que vive el cantón Pastaza.

Objetivo específico 2:

Caracterización de los procesos administrativos y operativos que se desarrollan en los establecimientos de alimentos.

En el caso del segundo objetivo específico planteado en la investigación se procedió a caracterizar los procesos administrativos y operativos que se desarrollan en los establecimientos de alimentos mediante la revisión de documentos digitales relacionados al tema.

Los procesos administrativos son el conjunto de etapas que se efectúan para llevar a cabo un objetivo y aprovecha cada elemento de la empresa como recursos humanos, materiales, técnicos, etc. Se proponen 4 etapas importantes para un proceso administrativo eficiente:

1. **PLANEAR**

   Se efectúa a través del desarrollo de un plan que permitirá cumplir objetivos y metas, además, incluirá métodos a cumplirse para llevarlos a cabo, esta etapa es la base para dar cumplimiento a las demás funciones administrativas ya que permite minimizar los riesgos que pueden afectar a futuro a la empresa.

   Para dar cumplimiento a esta etapa es recomendable seguir una serie de actividades puntuales tales como: estipular objetivos y metas que el establecimiento desea lograr en un futuro, posterior a ello realizar un pronóstico de lo que se pretende lograr con el plan efectuado, seguido se deberá crear una estrategia la misma que contendrá métodos y técnicas que se llevarán a cabo para dar cumplimiento a dicha estrategia, finalmente operar en posibles problemas futuros.

2. **ORGANIZAR**

   Establecer actividades a los grupos de trabajo del establecimiento, según las actitudes y aptitudes de cada empleador con la finalidad de asignar un objetivo a cada área y así minimizar gastos y se garantizará la satisfacción de cada empleado, para cumplir esta etapa se sugieren las siguientes actividades; es de suma importancia seleccionar trabajadores que cuenten con el perfil indicado con el puesto a desarrollar, incluir las tareas en las áreas respectivas, elegir un jefe administrativo en cada sector y finalmente dotar de materiales y recursos necesarios a cada área.

3. **EJECUCIÓN**

   Para el desarrollo de esta etapa se deberá contar con un gerente con capacidad de dirigir, tomar decisiones y brindar su apoyo a todos los sectores laborales. En esta etapa se pretende dar inicio a las actividades designadas a todos los grupos de trabajo para que, de este modo se realicen labores de manera eficaz, cada trabajador se encuentra regido por una norma que mejora su funcionamiento laboral, las actividades que deberá cumplir la etapa de ejecución son: motivar constantemente al personal, además se deberá cubrir el sueldo que corresponde a toda la nómina de empleados, prestar atención que ningún empleado tenga necesidades, finalmente se debe garantizar una comunicación entre todas las áreas.

4. **CONTROLAR**

   Esta etapa tiene como finalidad garantizar el éxito de la empresa, pues es una tarea administrativa que se la debe ejercer de manera profesional y de una forma muy transparente, del mismo modo identificar las debilidades y fortalezas de la empresa, para desarrollar esta etapa es recomendable, diferenciar resultados, evaluarlos y examinarlos, finalmente, poner en marcha el plan de corrección creado.

Los procesos operativos de acuerdo al estudio realizado por Chancay y Delgado (2015) mismo que titula "GESTIÓN OPERATIVA DE RESTAURANTES PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS GASTRONÓMICOS EN LA PARROQUIA CALCETA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ", menciona que son diferentes métodos, mismos que permiten que una actividad se la desarrolle con efectividad, en la misma investigación se menciona que existen tres procesos operativos esenciales en el área de alimentos los mismo que son:

- COMPRAS Y ALMACENAMIENTO – la recepción o compra de alimentos es la etapa donde el establecimiento requiere saciarse de materia prima, la cual deberá ser cuidadosamente verificada antes de su adquisición, al momento que la materia prima llega al establecimiento se procederá a realizar la respectiva desinfección de toda la mercadería, el etiquetado es muy importante ya que así se podrá evitar pérdidas de productos, uno de los métodos de etiqueta son los PEPS (primero en entrar, primero en salir) y UEPS (últimos en entrar y primeros en salir), mismos que hacen referencia al correcto almacenamiento de la materia prima.

- PROCESAMIENTO O MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS – el establecimiento para el desarrollo de esta etapa deberá esencialmente realizar diferentes actividades como, el uso de un uniforme apto para la cocina el mismo que deberá consistir de gorro, cofia o toca que cubra el cabello, chaqueta y pantalón cómodos y versátiles, calzado antideslizante para evitar caídas; un correcto lavado de manos con abundante agua y jabón por un tiempo estimado de 30 a 40 segundos y desinfección de manos con alcohol de concentración al 70%; posterior a ello se deberá desinfectar los productos a utilizar con las especificaciones (ver tabla # 2), para una correcta preparación del alimento es necesario contar con un mise en place (puesta a punto) que refiere a tener la materia prima pre-elaborada para la rápida producción de un plato.

Tabla 2: Soluciones químicas para desinfectar.

PRODUCTO	USO	CANTIDAD	AGUA/LITROS	TIEMPO
HIPOCLORITO DE SODIO	Frutas y verduras	7.5 ml	10 lt	2 a 5 min
	Utensilios y equipos	240 ml	5 lt	2 a 5 min
AMONIO CUATERNARIO	Frutas y verduras	20 ml	10 lt	1 a 3 min
	Utensilios y equipos	60 ml	10 lt	1 a 3 min
PERÓXIDO DE HIDRÓGENO	Frutas y verduras	0,85 lt	10 lt	1 a 3 min
	Utensilios y equipos	1,66 lt	5 lt	1 a 3 min

Fuente: *Adaptado de* (HORECA, 2020)

- SERVICIOS AL CLIENTE – para un correcta atención al cliente el establecimiento deberá contar con personal calificado para esta actividad, misma que requiere de diferentes pasos como son, mantener el área de restauración limpia y desinfectada 30 minutos antes de empezar la actividad; al recibir al cliente se lo deberá hacer con cortesía y elegancia, dirigiendo al cliente a su respectiva mesa; tomar el pedido correctamente es un punto clave para una buena satisfacción del mismo; para la entrega del pedido se deberá siempre tomar en cuenta que se sirve por el lado derecho del cliente, se da preferencia a los niños, mujeres y adultos mayores; con amabilidad receptar el pago continuo del agradecimiento y despedida; finalmente y muy importante levantar la mesa usada y prepararla para un posible nuevo cliente.

De acuerdo a Chancay y Delgado (2015) mencionan que los procesos operativos son diferentes métodos, mismos que permiten que una actividad se la desarrolle con efectividad, en la misma investigación se menciona que existen tres procesos operativos esenciales en el

área de alimentos los mismo que son: compras y almacenamiento, procesamiento o manipulación de alimentos y servicio al cliente, a diferencia que Ayala (2018) en su investigación titulada "ANÁLISIS DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS DEL RESTAURANTE "FARSI" UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO EN LA PARROQUIA KENNEDY PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE ESTANDARIZACIÓN EN SUS ÁREAS", hace mención que existen tres procesos operativos estandarizados en un establecimiento de alimentos y bebidas, los mismos que son:

1. **Área de cocina:** zona industrial donde se convierten los alimentos en platos elaborados que serán servidos a un consumidor.
   - 1.1. **Documentación:** deberá generar documentos en los cuales se estandaricen las recetas, mismas que deberán contar de: unidad de medida, tipo de ingrediente, cantidad y modo de preparación.
   - 1.2. **Manipulación de alimentos:** en el establecimiento deberá existir un protocolo adecuado para la correcta manipulación de alimentos mismo que incluirá el correcto lavado de manos y el indispensable uso del uniforme.
2. **Manejo de Bodega:** función de organización para evitar la pérdida de materia prima y mantener un orden adecuado.
   - 2.1. **Documentación:** los establecimientos deberán tener un control de inventario de todos los productos que ingresen, se utilicen, o cumplan su tiempo de utilidad.
   - 2.2. **Rotación de inventario y proveedores:** para garantizar que la preparación de alimentos sea con productos frescos se deberá tener una correcta rotación de inventario utilizando los métodos PEPS y UEPS, del mismo modo se seleccionarán de buena manera a los proveedores.
   - 2.3. **Almacenamiento:** el correcto almacenamiento de productos garantizará que el consumidor no contraiga alguna enfermedad de transmisión alimentaria (ETA), para evitar esto se deberá almacenar la materia prima correctamente respetando las temperaturas de peligro, congelación de 0° C a -18° C, refrigeración de 0° C a 5° C, además del correcto almacenamiento en los diferentes contenedores separando la materia prima.
3. **Atención al cliente:** interacción de un establecimiento con el cliente, misma que busca satisfacer las necesidades de manera eficiente.

3.1. Tiempos de servicio: el establecimiento deberá contar con un estándar de tiempo determinado para brindar el servicio al cliente.

3.2. Protocolo de servicio: se deberán desarrollar habilidades técnicas para la correcta atención del cliente desde su entrada hasta su salida del establecimiento.

Sin embargo, la mejor opción que se ha seleccionado para esta investigación es la planteada por Chancay y Delgado (2015), ya que se acerca más a la realidad que viven los establecimientos, manteniendo una organización mejor estructurada.

A continuación, en la Tabla #3: PROCESOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS, se presenta un resumen de los procesos administrativos y operativos que debe cumplir un establecimiento de alimentos al momento de prestar servicio al público.

Tabla 3: PROCESOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS

PROCESO OPERATIVO		ACTIVIDADES
1	COMPRAS Y ALMACENAMIENTO	1. Aceptación y rechazo de productos.
		2. Recepción.
		3. Etiquetado.
		4. Almacenamiento.
2	PROCESAMIENTO O MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	1. Correcto uso de uniforme.
		2. Lavado y desinfección de manos.
		3. Lavado y desinfección de utensilios y productos.
		4. Producción de mise en place.
		5. Preparación del alimento.
		6. Producción del plato.
3	SERVICIO AL CLIENTE	1. Limpieza del área de restaurante
		2. Recibir al cliente.
		3. Presentación del menú.
		4. Tomar el pedido.
		5. Entregar el pedido.
		6. Recepción de pago.
		7. Agradecimiento y despedida.
		8. Levantar la mesa.

PROCESO ADMINISTRATIVO		ACTIVIDADES
1	PLANEAR	1. Establecer objetivos y metas.
		2. Pronosticar lo que se desea lograr.
		3. Crear estrategias.
		4. Operar.
2	ORGANIZAR	1. Seleccionar trabajadores.
		2. Asignar actividades.
		3. Elegir jefe administrativo.
		4. Dotar de materiales y recursos.
3	EJECUCIÓN	1. Motivar al personal.
		2. Cubrir sueldo de nómina.
		3. Prestar atención a los empleados.
		4. Garantizar la comunicación.
4	CONTROLAR	1. Identificar fortalezas y debilidades.
		2. Diferenciar resultados.
		3. Evaluar y examinar.
		4. Desarrollo del plan.

Objetivo específico 3:
Propuesta de estrategias de adaptación a las condiciones actuales por parte de los establecimientos que brindan servicios de alimentación, en el cantón y provincia de Pastaza, para su reactivación.

Para dar cumplimiento al último objetivo, se realizó una matriz FODA, la misma que consta de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los establecimientos de alimentos en la actualidad frente al COVID–19, de este modo se pudo realizar un diagnóstico global y posterior a ello proponer estrategias para mejorar la situación de la industria alimentaria en el cantón Pastaza. Ver tabla #4: Matriz FODA

Tabla 4: MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Definir menús cortos sin perder la calidad de productos. 2. Poner en práctica los protocolos de bioseguridad establecidos por las entidades de control. 3. Mantenimiento constante de máquinas en el establecimiento. 4. Desarrollar productos con empaques al vacío en cocción media. 5. Manejar stocks bajos. 6. Fidelizar al cliente. 7. Mantener capacitado al personal. 8. Procurar buena estética al momento de enviar Delivery. 9. Mantener informado al cliente por redes sociales lo que el establecimiento realiza para cuidar la salud del mismo. 10. Conocer el origen del producto (trazabilidad).	1. Semaforización cantonal de acuerdo al COE. 2. Contar con transporte que genere confianza. 3. Mantener comunicación constante con el cliente. 4. Seleccionar proveedores. 5. Estudio de mercado para conocer el nuevo perfil del cliente. 6. Contar con servicios de desinfección continua. 7. Contar con facturación electrónica. 8. Reapertura de establecimientos con aforos limitados. 9. Cumplir con los requisitos actuales puestos por la OMS. 10. Tendencia actual de consumo de productos locales y nacionales

DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Perder clientes por incumpliendo de protocolos. 2. Incumplimiento de protocolos por parte de los empleados o colaboradores. 3. Falta de empleados o colaboradores por miedo al contagio. 4. Irresponsabilidad por parte de los proveedores. 5. Falta de marketing digital. 6. Poco apoyo que reciben los establecimientos de restauración por parte del gobierno. 7. El producto ofertado no cumpla las expectativas del cliente. 8. No contar con personal calificado que cuente con el perfil adecuado. 9. Pérdida del capital por mala inversión. 10. Perder clientes por disminución de aforo.	1. Distanciamiento entre personas. 2. Competencia desleal. 3. Excesiva demanda de ventas informales. 4. Baja economía. 5. Brindar atención a clientes contagiados de Covid-19. 6. Desconfianza de las personas al elegir un establecimiento de alimentos. 7. Eliminación de reuniones masivas. 8. Reducción del aforo. 9. Aumento de costos en materia prima. 10. Aumento de impuestos.

Se realizó la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) la misma que tiene por objetivo principal realizar una auditoria interna de un establecimiento, pues se analiza las fortalezas y debilidades mencionadas en la matriz FODA, aquí se realiza un análisis por medio de ponderaciones, en primer lugar se asigna un peso a cada a cada factor, el mismo que va de 0.0 (no tiene importancia) a 1.0 (muy importante) cabe recalcar que la suma total de los pesos entre fortalezas y debilidades debe dar un valor total de 1.0, seguido se asigna una clasificación a cada factor con una ponderación de 1 y 2 a cada debilidad y de 3 y 4 a cada fortaleza como segundo paso se realiza la multiplicación entre el peso y la clasificación, finalmente se realiza un valor ponderado de cada variable y se suma dichos valores para obtener un valor total.

Tabla 5: MATRIZ MEFI

FACTOR A ANALIZAR MATRIZ MEFI	PESO	CLASIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Definir menús cortos sin perder calidad la de productos.	0,02	3	0,06
2. Poner en práctica los protocolos de bioseguridad establecidos por las entidades de control.	0,09	4	0,36
3. Mantenimiento constante de máquinas en el establecimiento.	0,02	3	0,06
4. Desarrollar productos con empaques al vacío en cocción media.	0,06	3	0,18
5. Manejar stocks bajos.	0,05	3	0,15
6. Fidelizar al cliente.	0,05	3	0,15
7. Mantener capacitado al personal.	0,06	4	0,24
8. Procurar buena estética al momento de enviar Delivery.	0,05	3	0,15
9. Mantener informado al cliente por redes sociales lo que el establecimiento realiza para cuidar la salud del mismo.	0,05	3	0,15
10. Conocer el origen del producto (trazabilidad).	0,07	3	0,21
SUBTOTAL DE FORTALEZAS			1,71
DEBILIDADES			
1. Perder clientes por incumpliendo de protocolos.	0,07	2	0,14
2. Incumplimiento de protocolos por parte de los empleados o colaboradores.	0,07	2	0,14
3. Falta de empleados o colaboradores por miedo al contagio.	0,04	1	0,04
4. Irresponsabilidad por parte de los proveedores.	0,05	2	0,1
5. Falta de marketing digital.	0,05	2	0,1
6. Poco apoyo que reciben los establecimientos de restauración por parte del gobierno.	0,01	1	0,01
7. El producto ofertado no cumpla las expectativas del cliente.	0,05	2	0,1
8. No contar con personal calificado que cuente con el perfil adecuado.	0,05	2	0,1
9. Pérdida del capital por mala inversión.	0,05	2	0,1
10. Perder clientes por disminución de aforo.	0,04	1	0,04
SUBTOTAL DE DEBILIDADES			0,87
TOTAL	**1,00**		**2,58**

Tomando en cuenta que los valores totales que se encuentren por debajo 2.5 caracterizan a las organizaciones como débiles en lo interno, mientras que los totales que se encuentren por encima del 2.5 se considera como una posición interna muy fuerte, la tabla anterior se interpreta de la siguiente manera, las fortalezas que tienen los establecimientos son altas pues tiene un promedio ponderado de 1.71 contra un 0.87 de promedio en debilidades, es decir los establecimientos tienen una fuerza interna favorable pues su valor total es de 2.58.

A continuación se realizó la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) esta matriz realiza un análisis de los factores que rodean a la empresa, aquí se analiza las oportunidades y las amenazas que tiene un establecimiento y se asigna un valor de la misma manera que el análisis MEFI, se asigna un peso que va de 0.0 (no tiene importancia) a 1.0 (muy importante) del mismo modo la suma total de los pesos entre las oportunidades y amenazas debe dar un total de 1.0, a diferencia de la matriz anterior a esta se asigna una calificación 1 y 2 para las amenazas y una calificación de 3 y 4 para las oportunidades, seguido se realiza la multiplicación entre el peso y la calificación, finalmente se realiza un valor ponderado de cada variable y se suma dichos valores para obtener un valor total.

Tabla 6: MATRIZ MEFE

FACTOR A ANALIZAR MATRIZ MEFE	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Semaforización cantonal de acuerdo al COE.	0,04	4	0,16
2. Contar con transporte que genere confianza.	0,04	4	0,16
3. Mantener comunicación constante con el cliente.	0,02	3	0,06
4. Seleccionar proveedores.	0,05	4	0,2
5. Estudio de mercado para conocer el nuevo perfil del cliente.	0,06	4	0,24
6. Contar con servicios de desinfección continua.	0,08	4	0,32
7. Contar con facturación electrónica.	0,06	3	0,18
8. Reapertura de establecimientos con aforos limitados.	0,03	3	0,09
9. Cumplir con los requisitos actuales puestos por la OMS.	0,07	4	0,28
10. Tendencia actual de consumo de productos locales y nacionales.	0,02	3	0,06
SUBTOTAL DE OPORTUNIDADES			1,75
AMENAZAS			
1. Distanciamiento entre personas.	0,06	2	0,12
2. Competencia desleal.	0,05	1	0,05
3. Excesiva demanda de ventas informales.	0,06	1	0,06
4. Baja economía.	0,06	2	0,12
5. Brindar atención a clientes contagiados de Covid-19.	0,07	2	0,14
6. Desconfianza de las personas al elegir un establecimiento de alimentos.	0,06	2	0,12
7. Eliminación de reuniones masivas.	0,04	2	0,08
8. Reducción del aforo.	0,03	2	0,06
9. Aumento de costos en materia prima.	0,05	2	0,1
10. Aumento de impuestos.	0,05	2	0,1
SUBTOTAL DE AMENAZAS			0,95
TOTAL	**1,00**		**2,70**

Al interpretar esta tabla se logró identificar que el promedio ponderado de oportunidades es de 1.75 contra un promedio ponderado de amenazas del 0.75, esto quiere decir que los establecimientos tienen una fuerza externa favorable pues su promedio total es del 2.7.

Finalmente se realizó una Matriz de Impacto Cruzado ver tabla 7: MATRIZ de Impacto Cruzado, la misma que tiene por objetivo fusionar factores para crear varias estrategias:

Tabla 7: MATRIZ de Impacto Cruzado

FACTORES INTERNOS / FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Definir menús cortos sin perder calidad la de productos.	1. Perder clientes por incumpliendo de protocolos.
	2. Poner en práctica los protocolos de bioseguridad establecidos por las entidades de control.	2. Incumplimiento de protocolos por parte de los empleados o colaboradores.
	3. Mantenimiento constante de máquinas en el establecimiento.	3. Falta de empleados o colaboradores por miedo al contagio.
	4. Desarrollar productos con empaques al vacío en cocción media.	4. Irresponsabilidad por parte de los proveedores.
	5. Manejar stocks bajos.	5. Falta de marketing digital.
	6. Fidelizar al cliente.	6. Poco apoyo que reciben los establecimientos de restauración por parte del gobierno.
	7. Mantener capacitado al personal.	7. El producto ofertado no cumpla las expectativas del cliente.
	8. Procurar buena estética al momento de enviar Delivery.	8. No contar con personal calificado que cuente con el perfil adecuado.
	9. Mantener informado al cliente por redes sociales lo que el establecimiento realiza para cuidar la salud del mismo.	9. Pérdida del capital por mala inversión.
	10. Conocer el origen del producto (trazabilidad).	10. Perder clientes por disminución de aforo.
AMENAZAS	Estrategias FA DEFENSIVAS	Estrategias DA SUPERVIVENCIA
1. Distanciamiento entre personas.	F1 F5 –A4 A8: Los establecimientos de alimentación deberán establecer menús cortos con stocks bajos sin perder la calidad con el fin de sobresalir con el establecimiento a pesar de la baja economía de la población y reducción de aforo.	D1 D2 D3 D8 - A7 A6 A5 A2 A1: Se deberá contratar a personal que tenga el perfil adecuado pues de esto dependerá el cumplimiento de los protocolos que el establecimiento disponga, de este modo se logrará que los clientes se sientan seguros al momento de realizar su comprar y se evitará la propagación del virus. Dando cumplimiento a todos los protocolos los demás establecimientos se verán en la obligación de mejorar su servicio para poder competir en el mercado.
2. Competencia desleal.	F2 F3 F7 F9 –A7 A6 A5 A2 A1: Se deberán cumplir a cabalidad los protocolos de bioseguridad manteniendo al personal capacitado en todas las áreas necesarias con el fin de generar confianza al cliente al momento de brindar el servicio de alimentación con cero posibilidades de contagio COVID-19. Al cumplir todo este proceso el establecimiento será responsable o corresponsable con el cliente y podrá competir de manera digna con otros establecimientos.	D 4 D10 D9 -A9 A8 A10: Elaborar un plan de inversión para el mejor manejo de capital ayuda a no perder clientes y a elegir correctamente a un proveedor.
3. Excesiva demanda de ventas informales.	F6 F4 F8 – A3: Brindar los productos con una amplia seguridad de empaque y buena estética al momento de llegar al cliente ayuda a que la demanda informal no sea una opción de compra por el consumidor, pues estos carecen de protocolos de bioseguridad y se transforman en un alto foco de contagio.	D6 D7 - A4: Exigir control por parte del gobierno local para con las ventas informales, de este modo se logrará potenciar la economía del establecimiento. D5 – A3: Realizar campañas de marketing digital y asegurarse que el producto a parte de brindar seguridad cumpla las expectativas del cliente.
4. Baja economía.		
5. Brindar atención a clientes contagiados de Covid-19.		
6. Desconfianza de las personas al elegir un establecimiento de alimentos.		

	7. Eliminación de reuniones masivas. 8. Reducción del aforo. 9. Aumento de costos en materia prima. 10. Aumento de impuestos.		F10 – A9 A10: Conocer el proceso de la materia prima que se brinda al cliente ya sea por producción propia o proveedores de confianza, evita que los otros proveedores excedan los costos de productos aun sin cumplir los protocolos de bioseguridad.		
OPORTUNIDADES	1. Semaforización cantonal de acuerdo al COE. 2. Contar con transporte que genere confianza. 3. Mantener comunicación constante con el cliente. 4. Seleccionar proveedores.	Estrategias FO OFENSIVA	F1 F2 F7 F6 F9 - O1 O3 O6 O8 O9 O10 O7: Mantener la empresa activa cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad, brindando calidez a los clientes a través empleados capacitados y marketing digital, ayuda a que el mismo continúe siendo un establecimiento confiable.	Estrategias DO REORIENTACIÓN	D1 D2 D3 D5 D8 D10 D6 - O1 O3 O6 O2 O8 O9 O7: Se deberá rediseñar un plan de capacitación actualizado sea interno o creado por el gobierno para clientes internos, así se podrá contar con las herramientas necesarias para brindar una atención de calidad y con seguridad.
	5. Estudio de mercado para conocer el nuevo perfil del cliente. 6. Contar con servicios de desinfección continua.		F8 F4 - O2: Brindar productos con alto nivel de empaque, estético y sellado, aprovechando un transporte confiable hace que el establecimiento sea recomendado y a su vez seguro.		D4 -04: Cambiar estrategias de almacenamientos en la cocina, con proveedores que brinden productos frescos y con mayor frecuencia, además aporten confianza y seguridad al momento de elegirlos.
	7. Contar con facturación electrónica. 8. Reapertura de establecimientos con aforos limitados.		F3- O5: Ofertar productos locales y nacionales en el establecimiento con el apoyo de un estudio de mercado para conocer el nuevo perfil del cliente en todos los aspectos necesarios y evitar una mala inversión.		D7- O10: Innovar en la elaboración y presentación de un plato, hará que un cliente se sienta satisfecho para ello se aprovecha que las máquinas del establecimiento estén con un constante mantenimiento para el mejor funcionamiento de la cocina.
	9. Cumplir con los requisitos actuales puestos por la OMS. 10. Tendencia actual de consumo de productos locales y nacionales		F10 F5 - O4: Conocer la trazabilidad del producto y tener un manejo de stocks bajos, el establecimiento está en la capacidad de seleccionar a sus proveedores y además exigir que se le entreguen productos de buena calidad y bajo los estándares de bioseguridad.		D9-O5: Se deberá realizar una buena inversión en el establecimiento para que a la larga se obtenga resultados positivos, esto se conseguirá realizando un estudio de mercado para conocer la nueva realidad del cliente.

La interpretación de la Matriz Cruzada en la investigación se la manifiesta a través de estrategias creadas con la finalidad de mejorar el desempeño de los establecimientos de Alimentos que actualmente operan en el cantón Pastaza.

ESTRATEGIAS FO: Estrategias Ofensivas (Fortaleza + Oportunidad): esta tiene por objetivo obtener un amplio beneficio de una oportunidad mediante el uso de una fortaleza.

- Mantener la empresa activa cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad, brindando calidez a los clientes a través empleados capacitados y marketing digital, ayuda a que el mismo continúe siendo un establecimiento confiable (F1 F2 F7 F6 F9 - O1 O3 O6 O8 O9 O10 O7).
- Brindar productos con alto nivel de empaque, estético y sellado, aprovechando un transporte confiable hace que el establecimiento sea recomendado y a su vez seguro (F8 F4 - O2).
- Ofertar productos locales y nacionales en el establecimiento con el apoyo de un estudio de mercado para conocer el nuevo perfil del cliente en todos los aspectos necesarios y evitar una mala inversión (F3- O5).
- Conocer la trazabilidad del producto y tener un manejo de stocks bajos, el establecimiento está en la capacidad de seleccionar a sus proveedores y además exigir que se le entreguen productos de buena calidad y bajo los estándares de bioseguridad (F10 F5 - O4).

ESTRATEGIAS DO: Estrategias de Reorientación (Debilidad + Oportunidad): el objetivo que tiene estas estrategias es la corrección de una debilidad aprovechando una oportunidad.

- Se deberá rediseñar un plan de capacitación actualizado sea interno o creado por el gobierno para clientes internos, así se podrá contar con las herramientas necesarias para brindar una atención de calidad y con seguridad (D1 D2 D3 D5 D8 D10 D6 - O1 O3 O6 O2 O8 O9 O7).
- Cambiar estrategias de almacenamientos en la cocina, con proveedores que brinden productos frescos y con mayor frecuencia, además aporten confianza y seguridad al momento de elegirlos (D4 -04).
- Innovar en la elaboración y presentación de un plato, hará que un cliente se sienta satisfecho para ello se aprovecha que las máquinas del establecimiento estén con un constante mantenimiento para el mejor funcionamiento de la cocina (D7- O10).

- Se deberá realizar una buena inversión en el establecimiento para que a la larga se obtenga resultados positivos, esto se conseguirá realizando un estudio de mercado para conocer la nueva realidad del cliente (D9-O5).

ESTRATEGIAS FA: Estrategias Defensivas (Fortaleza + Amenaza): tiene por objetivo proteger a un establecimiento de una posible amenaza haciendo uso de las fortalezas.

- Los establecimientos de alimentación deberán establecer menús cortos con stocks bajos sin perder la calidad con el fin de sobresalir con el establecimiento a pesar de la baja economía de la población y reducción de aforo (F1 F5 –A4 A8).
- Se deberán cumplir a cabalidad los protocolos de bioseguridad manteniendo al personal capacitado en todas las áreas necesarias con el fin de generar confianza al cliente al momento de brindar el servicio de alimentación con cero posibilidades de contagio COVID-19. Al cumplir todo este proceso el establecimiento será responsable o corresponsable con el cliente y podrá competir de manera digna con otros establecimientos (F2 F3 F7 F9 –A7 A6 A5 A2 A1).
- Brindar los productos con una amplia seguridad de empaque y buena estética al momento de llegar al cliente ayuda a que la demanda informal no sea una opción de compra por el consumidor, pues estos carecen de protocolos de bioseguridad y se transforman en un alto foco de contagio (F6 F4 F8 – A3).
- Conocer el proceso de la materia prima que se brinda al cliente ya sea por producción propia o proveedores de confianza, evita que los otros proveedores excedan los costos de productos aun sin cumplir los protocolos de bioseguridad (F10 – A9 A10).

ESTRATEGIAS DA: Estrategias de Supervivencia (Debilidad + Amenaza): finalmente estas estrategias tienen como objetivo sobrevivir al ambiente que se presente en la actualidad.

- Se deberá contratar a personal que tenga el perfil adecuado pues de esto dependerá el cumplimiento de los protocolos que el establecimiento disponga, de este modo se logrará que los clientes se sientan seguros al momento de realizar su comprar y se evitará la propagación del virus. Dando cumplimiento a todos los protocolos los demás establecimientos se verán en la obligación de mejorar su servicio para poder competir en el mercado (D1 D2 D3 D8 - A7 A6 A5 A2 A1).
- Elaborar un plan de inversión para el mejor manejo de capital ayuda a no perder clientes y a elegir correctamente a un proveedor (D4 D10 D9 -A9 A8 A10).

- Exigir control por parte del gobierno local para con las ventas informales, de este modo se logrará potenciar la economía del establecimiento (D6 D7 - A4).
- Realizar campañas de marketing digital y asegurarse que el producto a parte de brindar seguridad cumpla las expectativas del cliente (D5 – A3).

CONCLUSIONES

- Después de haber realizado un análisis de los catastros turísticos de los años 2019-2020 facilitados por el MINTUR de Pastaza, con el fin de conocer el número de establecimientos que han dejado de funcionar por diversos motivos, siendo uno de ellos la pandemia Covid-19, se concluye que de 77 establecimientos de alimentos (66 restaurantes y 11 cafeterías) que brindaban su servicio en el año 2019 hoy en día existen 63 establecimientos (55 restaurantes y 8 cafeterías) dando como resultado a 14 establecimientos de los cuales 11 son restaurantes y 3 son cafeterías, que han cerrado sus puertas al público.
- Al caracterizar los procesos administrativos y operativos que se desarrollan en los establecimientos a través de una revisión documental digital, se puede concluir que existen varias teorías que plantean distintos procesos que facilitan a los establecimientos a tener un correcto funcionamiento, sin embargo, en esta investigación se planea utilizar la teoría planteada por Chancay y Delgado (2015), pues es la que más se asemeja a la realidad que vive un establecimiento de alimentos y todo el proceso que se debe seguir para brindar un servicio de calidad.
- Al realizar la matriz FODA de los establecimientos de alimentos frente al Covid-19 se logró identificar que actualmente existe una gran crisis económica para con los mismos, debido a esto se realizó la matriz de evaluación de factores internos MEFI y externos MEFE para conocer más a fondo la realidad de los mismos y finalmente mediante la realización de la matriz de impacto cruzado se logró diseñar una serie de estrategias de adaptabilidad con el fin de que los establecimientos las utilicen para mejorar su desempeño tanto en funcionamiento como en la prestación del servicio, brindando mayor seguridad al cliente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al MINTUR y al ARCSA trabajar conjuntamente con el fin de dictar capacitaciones a los establecimientos de alimentos y constatar que los mismos cumplan con los protocolos de bioseguridad sugeridos.
- Se recomienda a los establecimientos de alimentos establecer un manual de procesos con la finalidad de estandarizar tiempos de producción y controlar las actividades que realiza el trabajador.
- Se recomienda a los establecimientos tomar como referencia las estrategias diseñadas en esta investigación con el fin que sea más fácil adaptarse a la nueva realidad y de este modo reducir pérdidas en sus ingresos.

REFERENCIAS

ACE. (2020). *Cocina Segura.* Asociación de Chefs del Ecuador, Quito.

Alarcón, D. S. (2020). *Biología y Conservación de Vertebrados.* Carretera antigua a Coatepec 351, El Haya, Xalapa 91070, Veracruz, México. Tel.(228) 8421800: Instituto de Ecología, A.C. - INECOL ® 1975 - 2020.

Ayala, L. S. (2018). *ANÁLISIS DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS DELRESTAURANTE "FARSI" UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO EN LA PARROQUIA KENNEDY PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE ESTANDARIZACIÓN EN SUS ÁREAS.* Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Barista Coffeelover. (10 de 03 de 2016). Recuperado el 24 de 07 de 2020, de Aprendiendo del mundo del café: https://baristaocoffee.wordpress.com/2016/10/14/tipos-cafeterias-barrio-librerias-mundo/?fbclid=IwAR1ntBm7nuILpXTKQpppSPT8RSxUc23lm-Ejp6LaE7N-COurhtfQ2jxncc4

Beker y Mochón. (1996). *Economía, principios y aplicaciones.* McGraw-Hill.

Bostemann, A. (2020). *Turismo gastronómico, la experiencia que buscan los viajeros.* Mexico: National Geographic en Español.

Castillo, L. (2004-2005). *Análisis Documental.*

Chain, S. (2017). *Estrategia de operaciones: la clave para el éxito de una empresa.* EAE Business School.

Chancay Pozo R. y Delgado Mejía M.J. (2015). *GESTIÓN OPERATIVA DE RESTAURANTES PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS GASTRONÓMICOS EN LA PARROQUIA CALCETA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.* Manabí: Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López".

Colorado, F. (2009). *El ciclo PHVA de Deming y el proceso administrativo de Fayol.* Academia.edu.

Delgado Ortiz, M. I., & Hernández Mujica, J. L. (2015). *Los virus, ¿son organismos vivos? Discusión en la formación de profesores de Biología.* Universidad Pedagógica Enrique José Varona. La Habana, Cuba: VARONA, núm. 61, julio-diciembre, 2015.

Diaz-Tamayo, Alejandra M.; Vivas M, Martha C. (2016). *Riesgo biológico y prácticas de bioseguridad en docencia.* Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia: Revista Facultad Nacional de Salud Pública, .

Ena, J., & Wenzel, R. P. (2020). *A Novel Coronavirus Emerges. Un nuevo coronavirus emerge.* Revista clinica espanola, 220(2).

Ferrell, & Michael, H. (2006). *Estrategia de Marketing.*

GAD Pastaza. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pastaza.* GAD MUNICIPAL PASTAZA.

Gastroeconomy. (2020). *ESTRATEGIAS EN EL ESCENARIO GASTRONÓMICO DE AMÉRICA LATINA FRENTE AL COVID-19.* España.

Gastronómica Internacional. (27 de 04 de 2020). (95 Merrick Way, Suite 300) Recuperado el 07 de 24 de 2020, de Clasificación de restaurantes: https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/cocina/tipos-de-restaurantes/?fbclid=IwAR05IJ55bVZ7PYY_HzpE1V5Q6dIbglRg1ZmuxF-JN0cdW-WRLAo1lcXZZV0

Gialdino, I. V. (2006). *ESTRATEGIAS DE INVESTIGACION CUALITATIVA.* Barcelona - España: Gedisa Editorial.

HORECA. (2020). *Protocolo para manejo de alimentos y bebidas durante y post COVID-19*. (e. HORECA, Productor) Recuperado el 01 de 05 de 2020, de https://enlacehoreca.com/webinars/?fbclid=IwAR2J-vG7JLawXXtkeng-_bqDpmnWiyxql_DGSsENWyKgdMoMJzJrloI7xq0

Hurtado Díaz, A. (2019). *Seguridad alimentaria y nutricional, derecho humano a la alimentación adecuada y soberanía alimentaria: una aproximación desde los instrumentos del derecho internacional.* La Calera, 19(32),.

Icaza, A. M. (2003). *La otra Economía.* Argentina: Editorial Altamira.

ISO 9000:2015. (2016). *Sistemas de gestión de la calidad* . Plataforma de navegación en línea (OBP).

ISO 9001. (2014). *Entendiendo el enfoque basado en procesos.* España - Santa Lucía: BLOG9001.

M. Palacios Cruz, E. Santos, M.A. Velázquez Cervantes, M. León Juárez. (2020). *COVID-19, a worldwide public health emergency.* Revista Clínica Española (English Edition), Available online 21 April 2020.

MINTUR. (2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas.* Quito: Edición Especial 575 de 05-oct.-2018.

MINTUR. (2020). *Catastro Turístico.* Quito.

MINTUR. (2020). *Reapertura de establecimientos de alimentos y bebidas.* Quito: Ministerio de Turismo.

Molina, M. P. (1989). *Introducción al análisis documental y sus niveles: el análisis de contenido.* Boletín de la ANABAD, ISSN 0210-4164.

Morfín, M. D. (2009). *Administración de comedor y bar.* Trillas.

MSP. (2020). *Verificación y Certificación de las Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos.* Quito.

OMS. (2019). *Corona Virus (CoV).* Organización Mundial de Turismo.

OMT. (2020). *COVID-19 RESPUESTAS, ANTE TODO, LAS PERSONAS.* Organización Mundial de Turismo, Madrid.

OMT y BCC. (2020). *Guía para el desarollo del Turismo Gastronómico.* España-Madrina: OMT.

PESA. (2011). *Seguridad Alimentaria y Nutricionall.* Centroamérica.

Porter, M. E. (2008). *¿Qué es la estrategia?* Harvard Business School. Boston, Massachussets. : Harvard Business Review.

Raffino, M. E. (2020). *Estrategia.* Argentina.

Rojas, N. A. S., Jinez, H. E. J., Sorroza, L. D. J., y Sorroza, B. E. J. (2020). *Impacto de las pandemias en el comercio internacional y Ecuador.* RECIAMUC, 4(2), 12-20.

Salinas, P. J. (2012). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.* Universidad de Los Andes, Mérida - Venezuela.

Selman, H. (2017). *Marketing Digital.* Ibukku.

SNGRE. (2020). *Semaforización Cantonal del Ecuador* . Quito.

Ticona Macedo, D. P. (2017). *Estrategias de Marketing del diario Sin Fronteras para su Posicionamiento en la población de la ciudad de Puno en el año 2014.*

Tobón, S., & Salazar Gomez, E. (2018). *Análisis documental del proceso de formación docente acorde con la sociedad del conocimiento.* Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015.

Velasco, Z. V. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE GASTRONOMÍA TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA.* PUYO - PASTAZA.

APÉNDICES

Apéndice A: Catastro Turístico de los establecimientos de alimentos del 2020 del cantón Pastaza.

N.-	NOMBRE COMERCIAL	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	TIPO DE MENÚ	BARRIO	DIRECCIÓN	CANTÓN	CATEGORÍA	CLASIFICACIÓN	Total Cafeterías	Total Restaurantes
1	CAKE ART POSTRES & PASTELES	Café de pastelería	Menú fijo	Libertad	Atahualpa	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
2	CINAMON CAFE	Café de barrio	Menú fijo	Mexico	Atahualpa	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
3	EL FARISEO	Café histórico	Menú fijo	Libertad	Atahualpa	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
4	ESCOBAR - CAFE	Café histórico	Menú fijo	Libertad	Ceslao Marín	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
5	LA HORA DEL CAFÉ	Cafetería especilizada	Menú fijo	Libertad	CURARAY	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
6	PAN DE CASA	Café de barrio	Menú fijo	Libertad	Ceslao Marín	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
7	SHAWARMA	Café de barrio	Menú fijo	Obrero	Loja	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
8	SUPER CAFFE	Café de barrio	Menú fijo	Obrero	Calle Manabí	PASTAZA	(1) Una tazas	CAFETERÍA	1	
9	"CORAZÓN VERDE"	Familiar	Menú fijo	Mariscal	10 DE AGOSTO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
10	"DON PATO"	Familiar	Menú fijo	12 de Mayo	CALLE SUCRE	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
11	ARLECCHINO	Gourmet	Menú fijo	Mariscal	AMAZONAS	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
12	ASADERO EL ABUELO	Familiar	Menú fijo	Santa Rosa	SANTA ROSA KM 3	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
13	ASADERO EL ABUELO 2	Familiar	Menú fijo	Las Americas	Km 3 Vía al Tena	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
14	ASADERO LA MOCAHUA	Familiar	Menú fijo	Libertad	Ceslao Marín	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
15	CHIFA CHINA	Temático	Menú fijo	Las Palmas	AV ALBERTO ZAMBRANO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
16	CHIFA ORIENTAL	Temático	Menú fijo	Las Palmas	AV ALBERTO ZAMBRANO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
17	CHIFA ORIENTE	Temático	Menú fijo	Libertad	Ceslao Marín	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
18	CHIFA XIANG HUA	Temático	Menú fijo	Las Palmas	AV ALBERTO ZAMBRANO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
19	CORNELIO STEAK HOUSE	Comida rápida	Menú fijo	Libertad	JUAN DE VELASCO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
20	EL CRIOLLO	Familiar	Menú fijo	Mariscal	10 DE AGOSTO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
21	EL REY	Familiar	Menú fijo	Obrero	MALECON BOAYAKU PUYO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
22	EL VOLQUETERO	Familiar	Menú fijo	Obrero	MALECON BOAYAKU PUYO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
23	EUROPA	Temático	Menú fijo	Mariscal	ATAHUALPA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
24	EVEREST	Familiar	Menú fijo	Obrero	ESMERALDAS	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
25	FLAQUITA B-Q	Familiar	Menú fijo	Obrero	COTOPAXI	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
26	GRAN CHIFA PALACIO DORADO	Temático	Menú fijo	Libertad	CESLAO MARIN	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
27	HUT CHEESE PIZZA	Comida rápida	Menú fijo	Libertad	GONZÁLES SUÁREZ	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
28	KIWA PISHKU MIKUNA	Fusión	Menú fijo	Mexico	FRANCISCO DE ORELLANA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
29	LA CHOZA TARQUI	Familiar	Menú fijo	Tarqui	TARQUI CALLE 27 DE FEBRERO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
30	LA HACIENDA	Familiar	Menú fijo	Santa Rosa	KM 3 PUYO BAÑOS SECTOR DE SANTA ROSA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
31	LA SAZON DE LA COLORADA	Familiar	Menú fijo	Libertad	AV GONZÁLEZ SUÁREZ	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
32	LAS HAMBURGUESAS DE LA PLAZA ROJA	Comida rápida	Menú fijo	12 de Mayo	09 DE OCTUBRE	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
33	LAS TABLITAS DE ANDRES	Gourmet	Menú fijo	Obrero	MALECON BOAYAKU PUYO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
34	LOS GUAYACANES	Familiar	Menú fijo	La Union	Parroquia Tarqui , via a Madre Tierra	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
35	MAJO´S ZONE	Comida rápida	Menú fijo	Libertad	Ceslao Marín	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
36	MAR TIERRA Y SABOR PEÑA AND GRILL	Temático	Menú fijo	Mexico	FRANCISCO DE ORELLANA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
37	MARISCAL	Familiar	Menú fijo	Libertad	CESLAO MARIN	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
38	MARISQUERIA CASA MARINA	Temático	Menú fijo	Vicentino	GONZALES SUAREZ	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
39	MARISQUERIA EL NEGRO MEDRANDA	Temático	Menú fijo	El Chofer	CHIMBORAZO SHUSHUFINDI	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
40	MI MARISQUERIA	Temático	Menú fijo	Mariscal	FRANCISCO DE ORELLANA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
41	MIRADOR	Familiar	Menú fijo	Obrero	TUNGURAHUA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
42	MOKAWA	Gourmet	Menú fijo	Mexico	TENIENTE HUGO ORTÍZ	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
43	O´SOLE MIO	Gourmet	Menú fijo	El Chofer	PICHINCHA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
44	PAPAS LOCAS	Comida rápida	Menú fijo	Mexico	9 de Octubre	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
45	PARRILLADAS LA HUECA DEL ABUELO	Familiar	Menú fijo	Santa Rosa	SECTOR SANTA ROSA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
46	PARRILLADAS PUNTA DEL ESTE	Familiar	Menú fijo	Obrero	TUNGURAHUA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
47	PATOO`S PIZZA	Comida rápida	Menú fijo	El Chofer	GENERAL VILLAMIL	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
48	PATTO'S PIZZA	Comida rápida	Menú fijo	Libertad	GENERAL VILLAMIL	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
49	PIZZERIA ALFATTORE	Comida rápida	Menú fijo	El Chofer	AV. EL ORO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
50	PIZZERIA BUON GIORNO II	Comida rápida	Menú fijo	Mexico	Eduardo Valencia	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
51	PIZZERIA MARGARITA	Comida rápida	Menú fijo	Pambay	km2 Vía al Tena	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
52	PULCINELLA	Familiar	Menú fijo	Mariscal	FRANCISCO DE ORELLANA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
53	PUYO	Familiar	Menú fijo	Obrero	PASTAZA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
54	RESTAURANT SANTA ROSA	Familiar	Menú fijo	Libertad	CUMANDA	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
55	SANTO PEKADO	Familiar	Menú fijo	Libertad	CACIQUE NAYAPI	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
56	SASHA	Familiar	Menú fijo	Libertad	Augustín Ruales	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
57	TAPAS Y TOPES	Familiar	Menú fijo	Libertad	JUAN DE VELASCO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
58	TENTAZIONI	Familiar	Menú fijo	Obrero	Calle Azuay	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
59	VICTORINO'S	Familiar	Menú fijo	Obrero	COTOPAXI JUNTO AL RIO PUYO EN EL MALEC	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
60	VOLQUETEROS DEL ASTORIA	Familiar	Menú fijo	Obrero	COTOPAXI	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
61	VOLQUETEROS K-RUZ	Familiar	Menú fijo	Obrero	MALECON BOAYAKU PUYO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
62	WIJAO	Temático	Menú fijo	Las palmas	AV ALBERTO ZAMBRANO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
63	YUKI'S COMIDA RAPIDA AMAZONICA	Comida rápida	Menú fijo	Obrero	20 DE JULIO	PASTAZA	(1) Un tenedor	RESTAURANTE		1
								SUBTOTAL	8	55
								TOTAL	63	

Apéndice B: Catastro Turístico de los establecimientos de alimentos del 2019 del cantón Pastaza.

	NOMBRE COMERCIAL	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	Total Restaurantes	Total Cafeterías
1	SANTO PEKADO	Restaurante	1 tenedor	1	
2	PATOO´S PIZZA	Restaurante	TERCERA	1	
3	PATTO'S PIZZA	Restaurante	1 tenedor	1	
4	PARRILLADAS LA HUECA DEL ABUELO	Restaurante	1 tenedor	1	
5	EDDY PIZZERIA	Restaurante	TERCERA	1	
6	PATOO`S PIZZA	Restaurante	1 tenedor	1	
7	MAR TIERRA Y SABOR PEÑA AND GRILL	Restaurante	1 tenedor	1	
8	MI MARISQUERIA	Restaurante	1 tenedor	1	
9	PARRILLADAS PUNTA DEL ESTE	Restaurante	1 tenedor	1	
10	LAS HAMBURGUESAS DE LA PLAZA ROJA	Restaurante	1 tenedor	1	
11	LAS HAMBURGUESAS DE LA PLAZA ROJA	Restaurante	1 tenedor	1	
12	ARLECCHINO	Restaurante	1 tenedor	1	
13	ASADERO EL ABUELO 2	Restaurante	1 tenedor	1	
14	CHIFA ORIENTE	Restaurante	1 tenedor	1	
15	CHIFA CHINA	Restaurante	1 tenedor	1	
16	CHIFA CHINA	Restaurante	1 tenedor	1	
17	O´SOLE MIO	Restaurante	1 tenedor	1	
18	ZUVAR	Restaurante	1 tenedor	1	
19	MARISQUERIA CASA MARINA	Restaurante	1 tenedor	1	
20	FLAQUITA B-Q	Restaurante	1 tenedor	1	
21	"DON PATO"	Restaurante	1 tenedor	1	
22	SASHA	Restaurante	1 tenedor	1	
23	ASADERO EL ABUELO	Restaurante	1 tenedor	1	
24	LAS TABLITAS DE ANDRES	Restaurante	1 tenedor	1	
25	MAJO´S ZONE	Restaurante	1 tenedor	1	
26	MOKAWA	Restaurante	1 tenedor	1	
27	UCHUMANKA	Restaurante	TERCERA	1	
28	EVEREST	Restaurante	1 tenedor	1	
29	PIZZERIA ALFATTORE	Restaurante	1 tenedor	1	
30	LA CHOZA TARQUI	Restaurante	1 tenedor	1	
31	HUT CHEESE PIZZA	Restaurante	1 tenedor	1	
32	LOS GUAYACANES	Restaurante	1 tenedor	1	
33	VOLQUETEROS DEL ASTORIA	Restaurante	1 tenedor	1	
34	MARISCAL	Restaurante	1 tenedor	1	
35	VOLQUETEROS K-RUZ	Restaurante	1 tenedor	1	
36	AMERICAN MO	Restaurante	SEGUNDA	1	
37	LA TERRAZA DEL MALECON	Restaurante	1 tenedor	1	
38	TURISTA EL	Restaurante	TERCERA	1	
39	GRAN CHIFA PALACIO DORADO	Restaurante	1 tenedor	1	
40	YUKI'S COMIDA RAPIDA AMAZONICA	Restaurante	1 tenedor	1	
41	EUROPA	Restaurante	1 tenedor	1	
42	CORNELIO STEAK HOUSE	Restaurante	1 tenedor	1	
43	PAPAS LOCAS	Restaurante	1 tenedor	1	
44	TENTAZIONI	Restaurante	1 tenedor	1	
45	EL REY	Restaurante	1 tenedor	1	
46	PIZZERIA BUON GIORNO II	Restaurante	1 tenedor	1	
47	WIJAO	Restaurante	1 tenedor	1	
48	VICTORINO'S	Restaurante	1 tenedor	1	
49	TAPAS Y TOPES	Restaurante	1 tenedor	1	
50	MIRADOR	Restaurante	1 tenedor	1	
51	EL CRIOLLO	Restaurante	1 tenedor	1	
52	COSECHA	Restaurante	SEGUNDA	1	
53	ASADERO LA MOCAHUA	Restaurante	1 tenedor	1	
54	EL VOLQUETERO	Restaurante	1 tenedor	1	
55	MARISQUERIA EL NEGRO MEDRANDA	Restaurante	1 tenedor	1	
56	KIWA PISHKU MIKUNA	Restaurante	1 tenedor	1	
57	PUYO	Restaurante	1 tenedor	1	
58	MANABA EL	Restaurante	TERCERA	1	
59	RESTAURANT SANTA ROSA	Restaurante	1 tenedor	1	
60	CHIFA ORIENTAL	Restaurante	1 tenedor	1	
61	LA HACIENDA	Restaurante	1 tenedor	1	
62	PIZZERIA MARGARITA	Restaurante	1 tenedor	1	
63	CHIFA XIANG HUA	Restaurante	1 tenedor	1	
64	LA SAZON DE LA COLORADA	Restaurante	1 tenedor	1	
65	ARLECCHINO	Restaurante	1 tenedor	1	
66	"CORAZÓN VERDE"	Restaurante	1 tenedor	1	
67	REY PALETAS PUYO	Cafetería	1 taza		1
68	CAKE ART POSTRES & PASTELES	Cafetería	1 taza		1
69	CAFETTA	Cafetería	TERCERA		1
70	SHAWARMA	Cafetería	1 taza		1
71	PAN DE CASA	Cafetería	1 taza		1
72	SUPER CAFFE	Cafetería	1 taza		1
73	EL FARISEO	Cafetería	1 taza		1
74	LA HORA DEL CAFÉ	Cafetería	1 taza		1
75	ESCOBAR - CAFE	Cafetería	1 taza		1
76	CINAMON CAFE	Cafetería	1 taza		1
77	BUBBLE WAFFLE ROLLS	Cafetería	1 taza		1
TOTAL				66	11
SUBTOTAL				77	