

Gorki Dimitrov Aguirre Torres y Estuardo Fuenmayor Trujillo

# VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria con  
servicios turísticos gastronómicos  
para la provincia de Chimborazo

TOMO 1

Gorki Dimitrov Aguirre Torres y Estuardo Fuenmayor Trujillo

# VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria con  
servicios turísticos gastronómicos  
para la provincia de Chimborazo

TOMO 1



**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

**Atena**  
Editora  
Año 2025

**Editora jefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora ejecutiva**

Natalia Oliveira

**Asistente editorial**

Flávia Barão

**Bibliotecario**

Janaina Ramos

**Proyecto gráfico**

Ellen Andressa Kubisty

Luiza Alves Batista

Nataly Evilin Gayde

Thamires Camili Gayde

**Imágenes de portada**

iStock

**Edición de arte**

Luiza Alves Batista

2025 por *Atena Editora*

*Copyright* © *Atena Editora*

*Copyright* do texto © 2025 El autor

*Copyright* de la edición © 2025 *Atena Editora*

Derechos de esta edición concedidos a *Atena Editora* por el autor.

*Open access publication by* *Atena Editora*



Todo el contenido de este libro tiene una licencia de Creative Commons Attribution License. Reconocimiento-No Comercial-No Derivados 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

El contenido del texto y sus datos en su forma, corrección y confiabilidad son de exclusiva responsabilidad del autor, y no representan necesariamente la posición oficial de *Atena Editora*. Se permite descargar la obra y compartirla siempre que se den los créditos al autor, pero sin posibilidad de alterarla de ninguna forma ni utilizarla con fines comerciales.

Los manuscritos nacionales fueron sometidos previamente a una revisión ciega por pares por parte de miembros del Consejo Editorial de esta editorial, mientras que los manuscritos internacionales fueron evaluados por pares externos. Ambos fueron aprobados para su publicación en base a criterios de neutralidad académica e imparcialidad.

*Atena Editora* se compromete a garantizar la integridad editorial en todas las etapas del proceso de publicación, evitando plagios, datos o entonces, resultados fraudulentos y evitando que los intereses económicos comprometan los estándares éticos de la publicación. Las situaciones de sospecha de mala conducta científica se investigarán con el más alto nivel de rigor académico y ético.

**Consejo Editorial****Ciencias Humanas y Sociales Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Profª Drª Aline Alves Ribeiro – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia  
Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora  
Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa  
Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade de Coimbra  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Caroline Mari de Oliveira Galina – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Eufemia Figueroa Corrales – Universidad de Oriente: Santiago de Cuba  
Profª Drª Fernanda Pereira Martins – Instituto Federal do Amapá  
Profª Drª Geuciane Felipe Guerim Fernandes – Universidade Estadual de Londrina  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Joachin de Melo Azevedo Sobrinho Neto – Universidade de Pernambuco  
Prof. Dr. João Paulo Roberti Junior – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Jodeyson Islony de Lima Sobrinho – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Profª Drª Juliana Abonizio – Universidade Federal de Mato Grosso  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Profª Drª Kátia Farias Antero – Faculdade Maurício de Nassau  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Lisbeth Infante Ruiz – Universidad de Holguín  
Profª Drª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Marcela Mary José da Silva – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Profª Drª Mônica Aparecida Bortolotti – Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro Oeste  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanesa Bárbara Fernández Bereau – Universidad de Cienfuegos  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Freitag de Araújo – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Federal da Bahia  
Universidade de Coimbra  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

# Visión sostenible comunitaria propositiva del turismo de Chimborazo: propuesta sostenible comunitaria con servicios turísticos gastronómicos para la Provincia de Chimborazo

**Diagramación:** Camila Alves de Cremo  
**Corrección:** Maiara Ferreira  
**Indexación:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisión:** Os autores  
**Autores:** Gorki Dimitrov Aguirre Torres  
Estuardo Fuenmayor

## Datos de catalogación en publicación internacional (CIP)

T693 Torres, Gorki-Aguirre  
Visión sostenible comunitaria propositiva del turismo de Chimborazo: propuesta sostenible comunitaria con servicios turísticos gastronómicos para la Provincia de Chimborazo / Gorki-Aguirre Torres, Estuardo Fuenmayor. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2025.

Formato: PDF

Requisitos del sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acceso: World Wide Web

Incluye bibliografía

ISBN 978-65-258-3274-6

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.746252102>

1. Turismo - Chimborazo. I. Torres, Gorki-Aguirre. II. Fuenmayor, Estuardo. III. Título.

CDD 338.4791

Preparado por Bibliotecario Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

## DECLARACIÓN DEL AUTOR

Para efectos de esta declaración, el término 'autor' se utilizará de forma neutral, sin distinción de género o número, salvo que se indique lo contrario. De esta misma forma, el término 'obra' se refiere a cualquier versión o formato de creación literaria, incluidos, pero no limitando a artículos, e-books, contenidos en línea, de acceso abierto, impresos y/o comercializados, independientemente del número de títulos o volúmenes. El autor de esta obra: 1. Atestigua que no tiene ningún interés comercial que constituya un conflicto de intereses en relación con la obra publicada; 2. Declara que participó activamente en la elaboración de la obra, preferentemente en: : a) Concepción del estudio, y/o adquisición de datos, y/o análisis e interpretación de datos; b) Preparación del artículo o revisión con el fin de que el material sea intelectualmente relevante; c) Aprobación final de la obra para su presentación; 3. Certifica que la obra publicada está completamente libre de datos y/o resultados fraudulentos; 4. Confirma la citación y referencia correcta de todos los datos e interpretaciones de datos de otras investigaciones; 5. Reconoce haber informado todas las fuentes de financiamiento recibidas para realizar la investigación; 6. Autoriza la edición de la obra, que incluye registros de la ficha catalográfica, ISBN, DOI y otros indexadores, diseño visual y creación de portada, maquetación del núcleo, así como su lanzamiento y difusión según los criterios de Atena Editora.

## DECLARACIÓN DE LA EDITORIAL

Atena Editora declara, para todos los efectos legales, que: 1. La presente publicación sólo constituye una cesión temporal de los derechos de autor, del derecho de publicación, y no constituye responsabilidad solidaria en la creación de la obra publicada, en los términos de la Ley de Derechos de Autor (Ley 9610/98), del art. 184 del Código Penal y del art. 927 del Código Civil; 2. Autoriza e incentiva a los autores a firmar contratos con repositorios institucionales, con el fin exclusivo de divulgar la obra, siempre que se reconozca debidamente la autoría y edición y sin ningún fin comercial; 3. La editorial puede poner la obra a disposición en su sitio web o aplicación, y el autor también puede hacerlo a través de sus propios medios. Este derecho solo se aplica en caso de que la obra no se comercialice a través de librerías, distribuidores o plataformas asociadas. Cuando la obra se comercialice, los derechos de autor se cederán al autor al 30% del precio de cubierta de cada ejemplar vendido; 4. Todos los miembros del consejo editorial son doctores y están vinculados a instituciones públicas de educación superior, conforme a lo recomendado por CAPES para la obtención del libro Qualis; 5. De conformidad con la Ley General de Protección de Datos (LGPD), la editorial no cede, comercializa o autoriza el uso de los nombres y correos electrónicos de los autores, ni ningún otro dato sobre los mismos, para cualquier finalidad que no sea la divulgación de esta obra.



El turismo comunitario juega un papel importante en cuanto a fomentar el desarrollo productivo en diferentes sectores, especialmente en el sector rural, esto debido a su naturaleza inherente de establecer la acción antropológica de lo comunitario en dicho sector. Este es particularmente el caso del Ecuador, que aún mantiene ese espectro sociológico comunitario, en donde se practica: la minga, el prestamano, las fiestas populares programadas y estructuradas bajo la dirigencia de los priostes, los líderes barriales, y por supuesto se integra el valor de lo organizativo comunitario, en donde han venido evolucionando las organizaciones sociales llamadas comunas, y las comunidades, organizaciones que se han venido empoderando tanto en lo social como en lo económico, e integrando el turismo al desarrollo productivo, en este caso practicando el turismo comunitario organizado.

En esta línea, surge el presente libro de carácter científico, creado por Gorki Aguirre, que se basa en los datos de dos tesis de grado de maestría de los estudiantes, hoy magísteres Andrea Logroño Cazco y Estuardo Fuenmayor Trujillo, mismas que fueron dirigidas por el mencionado autor. Este libro tiene dos propósitos, por un lado busca establecer estrategias de mejora en los servicios gastronómicos para optimizar la atención a los clientes en los establecimientos de alimentación, y por otra parte propone estrategias de dinamización, estos propósitos apuntan hacia la dirección acción del turismo comunitario de la provincia del Chimborazo, las dos acciones técnicas turísticas se centran o se dirigen a trabajarlas a través de un proceso científico entrelazado dirigido al trabajo de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH).

En cuanto a lo metodológico este proceso investigativo lleva un diseño no experimental con alcance exploratorio, enfoque cuali-cuantitativo, nivel de campo, con la aplicación de métodos inductivo, deductivo e hipotético – deductivo. Por lo cual se aplica la técnica de revisión documental y una guía de entrevista a una muestra dirigida a empleados de la CORDTUCH. Se observa la elaboración de un diagnóstico situacional sectorial turístico dirigido al análisis y propuestas de iniciativas de turismo comunitario, acompañado por un estudio de mercado, sirviendo para establecer directamente las estrategias de dinamización con utilización de programas y proyectos, dirigidos al fortalecimiento del desarrollo del turismo comunitario del área de influencia.

Los resultados de las investigaciones realizadas que se presentan en este libro contribuyen decididamente al desarrollo productivo sostenible de la provincia de Chimborazo y del país, pues generan propuestas para un manejo más técnico del turismo comunitario, susceptible de ser aplicado en la provincia de Chimborazo, y con potencial de ser replicado en otras provincias y sectores comunitarios del país.

Dr. Otto Suárez Rodríguez Ph.D.

Vicerrector Académico

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil-UTEG

<b>TOMO 1 .....</b>	<b>1</b>
Propuesta sostenible comunitaria con servicios turísticos gastronómicos para la Provincia de Chimborazo .....	1
<b>1. REALIDAD ACTUAL DEL ÁREA DE INFLUENCIA, EN RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>6</b>
1.1. Ámbito geográfico físico espacial .....	6
1.2. Ámbito Socio Cultural.....	8
1.3. Ámbito Ecológico Territorial .....	10
1.4. Ámbito de desarrollo productivo .....	12
1.5. Ámbito Histórico Fundacional .....	15
1.6. Ámbito Turístico actual de las OTC .....	16
<b>2. PROBLEMÁTICA Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>20</b>
2.1. Problemática existente en el área de influencia .....	20
2.2. Objetivo de la investigación.....	20
2.3. Justificación de la investigación .....	21
<b>3. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>23</b>
3.1. Gastronomía .....	23
3.1.1. Corrientes culinarias .....	24
3.1.2. Cultura gastronómica.....	26
3.1.3. Servicios gastronómicos.....	26
3.1.4. Estrategias gastronómicas .....	28
3.1.5. Tendencias gastronómicas.....	28
3.1.6. Tecnología gastronómica .....	29
<b>4. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>30</b>
4.1. Tipo, diseño, alcance y enfoque de la investigación .....	30
4.1.1. Métodos de investigación .....	30
4.1.2. Unidad de análisis, población y muestra .....	31
4.1.3. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información .....	32

<b>5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>33</b>
5.1. Descripción y características de los establecimientos de alimentación pertenecientes a la CORDTUCH. ....	33
5.1.1. Cantón Riobamba .....	35
5.1.2. Cantón Guano .....	39
5.1.3. Cantón Colta.....	42
5.1.4. Cantón Guamote .....	43
5.1.5. Cantón Alausí.....	46
5.2. Análisis del diagnóstico situacional del servicio de los establecimientos de alimentación basada en las entrevistas. ....	48
<b>6. PROPUESTA DE TURISMO COMUNITARIO CON ESTRATEGIAS DE MEJORA EN SERVICIOS GASTRONÓMICOS.....</b>	<b>53</b>
6.1. Visión propositiva. ....	53
6.1.1. Desarrollo .....	53
<b>7. CONCLUSIONES .....</b>	<b>58</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>59</b>
<b>AUTOR.....</b>	<b>63</b>

**PROPUESTA SOSTENIBLE COMUNITARIA CON SERVICIOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**



Es menesteroso conocer, que la gobernanza mundial, está apuntando a la reapertura del turismo como una fuente importante de obtención de divisas, ya que el turismo a nivel mundial establece una recuperación amplia pospandemia, según la OMT al 2023 establece que las llegadas internacionales alcanzaron el 80 % de los niveles anteriores a la pandemia en el primer trimestre de 2023.

En el primer trimestre viajaron 235 millones de turistas internacionales, más del doble que en el mismo período de 2022. El turismo sigue empeñoso en trabajar la resiliencia, siendo que, en el 2022, hubo más de 960 millones de desplazamientos turísticos internacionales, es decir, se restablecieron dos tercios (66 %) de las cifras prepandémicas. En cuanto al Oriente Medio se señala que fue la única región que superó las llegadas de 2019 (+15 %) y la primera en recuperar las cifras anteriores a la pandemia en un trimestre completo. Europa llegó al 90 %, África y las Américas llegaron al 88 % y a cerca del 85 %, respectivamente, de los niveles turísticos registrados en 2019. Asia y el Pacífico recuperó el 54 % de los niveles prepandémicos. (OMT, 2023). Las estadísticas anteriormente enunciadas, se puede observar en las (Ilustraciones 1,2,3)



Ilustración 1. Llegada de turistas internacionales: Porcentaje de los niveles de 2019 recuperados en el primer trimestre de 2023(%) \* Fuente: Source: UNWTO, \* Percentage of Jan-Jul 2019 arrivals recovered in Jan-Jul 2023 (provisional data).

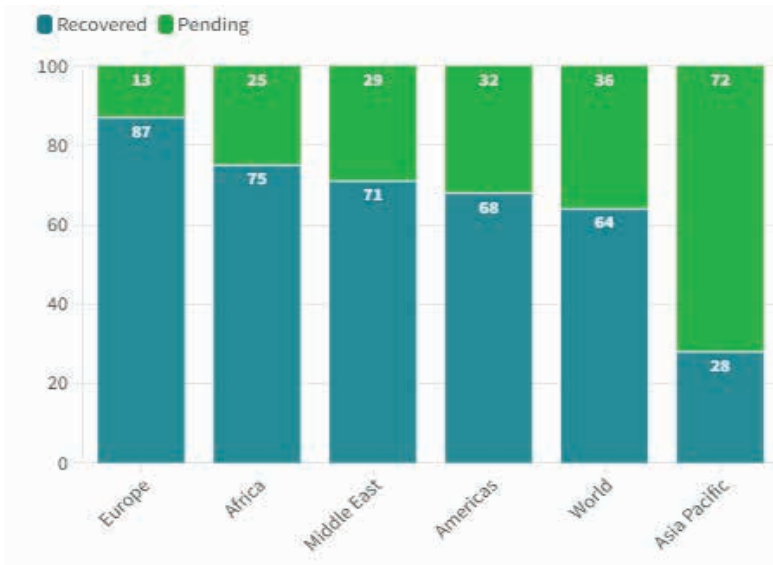


Ilustración 2. Ingresos por turismo internacional: Porcentaje de los niveles de 2019 recuperados en 2022(%) \*. Fuente: Source: UNWTO, \* Percentage of 2019 receipts recovered in 2022, calculated in US dollars (preliminary data).

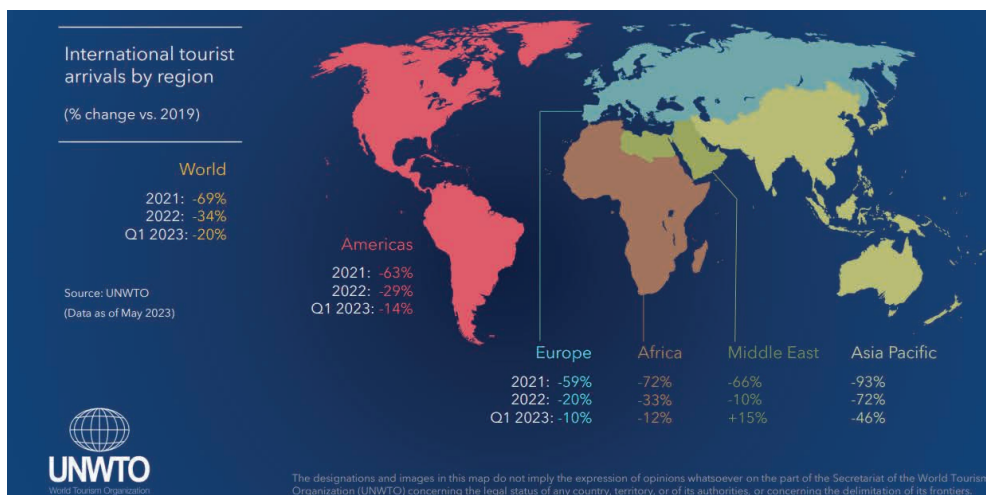


Ilustración 3. Llegadas de turistas internacionales por región (% de cambio vs. 2019).

Fuente: (OMT, 2023)

Siendo que las Américas ocupan un porcentaje de -14% cercana al 2019, en el caso de Ecuador, aún no está establecido un avance significativo de llegada de turistas internacionales, que provoque una recuperación como tal antes de la pandemia, estableciéndose que el Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) a través de su web de servicios de turismo, señala que la entrada de visitantes al 2023 es de 1'280.807, (Ilustración 4) en comparación al 2019 antes de la pandemia que fue de 2'043.993.

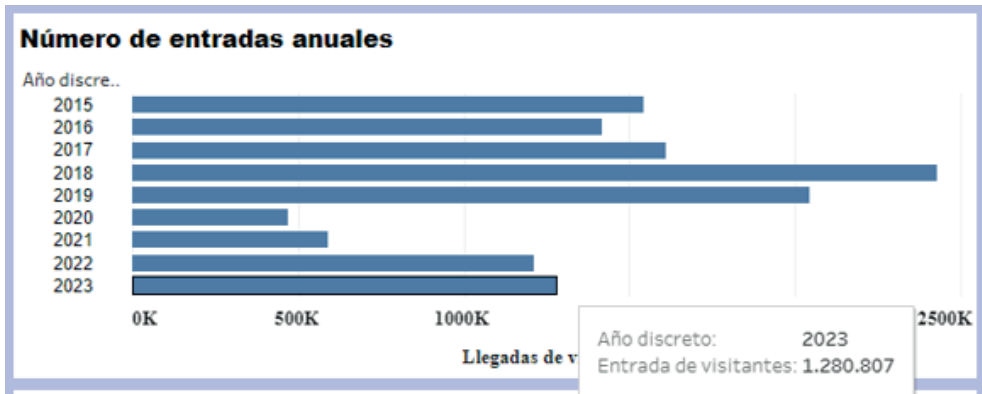


Ilustración 4. Entrada anual de visitantes al Ecuador, año 2023. Fuente: (Servicios.turismo.gov.ec, 2023)

En cuanto a los servicios que se presta en las comunidades de los Centros turísticos comunitarios, el MINTUR solo toma en cuenta a los cantones de Alausí y de Riobamba, no nombra a más cantones de la provincia del Chimborazo, (Ilustración 5). Lo que lleva a destacar un significativo error en la relación del desarrollo productivo para el Ecuador, siendo un Ministerio debería a más de promulgar el turismo, tendría que regularlo y saber con exactitud los espacios turísticos y servicios que existen y brindan los operadores del turismo.

Canton	Registro	Habitaciones	Camas	Plazas camas	Mesas	Plazas mesas
ALAUSI	1	0	0	0	9	36
RIOBAMBA	3	15	32	40	44	176
<b>Total general</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>32</b>	<b>40</b>	<b>53</b>	<b>212</b>

Ministerio de Turismo | República del Ecuador | Gobierno del Encuentro | Juntos lo logramos

Ilustración 5. Registro de Centros de turismo comunitario del año 2022. Fuente: (MINTUR, 2023).

El presente estudio investigativo, nos lleva a demostrar la realidad de la provincia del Chimborazo en cuanto al Turismo, especialmente en lo que refiere al turismo comunitario, siendo que la organización comunitaria, permite ejemplarizar la fortaleza de esta industria, cuando se la maneja con criterio técnico científico.

Además, en este contexto, es importante estar al tanto de las últimas tendencias del turismo mundial para poder tomar decisiones informadas sobre cómo planificar y gestionar la apertura al turista en lo nacional y local, respecto a Ecuador y demás países, como son los de Latinoamérica que tienen recursos y estructura turística semejante. Aquí hay algunas de las tendencias clave para tener en cuenta, luego en el proceso de investigación se ampliará sus conceptualizaciones:

**Sostenibilidad,** los viajeros son cada vez más conscientes del impacto medioambiental de sus viajes y buscan formas de reducir su huella de carbono. Esto está impulsando la demanda de opciones de viaje más sostenibles, como el ecoturismo, turismo rural, y los viajes con bajas emisiones de carbono.

**Experiencias únicas:** Los viajeros buscan experiencias únicas y memorables que les permitan conectar con la cultura y la historia de los lugares que visitan. Esto está impulsando la demanda de experiencias auténticas, como visitas a pueblos indígenas, la ruralidad y recorridos gastronómicos.

**Tecnología:** La tecnología está desempeñando un papel cada vez más importante en el turismo, desde la planificación y reserva de viajes, hasta la experiencia de viaje en sí. Esto está impulsando la demanda de aplicaciones móviles, App, plataformas, y otros servicios digitales que pueden ayudar a los viajeros a planificar y gestionar sus viajes.

Teniendo en cuenta estas tendencias, resulta de amplia importancia que las empresas turísticas se adapten para satisfacer las necesidades cambiantes de los viajeros. Esto significa ofrecer opciones de viaje más sostenibles, experiencias únicas y memorables, y aprovechar los recursos naturales y atractivos turísticos en su esplendor, con utilización de técnica y la tecnología para mejorar la experiencia de viaje, por una parte y por otra establecer experiencias gratas de inversión al lograr su revés gratificante al obtener ingresos económicos para los operadores turísticos.

A ello, nace la preocupación de establecer una relación técnica científica que mejore el desarrollo productivo rural en la provincia del Chimborazo, y las comunidades que habitan en el área de influencia.



# 1.- REALIDAD ACTUAL DEL ÁREA DE INFLUENCIA, EN RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN

Producto de la investigación, se realizó un diagnóstico situacional en el área de influencia, y como parte de este se señala a continuación un fragmento inicial relacionado al ámbito geográfico espacial, ámbito Sociocultural, ámbito Ecológico Territorial, Ámbito de Desarrollo productivo, y ámbito Histórico fundacional de las Organizaciones Turísticas Comunitarias OTC.

## 1.1.- Ámbito geográfico físico espacial

### *a.-Ubicación geográfica.*

El cantón Riobamba se encuentra situado al norte de la provincia de Chimborazo y cuenta con una extensión de 978 km<sup>2</sup>, dentro de este territorio se localizan las organizaciones OTC: Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari y Sumak Kawsay. El cantón Guano igualmente está al norte de la provincia, con una extensión de 473 km<sup>2</sup>, internamente de este territorio se localizan las organizaciones: Razu Ñan, Calshi y Artesa Chuquipogio. El cantón Colta está al noroccidente de la provincia con una extensión de 829 km<sup>2</sup>, aquí se localizan las organizaciones: CEDIBAL y CEDEIN. El cantón Guamote se encuentra al sur de la provincia con 1.216 km<sup>2</sup>, dentro de este territorio se localiza la organización de Guarguallá. Finalmente, el cantón Alausí se localiza al sur con una extensión de 1.644 km<sup>2</sup>, aquí se encuentra la organización de Nizag. A continuación, en la **(Ilustración 6)** podemos observar estas ubicaciones.

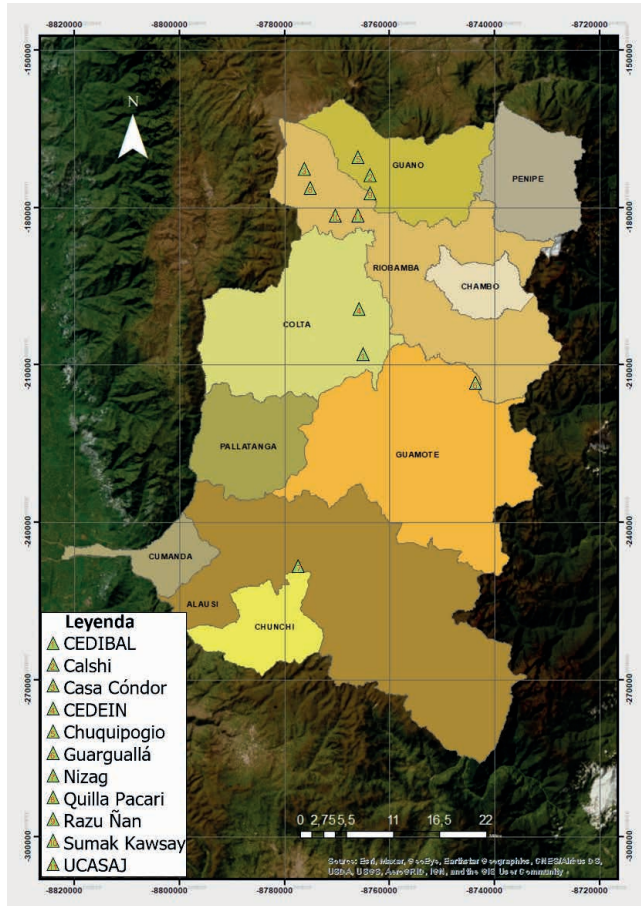


Ilustración 6. Mapa de georreferenciación de las organizaciones de turismo comunitario OTC de Chimborazo. Fuente: Google map.

**b.- Límites.** A continuación, se puede observar los límites de las organizaciones: La organización Casa Cóndor limita al norte con la Asociación Chorrera Mirador, al sur la Comunidad Ganquis Pazguazo. La organización UCASAJ limita al norte con Loma Yanacocha, al sur con el origen del río Tililag, al este con la parroquia Calpi y al oeste con Loma Panzaloma. La organización Quilla Pacari limita al norte con la comunidad de Nituluisa, al sur con la comunidad Gaushi, al este con la comunidad de Palacio Real y al oeste con la comunidad de Capilla Loma y Piscicaz. La organización Sumak Kawsay limita al norte con las comunidades de San Vicente, Luisa y Gaushi, al sur con el centro poblado de la parroquia Calpi y la comunidad Bayushi San Vicente, al este con las comunidades de Gaushi, Cunduana y Asunción y al oeste con las comunidades de Calpi loma, San Francisco y la parroquia San Juan.

La organización Razu Ñan limita al norte con la comunidad Cuatro esquinas, al sur con Tagualag, al este con Tunsalao Jatari y al este con Rumicruz - La Delicia. La

organización Calshi limita al norte con la comunidad de Santa Lucia de Chuquipogio, al sur con la comunidad El Rosal, al este con la comunidad Pulinguí y al oeste con la comunidad de Cuatro esquinas. La organización Artesa Chuquipogio limita al norte con la comunidad Cuatro esquinas, al sur con Tagualag, al este con Tunsalao- Jatari y al este con Rumicruz - La Delicia.

La organización CEDIBAL limita al norte con la comunidad San Martín, al sur con La Providencia y San José de Columbe, al este con las comunidades de Balada Lupaxí Alto, y Tejar Balbanera y al oeste con la comunidad San Martin Bajo. La comunidad de CEDEIN limita al norte con la comunidad Pulinguí San Pablo, al sur con la comunidad de Chimborazo, al este con la comunidad Santa Teresita de Guabug y al oeste con la comunidad de Ganquis. La organización de Guarguallá limita al norte con la Hacienda Guarguallá, al sur con los páramos de Hazaraty, al este con el río Guarguallá y al oeste con los páramos de Hazaraty. Finalmente, la organización de Nizag limita al norte con la comunidad de Shushilcon, al sur con la parroquia Pistishí, al este con la parroquia Guasuntos y al oeste con el cantón Alausí.

## 1.2.- **Ámbito Socio Cultural**

### ***a.- Demografía.***

Es la población humana en continuo cambio, considerando los ámbitos cuantitativos (estado) y cualitativo (dinámica), en este sentido la demografía de las OTC que conforman la CORDTUCH se describe a continuación (Tabla 3):

#### **Tabla 1. **Ámbito Demográfico de las OTC de la CORDTUCH.****

**Fuente:** CORDTUCH, 2021

La CORDTUCH en su totalidad tiene 11.122 habitantes distribuidos en sus 11 iniciativas de turismo comunitario a lo largo de los cantones de Riobamba, Guano, Colta, Guamote y Alausí. El cantón con menor población de las iniciativas de turismo es Guamote (449 habitantes), mientras que Riobamba es el cantón con mayor cantidad de habitantes (4.524). (**Tabla 1**)

### ***b.- Instrucción Formal.***

En la organización Casa Cóndor el 80% de la población cuenta con instrucción formal primaria, y el restante 20% no cuentan con ningún tipo de instrucción, por la misma razón que existe una escuela en la comunidad lo que ha permitido a la mayoría de la población acceder a una educación de nivel primario, en tanto que son pocos los que tienen acceso a una educación de nivel secundario, que lo hacen asistiendo a establecimientos educativos que ofrece la parroquia San Juan.

En la organización UCASAJ el 73% de la población tiene instrucción formal primaria, secundaria y superior y el restante 27% no cuentan con ningún tipo de instrucción. La organización Quilla Pacari cuenta con una escuela su nombre es “Quitumbe” a la que

acuden 40 niños aproximadamente de todos los sectores aledaños. La organización Sumak Kawsay se encuentra solamente una escuela hispana, la cual funciona desde el año 1962. La escuela toma el nombre de “Escuela Fiscal Mixta Pio Jaramillo Alvarado”.

La organización Razu Ñan cuenta con establecimientos educativos como: una guardería llamada Abdón Calderón con 50 niños, en educación primaria la escuela se llama Dr. Rafael Pacheco Larrea con 150 niños, en lo educación secundaria se tiene el colegio 11 de noviembre por lo que en la actualidad 70% de habitantes ya cuenta con un grado instrucción y el 15% a partir de los 50 años de edad son analfabetos. La organización Calshi cuenta con una escuela cuyo nombre es “República Federal de Alemania”, a la misma que acuden 125 niños de la comunidad. Además, posee un jardín de infantes y una guardería.

La organización Artesa Chuquipogio cuenta con una escuela y un Colegio a distancia que funciona los sábados y domingos. Ambos ubicados en el centro de la comunidad de Santa Lucia de Chuquipogio. La organización CEDIBAL presenta que el 74% de la gente de la comunidad cuenta con instrucción primaria, el 3% de la gente tiene instrucción secundaria, otro 3% de los miembros de la comunidad tiene instrucción superior, y el 20% de la población no tiene ningún tipo de instrucción, por lo tanto, se llevaría a considerarlos analfabetos.

La comunidad de CEDEIN dispone de centros educativos que permiten recibir una educación de calidad tal como lo pueden hacer acudiendo a centro educativos del cantón Colta, así como también en el cantón Guamote. La organización de Guarguallá cuenta que el 70% de habitantes tiene algún tipo de instrucción entre primaria y secundaria, por lo tanto, el 30% de sus habitantes son analfabetos, es decir aquellos que están dentro de la tercera edad. Finalmente, la organización de Nizag presenta que el 80% población tiene una instrucción primaria, secundaria y superior, solo un 20% de aquellas personas que pertenecen a la tercera edad son analfabetos.

**Tabla 1 -** Ámbito demográfico de las Organizaciones Turísticas Comunitarias de la CORDTUCH.

N	Cantón	Comunidad	N° de Habitantes por edad							Habitantes por sexo		Total, de habitantes	N° familias beneficiadas por turismo	
			<1	1-9	10-14	15-29	30-49	50-64	>65	H	M		Direc-tos	Indirec-tos
1	Riobamba	Casa Cóndor	2	35	43	27	25	35	31	97	101	198	48	40
		UCASAJ	80	671	476	889	419	586	355	1623	1852	3476	690	560
		Quilla Pacari	9	84	55	129	104	70	61	238	274	512	82	185
		Sumak Kawsay	6	55	37	85	69	46	40	159	179	338	125	62
2	Guano	Razu Ñan	28	281	163	396	274	129	114	664	721	1385	76	200
		Calshi	10	169	117	187	163	93	52	395	396	791	180	90
		Artesa Chuquipogio	6	56	51	87	82	24	29	165	169	335	45	20
3	Colta	CEDIBAL	7	59	71	63	193	131	64	275	313	588	35	15
		CEDEIN	56	198	187	312	277	167	53	605	645	1250	10	50
4	Guamote	Guarguallá	22	52	77	103	104	63	28	220	229	449	28	105
5	Alausí	Nizag	70	296	248	447	368	295	76	720	1080	1800	30	340
<b>Total</b>			<b>296</b>	<b>1.956</b>	<b>1.525</b>	<b>2.725</b>	<b>2078</b>	<b>1.639</b>	<b>903</b>	<b>5.163</b>	<b>5.959</b>	<b>11.122</b>	<b>1349</b>	<b>1667</b>

Fuente: CORDDTUCH 2022.

### 1.3.- Ámbito Ecológico Territorial

#### a.- Clima y la Clasificación Ecológica.

El clima en relación con el turismo ha sido estudiado por la geografía turística y la climatología, estas manejan criterios cercanos, siendo que, según Belén Gómez, 1999, clasifica a la geografía Turística clasifica al clima en tres criterios o posturas: 1.- “considera que la atracción del clima, como elemento del medio natural, es suficiente para explicar la mayor parte de centros y flujos turísticos”. 2.- “sostiene, que todo clima es potencialmente turístico”. 3.- “pone en evidencia el papel de los factores climáticos en los comportamientos turísticos y a la vez, manifiesta la necesidad de evaluar el potencial de atracción de los diferentes climas de un territorio”. La misma Belén Gómez, 1999, nos indica sobre la Climatología que, “La Climatología, en la línea de esta última tesis, ha procedido a la creación de técnicas (índices climáticos, cartas, etc.) capaces de evaluar el potencial climático turístico en diferentes lugares” (Gómez Martín, 1999).

Siendo así no es menos cierto que el gusto y práctica del ocio, es diverso, siendo que el clima es un factor preponderante para atraer al turista, como existen gustos variados, también existen lugares variados con diferentes pisos climáticos que llevan al ser humano a acudir o utilizar su tiempo de ocio en el disfrute de los atractivos que más le gusten y le

permita la circunstancia, tiempo, economía y situación geográfica, jugando papel importante la planificación turística y los asesores de turismo, incluido el marketing tecnológico. Aquí se inserta el gusto por los lugares fríos, con relación a la degustación de comidas de la cultura gastronómica andina, el senderismo, alta montaña, o andinismo, en fin, relación persona o turística con la naturaleza viva.

En el caso del área de influencia estudiada posee una diversidad climática con relación a la altura que genera un clima frío. El clima fluctúa entre 3 a 22 grados centígrados de pendiente de la OTC y su ubicación geográfica, existiendo precipitaciones que varían entre 500 a 1200 mm de precipitación media anual, en cuanto a la clasificación ecológica de las comunidades que conforman la CORDTUCH, existen diferentes tipologías de bosques como: Bosque húmedo Montano, Bosque húmedo Sub Alpino, Bosque muy húmedo Sub Alpino, Estepa Montano, Bosque seco Montano Bajo, Bosque húmedo Montano Bajo, Bosque Húmedo Montano Bajo, Bosque Montano o templado, Bosque Páramo seco, Bosque Estepa montano, Bosque Tropical, es el siguiente (**Tabla 2**)

**Tabla 2.** Clima de las OTC de la CORDTUCH.

N°	Cantón	OTC	Clima		Clasificación ecológica
			Temperatura promedio (°C)	Precipitación media anual (mm)	
1	Riobamba	Casa Cóndor	3 – 6	500	Bosque húmedo Montano Bosque húmedo Sub Alpino Bosque muy húmedo Sub Alpino Estepa Montano
		UCASAJ	12 – 16	500 – 1000	Bosque seco Montano Bajo Bosque húmedo Montano Bajo
		Quilla Pacari	6 – 22	500 a 1000	Bosque húmedo Montano Bajo
		Sumak Kawsay	18 – 22	500 a 1000	Bosque húmedo Montano Estepa Montano
2	Guano	Razu Ñan	13 – 18	500 – 1000	Montano o templado
		Calshi	13 – 18	500 – 1000	Bosque húmedo Montano Bajo
		Artesa Chuquipogio	10	1200	Páramo seco
3	Colta	CEDIBAL	13 – 18	500 – 1000	Bosque montano bajo seco
		CEDEIN	3 – 6	250 – 500 y 500 – 1000	Bosque húmedo Montano Bosque húmedo Sub Alpino Bosque muy húmedo Sub Alpino Estepa Montano
4	Guamote	Guarguallá	6 – 12	500 – 1000	Bosques tropicales, nublados Nieves perpetuas
5	Alausí	Nizag	8	117, 153 y 127	Bosque seco Montano Bosque seco Montano Bajo Estepa Montano Bajo

Fuente: CORDTUCH, 2022.

### ***b.- El Suelo y sus características.***

Sin que las características del suelo intervengan directamente en las preferencias turísticas, es importante que se conozca las características del suelo, esto principalmente para la población residente y miembros de las OTC, puesto que esto les permitirá establecer la explotación agrícola y pecuaria en la zona, a su vez interviene en el factor turístico al momento de utilizar estos productos en la preparación de sus platos típicos autóctonos. Desde esta visión, se procedió a hacer una clasificación de los tipos de suelo que existen en el área de influencia, tomando en cuenta que:

En la organización de Casa Cóndor sus suelos están formados por roca de origen volcánico, sedimentos de material volcánico, rocas y tobas volcánicas pliocenas.

En la organización UCASAJ los suelos se caracterizan por ser de dos tipos: suelos franco-arenosos: muy sueltos con baja retención de humedad, y suelos alofánicos: con gran retención de humedad y negros.

En las organizaciones de Quilla Pacari y Sumak Kawsay la clase textural de sus suelos es franco limoso con color pardo oscuro.

En la organización Razu Ñan por lo general sus suelos son franco arcillosos mientras que en la comunidad de Calshi se caracterizan por ser arcillosos.

En la organización de Artesa Chuquipogio los suelos son franco arcillosos con una pendiente del 30 al 80%.

En la organización de CEDIBAL los suelos están formados por roca de origen volcánico.

En la organización de CEDEIN los suelos en general están formados por roca de origen volcánico, sedimentos de material volcánico, morrenas, rocas y tobas volcánicas pliocénicas. En la organización de Guarguallá el suelo se configura con rocas no metamórficas, rocas metamórficas y rocas cuaternarias.

Finalmente, en la organización de Nizag los suelos son arcillosos en un 60% seguido con un 30% de pedregosos y un 10% de gredoso.

## **1.4.- Ámbito de desarrollo productivo**

El Área de influencia presenta un espectro de acciones productivas típicas de la región sierra, en donde se han venido estableciendo costumbres y tradiciones, especialmente las visión productiva como son la agricultura y ganadería. Siendo que el turismo prácticamente resulta una actividad aún joven y en auge en las poblaciones analizadas; este se ha vinculado estrechamente con la elaboración de artesanías, cultivo de productos orgánicos, forestación, reforestación y las costumbres gastronómicas, que se han venido ofreciendo a los turistas.

### ***a.- Actividades socioeconómicas.***

Estas actividades se las puede diferenciar de acuerdo con cada organización comunitaria anotando las siguientes:

En la comunidad de Casa Cóndor principalmente se dedican a la producción de papas, habas, mellocos, cebolla y cebada. La producción pecuaria está caracterizada por el mejoramiento continuo de la genética, tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores.

Las labores artesanales son realizadas por el grupo de mujeres, que desde hace años viene recibiendo capacitaciones para mejorar el producto artesanal.

En la organización UCASAJ lo económico productivo está encaminado a la producción de papas, habas, cebada, zanahoria y hortalizas en mínima cantidad.

La producción pecuaria está caracterizada por el mejoramiento continuo de la genética, tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores.

Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, de ahí que en la producción artesanal se destacan las asociaciones de mujeres del barrio de Calera Baja, Calera Santa Rosa, Guadalupe, Santa Isabel y Guabug.

En la organización Quilla Pacari se caracteriza por dedicarse a la producción de papas, habas cebadas, ocas, mashuas y mellocos su producción es tanto para la venta como para el auto consumo.

Así mismo la parte pecuaria está encaminada en el mejoramiento continuo de la genética tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores, así como, la crianza de especies menores (cuyes y conejos) todos estos para el autoconsumo y venta, ya que mediante ellos pueden adquirir ingresos económicos adicionales.

Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, siendo las más comunes la elaboración de guantes, sacos, bufandas con la fibra de borrego, para el vestir diario o para ser vendidas.

En la comunidad Sumak Kawsay se dedican a la siembra de productos locales como: papas, cebada, habas, quinua. Ganado vacuno, especies menores como cuyes y conejos y camélidos. Elaboración de artesanías en base a la fibra de llama y borrego.

En la comunidad Razu Ñan las principales actividades económicas son: agricultura, cultivan (papas, mellocos, habas, cebada, choclos) y como actividades complementaria la crianza de animales domésticos (gallinas, cuyes, chanchos, conejos y bovinos) y guías de turismo y la migración a las ciudades a trabajar en el campo de la construcción.

En la comunidad Calshi los habitantes locales son cultores del agro, donde el cultivo es su forma de vida para la mayoría de ellos se dedican a la siembra de varios productos propios del clima frío, como: las papas, habas, cebada, trigo, cebolla colorada, cebolla blanca, ajo, arveja, zanahoria. Se dedican a la crianza de ganado vacuno, bovino, y porcino



en pocas cantidades. Del ganado vacuno se extrae la leche, carne que son vendidos en los lugares circundantes de la zona al igual que la lana que se extrae de las ovejas, y la carne de chancho. Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, siendo las más comunes la elaboración de guantes, sacos, bufandas con la fibra de borrego, para luego ser vendidas o para el vestir diario.

En la comunidad Artesa Chuquipogio se caracteriza por la producción de papas, habas cebadas, ocas, mashuas y mellocos, su producción es tanto para la venta como para el auto consumo. Está caracterizada para el mejoramiento continuo de la genética tanto del ganado vacuno como del ovino que son de mucha importancia para los pobladores, así como, la crianza de especies menores todos estos para el autoconsumo y venta, ya que mediante ellos pueden adquirir ingresos económicos adicionales. Las labores artesanales son realizadas por las mujeres en su mayoría, siendo las más comunes la elaboración de guantes, sacos, bufandas con la fibra de borrego, para luego ser vendidas o para el vestir diario.

En la comunidad CEDIBAL la mayoría de la población se dedica a la agricultura, todos los productos como: zanahoria, col, col morada, coliflor, quinua, lechuga, papas mellocos, mashuas y algunas plantas medicinales como: manzanilla, toronjil, hierba buena, menta, borraja y orégano son empleados para la alimentación diaria, exceptuando la quinua que es consumida por la gente de la comunidad y comercializada en gran cantidad. Con la ganadería su propósito principal es la obtención de leche, la misma que es vendida a los lecheros que llegan a la comunidad. En menor porcentaje se dedican a la crianza y venta de porcinos, ovinos, equinos, aves de corral, cuyes, conejos, patos gansos entre otros.

En la comunidad CEDEIN el territorio es utilizado para el pastoreo de las alpacas. La producción pecuaria está caracterizada por el mejoramiento continuo de la genética, como de camélidos son de mucha importancia para los pobladores. Las labores artesanales son realizadas en su mayoría por las mujeres que desde hace años viene recibiendo capacitaciones para mejorar el producto artesanal. En la comunidad Guarguallá la población de la comunidad se dedica principalmente a la agricultura (papas, habas, cebada, cebolla, hortalizas), a la ganadería (vacas lecheras, borregos, caballos, alpacas) y a la actividad turística, muy poca gente trabaja en la ciudad de Riobamba en forma asalariada.

En la comunidad Nizag se realizan actividades de producción agrícola, se cultiva una gran variedad de productos entre ellos varias frutas como: guabas, naranjas, limones; muchas familias tienen pozos con truchas en donde se puede pescar. La producción pecuaria está caracterizada por la crianza de especies menores. La producción artesanal se destacan los bordados de prendas de vestir tradicional, fufadas, guantes y gorras en lana de borrego.

## 1.5.- Ámbito Histórico Fundacional

Este ámbito maneja un histórico en cuanto a la organización social en donde se establece un criterio histórico en cuanto a la creación y fundación mismo de las Organizaciones turísticas comunitarias OTC, a continuación, se puede observar ciertos rasgos históricos sobre la creación de las OTC.

En la comunidad Casa Cóndor la fundación de la organización fue en 1975 se fundó la comunidad Pulingui San Pablo, con 19 familias. Desde 1996 empezaron con la construcción de la Casa Cóndor, y a partir de 1998 empiezan a desarrollar actividades turísticas, recibiendo a los primeros visitantes en este año. Es una Asociación de tipo comunitaria conformada por 48 socios residentes en las comunidades Pulinguí Centro, Tunzalao, Rumi cruz, La Delicia, Chimborazo. Actualmente la situación legal de la asociación de Trabajadores Pulingui San Pablo, fue legalizada ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).

En la comunidad UCASAJ la fundación de la organización fue en el año 2002, desde ese momento se conformó el comité de turismo comunitario, integrado en primera instancia por representantes de cuatro comunidades y a la fecha se han integrado siete comunidades más, totalizando una participación en este proceso turístico de 11 comunidades. Es una Asociación de segundo grado, conformada por 25 comunidades, de las cuales 14 son los beneficiarios indirectos por ser parte de la Organización, y 11 comunidades identificadas para el desarrollo del turismo comunitario los beneficiarios directos. Actualmente la situación legal de la asociación tiene una trayectoria desde el año de 1974 y cuenta con personería jurídica desde el 9 de marzo de 1984.

En la comunidad Quilla Pacari los socios consideran que la organización es una asociación. Actualmente la situación legal cuenta con un estatuto, obtenido por CONAMU. En la comunidad Sumak Kawsay la organización fue fundada el 24 de julio del 2006. Es una Organización que agrupa a 62 familias de la comunidad quienes se benefician directamente por la actividad turística. En la comunidad Razu Ñan la organización fue fundada en abril del 2005. Se caracteriza por ser una organización de tipo asociación.

En la comunidad Calshi su estructura organizativa está dada por la asamblea general, dirigencia, comunidad, presidencia, vicepresidencia, secretario, tesorero, sindico y vocal.

En la comunidad Artesa Chuquipogio la organización fue fundada desde el año 1998, cuando se fundó la Asociación de mujeres "Visión Futura" que se formó con la finalidad de desarrollar actividades turísticas. Visión Futura es una asociación que une al 90% de las familias de la comunidad, representadas por las mujeres.

La comunidad CEDIBAL fue creada el 14 de marzo del 2004. Es una organización de tipo corporación. A raíz del año 1990 hasta 2000, viene emprendiendo actividades de conservación de los suelos, la misma que a fines del mismo año. Es una organización no

gubernamental sin fines de lucro. La comunidad Guarguallá fue creada el 28 de noviembre de 1998; que en mayo del 2008 fue legalizado en el CODENPE. Es una organización de tipo asociación que tiene una trayectoria desde el año de 1998 y cuenta con personería jurídica desde mayo del año 2008.

Finalmente, la comunidad Nizag los pobladores de la comunidad se unen el 15 de febrero del 2001 para comenzar a trabajar en la actividad turística. Se caracteriza por ser una organización de base productiva.

## **1.6.- Ámbito Turístico actual de las OTC**

La provincia del Chimborazo según el Plan de Turismo de la provincia del Chimborazo 2019, señala que se han identificado 269 sitios turísticos, 53% de ellos son sitios naturales y 47% establecen manifestaciones culturales. Esta variedad de recursos crea las condiciones para promover el turismo como un dinámica que contribuye a alcanzar el Buen Vivir Provincial.”

En la actualidad se manejan diferentes modalidades de prácticas turísticas, tal como lo es el turismo comunitario que en su labor de ejecución encierra en su contexto las comunidades locales, misma que hace inferencia a la participación de la comunidad local, por lo que se considera como una herramienta de lucha contrala pobreza, asimismo, permite la difusión y conservación de la identidad étnica y del destino. Es decir, que trata de equilibrar los aspectos medioambientales y culturales, a través de una gestión y organización anclada en las comunidades.

Acorde a ello, el turismo comunitario contempla acciones que permiten que sociedades ajenas conozcan otros entornos con el único fin de distracción, dichas actividades son generadoras de fuentes y de ingresos económicos, conllevando al desarrollo económico turístico-local, por lo que, la actividad es de gran envergadura para los países y localidades en donde se instaura.

En dicha praxis se ve involucrados un sinnúmero de sectores del contexto ecuatoriano, tal es el caso de la provincia de Chimborazo, en donde se ubica la organización Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH), misma que fue creada y legalizada en el 2006 como un organismo para promover y fortalecer las actividades de turismo comunitario en el sector, ofertando múltiples servicios turísticos, uno de ellos el de alimentos y bebidas a través de sus organizaciones comunitarias asociadas en cinco cantones de la provincia: Riobamba, Guano, Colta, Guamote y Alausí.

De esta manera, se denota que en los sectores mencionados el turismo comunitario nace como una alternativa para las comunidades rurales, con el fin de generar ingresos económicos a través de la prestación de servicios turísticos, las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH se enfrentan al reto de mejorar los servicios gastronómicos para generar experiencias auténticas, significativas, únicas y memorables.

De manera particular, entre los atractivos que sobresalen de las comunidades filiales a la CORDTUCH se encuentra el nevado Chimborazo un icono a nivel mundial, establecido por algunos científicos como “el punto más cercano al sol”, especialmente por los estudios de National Geographic (**ilustración 7 y 8**) que indica:

"No es que el Everest se haya encogido, sino que es un efecto debido a que el diámetro terrestre en la latitud ecuatorial es mayor que en la latitud del Everest. Así que, medido desde el centro de la tierra, es el punto más lejano del planeta al que puedes llegar sin volar" (viajes.nationalgeographic.com, 2023).



**Ilustración 7.** Comparación de altura del Chimborazo y el Everest.

Fuente: [https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Felpais.com%2Felpais%2F2016%2F04%2F06%2Fmedia%2F1459968136\\_940253.html&psig=AOvVaw3ztz6zXg\\_\\_RhP5x1Zc1E5c&ust=1706547992638000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQqjhqFwoTCOi6-YnJgIQDFQAAAAAdAAAAABAD](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Felpais.com%2Felpais%2F2016%2F04%2F06%2Fmedia%2F1459968136_940253.html&psig=AOvVaw3ztz6zXg__RhP5x1Zc1E5c&ust=1706547992638000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQqjhqFwoTCOi6-YnJgIQDFQAAAAAdAAAAABAD)

html&psig=AOvVaw3ztz6zXg\_\_RhP5x1Zc1E5c&ust=1706547992638000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQqjhqFwoTCOi6-YnJgIQDFQAAAAAdAAAAABAD

Varias comunidades hacen uso de este atractivo como parte de su oferta. Además, en su mayoría se promociona atractivos culturales, en especial las costumbres y tradiciones de cada comunidad cabe mencionar que en las comunidades presentar similares ofertas como sus formas de vida acompañado de su gastronomía, leyendas, mitos, danzas y música



**Ilustración 8.** Explicación de la diferencia entre la altura del Chimborazo y el Everest, desde el Nivel del Mar y desde el Centro de la Tierra. Fuente: [https://3.bp.blogspot.com/-2OxoyVdQNM4/VwdAhuACBZI/AAAAAAAAO8E/OFJ\\_2\\_i6\\_9QQjzsdK3eBgkR3HGiwsiykg/s1600/2016-04-08\\_072322.jpg](https://3.bp.blogspot.com/-2OxoyVdQNM4/VwdAhuACBZI/AAAAAAAAO8E/OFJ_2_i6_9QQjzsdK3eBgkR3HGiwsiykg/s1600/2016-04-08_072322.jpg)

En relación con las actividades turísticas, en todos los atractivos se pueden realizar una serie de actividades como: caminatas, aviturismo, ecoturismo, turismo de naturaleza, interpretación de patrimonio, ambiental y cultural, turismo medicinal y convivencia comunitaria.



**Ilustración 9.** FOTO: GTRES – Volcán Chimborazo (viajes.nationalgeographic.com, 2023)

En correspondencia a esta dinámica, CORDTUCH presenta un total de 48 atractivos turísticos de las Organizaciones Turísticas Comunitarias (OTC) que conforman la CORDTUCH. De estos atractivos el 41,7% se encuentran en la comunidad de UCASAJ

que equivale a 20 atractivos; seguido por el 14,6% establecidos en la comunidad de Nizag con 7 atractivos; la Casa Cóndor corresponde a 6 atractivos equivalente a 12,5%, siguiéndole Sumak Kawsay y Calshi con 4 atractivos igual al 8,3%; la OTC de CEDIBAL y CEDEIN tiene 4 atractivos igual al 6,3% y finalmente Razu Ñan ocupa una 1 atractivo que representa el 2,1%. Es importante señalar que existen comunidades como Quilla Pacari (Riobamba), Artesa Chuquipogio (Guano) y Guarguallá (Guamote) que aún no se ha realizado un inventario turístico, por lo que no aparecen en nuestro análisis investigativo.

La importancia se encuentra en que contribuye a generar una oferta de valor atractiva, eficiente y de calidad, por ello se pretende establecer estrategias de mejora en servicios gastronómicos para los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH, a través de la identificación de las nuevas tendencias de servicios gastronómicos específicamente enfocados a la mejora continua y atención que se brinda a los turistas que visitan las iniciativas de turismo comunitario, considerando que, los servicios de alimentación son un componente esencial de los productos turísticos que brinda la corporación.

Es decir, que los servicios prestados, se fundamentan en conseguir la aceptación e incremento de la demanda de cada organización comercial o de servicios y con ello adquirir que los clientes vuelvan hacer uso de los servicios ofertados, estando a la altura de sus perspectivas. Esto ha originado a que las empresas reconozcan la necesidad de implementar medidas para fortalecer la calidad del servicio y así aumentar la satisfacción y fidelidad del cliente (Chaves, 2012).

En esta parte la investigación se centra en establecer estrategias de mejora en los servicios gastronómicos para optimizar la atención a los clientes en los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH.

## 2. PROBLEMÁTICA Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, la investigación planteó la visión problémica existente en el área de estudio, así como la justificación establecida para el efecto.

### 2.1.- Problemática existente en el área de influencia.

Actualmente, la CORDTUCH en cuanto a los servicios gastronómicos en los establecimientos de alimentación presentan la siguiente problemática: demora en la prestación del servicio, inadecuada relación calidad/precio, deficiente calidad de los alimentos y bebidas, problemas de ambientación en el local, desconocimiento total de gastos, no brinda atención personalizada, no cuenta con una tecnología adecuada, no brindan capacitaciones al personal que permitan tener un buen nivel de servicio. A nivel externo, se ha visto amenazado por el COVID-19 en función de los diversos grados de restricciones de movilidad, y la confianza de los viajeros (son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad).

Esto nos lleva a hacernos la pregunta de rigor siguiente:

¿La Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH) podrá mejorar los establecimientos de alimentación a través de estrategias en servicios gastronómicos?

#### **a.- Sistematización del problema**

- ¿Cuál es la situación actual de los establecimientos de alimentación pertenecientes a la CORDTUCH?
- ¿Cuáles son los métodos utilizados por los establecimientos de alimentos y bebidas de la CORDTUCH para mejorar la atención y mantenerse en el mercado?
- ¿Cuáles son las nuevas tendencias de servicio que son aplicables a los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH?
- ¿Cuáles son las estrategias de mejora en servicios gastronómicos a implementar para los establecimientos de alimentación en la CORDTUCH?

### 2.2.- Objetivo de la investigación

#### *Objetivo general*

Proponer estrategias de mejora en los servicios gastronómicos para optimizar la atención a los clientes en los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH.

### *Objetivos específicos*

- Identificar teóricamente las nuevas tendencias en los establecimientos de alimentación, para el diseño de estrategias de mejora en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.
- Realizar un diagnóstico situacional del servicio de los establecimientos de alimentación en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, para conocer su estado actual.
- Diseñar una propuesta de estrategias en los servicios gastronómicos de los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH, para mejorar la atención de los clientes con base a las nuevas tendencias alimenticias.

### **2.3.- Justificación de la investigación**

El servicio de comidas es una gran industria preocupada por la preparación y servicio de alimentos fuera del hogar, caracterizada como una importante expresión cultural a la que se le heredan tradiciones y hábitos. En este sentido, el manejo de alimentos y bebidas es muy importante para su efectiva comercialización, ya que en dicho manejo se requiere una buena organización, así como una correcta higiene y manipulación de los alimentos adecuada para evitar la contaminación, de igual manera también se considera equipos, es decir, utensilios y utensilios utilizados para la comercialización que cumplan con todas las normas de inocuidad de los alimentos y servicio al cliente incluidas en la norma.

Al sugerir estrategias para mejorar el servicio de alimentación, se contribuye a la optimización de la atención al cliente en los establecimientos de alimentación de CORDTUCH. Además, ayuda a comprender la estructura y los procesos de la organización para determinar las acciones estratégicas más adecuadas para mejorar su desempeño de gestión. De igual forma, se puede determinar que la calidad del servicio es un factor importante para la competitividad de una organización para adquirir y retener clientes.

En cuanto a la justificación teórica indica que lograr la satisfacción de los clientes es la principal misión que se debe tener en cuenta en la gestión de alimentos y bebidas. El presente estudio se basa en conceptos y propuestas teóricas de diferentes autores, relacionándose a la problemática que actualmente atraviesan los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH, es por esta razón que nace la importancia de proponer estrategias de mejora en los servicios gastronómicos para optimizar la atención a los clientes, contribuyendo de esta manera satisfacer las necesidades, deseos y expectativas para asegurar la permanencia de un restaurante en el mercado.

Mientras tanto la justificación práctica comprende hoy todas las industrias están a la vanguardia de la demanda de los consumidores para enfrentar el desafío de la lealtad a la marca, por ello es importante entender que la alimentación es un fenómeno social y cultural, porque configura un escenario de interacción entre objetos, en torno a situaciones



que entrelazan valores culturales, significados subjetivos y relaciones sociedad en tiempos y dinámicas particulares, por lo que es importante aplicar factores como la rapidez en el servicio, mantener precios justos y razonables, calidad pertinente, mantener la atención en todo momento en la calidad de los productos ofertados.

Esta propuesta contribuirá a incrementar la demanda turística y utilizar las nuevas tendencias en las estrategias de servicio en beneficio de ambas partes, siendo los establecimientos de alimentación los beneficiados desde el punto de vista económico, y los clientes o turistas los beneficiados en el ámbito de servicio y calidad. Asimismo, la implementación de nuevas estrategias y tendencias de servicios beneficiará al turismo en la provincia de Chimborazo, ya que los visitantes de la comunidad serán la voz de su experiencia, un medio de publicidad, promoción de los productos gastronómicos que brinda la CORDTUCH.

Finalmente, la justificación de la relevancia sostiene que la investigación es pertinente porque se identificarán estrategias para predecir la evolución del mercado de una manera ágil, integrando el conocimiento del consumidor en el proceso de toma de decisiones y flexibilidad para adaptarse a diferentes situaciones. destacarse en una industria altamente competitiva. Sin embargo, la innovación incluye proponer estrategias que permitan mejorar la atención al cliente y la calidad del servicio ante las nuevas tendencias alimentarias, encontrando formas de elegir alimentos cada vez más saludables y sostenibles, puesto que la sociedad actual se inclina hacia un consumo de alimentos más personalizado y diferenciador.

### 3. MARCO TEÓRICO

La investigación manejó un extenso marco teórico referencial sobre las conceptualizaciones establecidas en el presente estudio, siendo que ha procurado establecer parámetros científicos con base bibliográfica actualizada y material científico de alto nivel.

#### 3.1.- Gastronomía

La gastronomía juega un papel importante dentro de la acción turística, en donde se concatenan los destinos turísticos, costumbres poblacionales residentes, cultura gastronómica y gustos de los visitantes, tal como lo indica (HATISARU et al., 2023) “Varios estudios han revelado que los destinos turísticos tienen ciertos efectos sobre el turismo gastronómico, personas, economía y medio ambiente (Chen, Lee & Kuan, 2021). Esos efectos también pueden intuir la intención de volver a visitar destinos turísticos”. Continúa indicando que “El turismo gastronómico fomenta a las personas a visitar destinos lejanos. También, Timothy y Ron (2013) definieron el turismo gastronómico, que facilita el acceso a alimentos y bebidas, como uno de los ámbitos relevantes del turismo patrimonial” (HATISARU et al., 2023, pp. 79-96).

La gastronomía es una de las disciplinas más importantes para el hombre del siglo XXI, ya que se le reconoce su carácter esencial para la salud de las personas, su contribución a la estética y a los procesos culturales que forman parte de una identidad comunitaria que permiten fortalecer los vínculos sociales, considerándose también una herramienta para el desarrollo local (Anson, 2015). La gastronomía típica que se asocia a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades, un trazo de su identidad que se refleja a través del cultivo, los productos y platos típicos, o las formas de servir y consumir, que son tan nuestras, pero a la vez tan diferentes en contextos culturales extraños, simplemente por no ser propias o no estar habituadas a ellas (Fusté, 2016).

Asimismo, la gastronomía es un producto turístico capaz de producir y transformar un lugar bajo diversas perspectivas. El ámbito de la cocina va más allá de la degustación, contemplando un imaginario que permite la integración entre el turista y la comunidad local (Luján, 2019). Es un medio de comprender la cultura local y sus significados. Los visitantes no buscan sólo el alimento y la degustación de la cocina local, sino que buscan conocer los aspectos culturales, sociales y técnicos, el saber hacer y la historia de la cocina (Hernández & Dancausa, 2018).

Entonces, sin duda como se lo indicó anteriormente, la gastronomía local, el arte culinario autóctono, está fuertemente ligada al turismo, así lo indica Farias: “Los destinos gastronómicos surgen como resultado del uso de la cocina local para atraer turistas” (Farias et al. 2022, pág. 114); para corroborarlo con énfasis, Gálvez y otros, (2017) en su

investigación “La gastronomía como elemento de atracción en un destino turístico: el caso de Lima, Perú”, en donde indica refiriéndose a los turistas que viajan por su alto interés en la gastronomía:

Viajan con la motivación principal y/o secundaria de descubrir una cocina diferente, aprender más sobre ella, relajarse degustando los platos típicos de la zona, enriquecimiento cultural, etc. Por ello, en este sentido, es importante analizar la percepción que tienen los visitantes. tenemos con respecto a la comida local, especialmente en los países en desarrollo [7], y la autenticidad de la gastronomía local [8], [9]. Además, la relación entre alimentación y turismo puede examinarse desde tres perspectivas diferentes [10]: consumidor, productor o desarrollo del destino. (Pérez-Gálvez et al., 2017, pp. 254-261)

El atractivo de la gastronomía es su capacidad de permitir a los turistas/consumidores aprender sobre los aspectos culturales del lugar y experimentar la comida local (López & Florez, 2018). Se trata de una experiencia cultural por medio de la cual el turista puede observar, participar, vivir y experimentar los sabores regionales (Dávalos, 2017); ya que los platos y los rituales culinarios se han convertido en elementos importantes del viaje (Ashton & Muller, 2013).

Si bien la gastronomía era considerada como un elemento de apoyo al turismo, ahora se la considera como principal atractivo; una alternativa para presentar el lugar, crear su identidad y atraer visitantes. Así, se ha convertido en un importante elemento de marca capaz de promover el turismo y los valores culturales locales (Brito & Botelho, 2018). En este sentido, la gastronomía ha sido presentada como una alternativa para mostrar el lugar, crear su identidad y atraer visitantes. La gastronomía es entonces patrimonio y fiel reflejo de la sociedad, cada elemento que integra la cocina y a la comida, va cargado de sentido simbólico y un valor significativo para los comensales, cocineros y sociedad conservadora (Vega, 2020).

### *3.1.1.-Corrientes culinarias*

Se habla del enriquecimiento cultural de la cocina gracias, sobre todo, a la convivencia en las grandes ciudades de cocinas de las diferentes culturas. Tenemos diferentes corrientes culinarias que rescatan los orígenes: algunas vuelven al pasado y respetan ingredientes y técnicas tradicionales, otras van un poco más allá y se nos presentan como cocinas étnicas (Campos, 2020). En este sentido, la cocina ha ido evolucionando a lo largo de los siglos, pero es sin duda el Siglo XXI el que ha marcado historia tras la aparición de diferentes corrientes culinarias como, por ejemplo:

#### ***a.- Cocina de autor:***

Se refiere a la cocina innovadora que se basa en la experiencia del propio chef, es decir, la comida de autor tiene un estilo único y personal sin tener en cuenta las técnicas culinarias habituales. Los platos de autor que crean estos chefs son el resultado de una

serie de técnicas, productos y utensilios que hacen la función de dar un toque personal y creativo, como es el caso de la cocina de vanguardia (Sandoval & Ruiz, 2018).

***b.- Cocina de fusión:***

Hoy en día, más allá de ser una tendencia gastronómica, está marcada por la creatividad de los cocineros y por la utilización de ingredientes alimentarios de todo el mundo. Es un concepto usado para definir la mezcla de diferentes condimentos e ingredientes representativos de distintos lugares, es una cocina completamente abierta a distintas propuestas culinarias del mundo, expresada por sus sabores limpios, sus diversos modos de preparación y de presentación de los platos (Berganza & García, 2019).

***c.- Cocina de producto:***

Es una manifestación de esa burbujeante capacidad de los chefs por renovarse. Una renovación que se sostiene en la búsqueda de nuevas experiencias para los clientes y en tendencias de sostenibilidad y salud (Fernández y otros, 2019).

***d.- Cocina de vanguardia / moderna:***

es una cocina de innovación, un concepto de cocina creativa que se caracteriza por la creatividad e innovación. Tiene el objetivo de revolucionar la cocina, buscar una visión moderna mediante productos de alta calidad y transformar el placer de la buena cocina en un reto permanente para los sentidos (Ollóqui, 2019).

***e.- Cocina molecular:***

Es el resultado de la combinación entre la ciencia y el arte. Esta sinergia ha maravillado a los gastrónomos, pues es referente actual en los procesos de preparación, presentación e innovación de muchos restaurantes. Tiene como pilar importante la deconstrucción. Dicho término se refiere a deshacer analíticamente los elementos de un platillo para presentarlos en distintas texturas. Las preparaciones, inspiradas en platillos tradicionales o de la creatividad de cada cocinero, tienen como objetivo que el comensal se lleve toda una experiencia al comer (Jiménez, 2022).

***f.- Deconstrucción:***

Hace referencia a las estructuras que forman un elemento, logra reconvertir y descomponer los sabores que resuenan en nuestra memoria. Es una nueva tendencia nacida en España y llevada a cabo en las cocinas nacionales e internacionales. Hace referencia a la descomposición de los sabores integrando nuevas texturas a los platos y siempre teniendo en cuenta el respeto a los ingredientes y su armonía (Aroca, 2019).

### ***g.- Nouvelle cuisine:***

Se caracteriza por platos más ligeros, más delicados y un mayor énfasis en la presentación. El lugar que otorga a la originalidad y la creatividad dentro de la técnica gastronómica permitió a la nouvelle cuisine reformular la concepción de la cocina convirtiéndola en un arte, al tiempo que su cuidada sencillez le confirió una elegancia que sigue apareciendo en las corrientes más vanguardistas de la actualidad (Nizard, 2020).

#### ***3.1.2.- Cultura gastronómica***

En el capítulo del libro “El Turismo sostenible y su interrelación comunitaria, influencia de la gobernanza y cultura gastronómica en la región” Gorki Aguirre y Jael Zambrano, se refieren al turismo gastronómico, indicando:

La gastronomía está estrechamente relacionada al turismo y a lo cultural. Tanto la gastronomía como la cultura y en particular la cultura culinaria, son factores que los turistas consideran al momento de elegir un destino turístico, evaluando así un destino turístico en cuento a los recursos humanos, físicos, financieros, e históricos, conocimientos e infraestructura. (Aguirre-Gorki. Zambrano-Jael y al., 2020, pp. 70-92)

Esto es corroborado por diferentes autores como Valencia (2020) quien opina:

Los elementos culturales son todos los componentes de una cultura que resultan necesarios poner en juego para realizar todas y cada una de las acciones sociales: mantener la vida cotidiana, satisfacer necesidades, definir y solventar problemas, definir y tratar de solventar problemas, formular y tratar de cumplir aspiraciones. (Valencia, 2020, pp. 22-90)

En este sentido, de Vita y Rosa (2019) resaltan que “la cultura gastronómica es una expresión cultural y un elemento de identidad territorial. En la gastronomía está viva la cultura recibida a través de los años”.

De la misma manera, se indica que:

La cultura gastronómica es la conexión entre la tradición y el deleite de la cocina, ya que las prácticas alimenticias son un fenómeno cultural de hoy en día, las tradiciones arraigadas de los pueblos son la mejor arma para ofertar al turista una buena gastronomía (Triviño y otros, 2020, págs. 45-57).

#### ***3.1.3.- Servicios gastronómicos***

En la industria hostelera, pero especialmente hotelera, el servicio de gastronomía es el conjunto de técnicas, medios y servicios que se ofrecen al cliente relacionados con la restauración, alimentación, coctelería y bar, entre otros (Mora y otros, 2020). De igual manera, en gastronomía el servicio de alimento es el área encargada de la preparación y cocción de los alimentos cumpliendo con estrictas normas sanitarias en la manipulación de los alimentos y las condiciones de higiene del personal que labora en una cocina (Mena, 2019).

Igualmente lo manifiesta Pérez-Gálvez, estableciendo una relación de más fortaleza entre el servicio gastronómico y la experiencia del turista, al acercarse al atractivo turístico:

Un destino turístico es algo más que un conglomerado de recursos naturales, culturales o artísticos porque también tiene que reflejar la experiencia que busca el viajero. En base a esto, los destinos deben considerar la importancia de la gastronomía como una herramienta que contribuye a una experiencia única. (Pérez-Gálvez et al., 2017, pp. 254-261).

Según Sabori et al. (2020): Los aspectos que pueden hacer la diferencia en un servicio de alimentación tienen que ver con la gestión de calidad en los servicios Almacenamiento de materias primas e insumos de acuerdo con las siguientes especificaciones técnicas:

1. Atención las QPRF (quejas, peticiones, reclamos y felicitaciones) porque de estas vienen los cambios y planes de mejora para ofrecer siempre un mejor servicio.
2. Cumplir las normas/leyes que apliquen de acuerdo con las autoridades sanitarias para la operación de servicios de alimentos.
3. Estandarización en los procesos en la recepción y salida de materias primas e insumos.
4. Inocuidad de alimentos.
5. Limpieza y desinfección de equipos, mobiliario y comedores.
6. Manejo de recursos financieros acorde a la estructura y operación del establecimiento.
7. Mantenimiento de equipos de acuerdo con su uso y las necesidades del establecimiento.
8. Personal calificado y capacitado para la manipulación de alimentos y preparación de estos.
9. Sistemas de control de entrada y salida de materias primas e insumos.

Asimismo, según Soares et al. (2021) existen diferentes tipos de servicios de alimentación que se describen a continuación:

***a.- Servicios de alimentación colectivos:***

Este tipo de servicio es ofrecido principalmente a grupos de personas que se deben encontrar bien sea en el desayuno, el almuerzo o la cena.

***b.- Servicios de alimentación convencional:***

Abarca todo tipo de restaurantes y su propósito es ser un ambiente social y de encuentro para degustar una comida con amigos o familiares.

***c.- Servicios de alimentación específicos:***

la preparación de las comidas se realiza en grandes cantidades tipo buffet con el objetivo de ofrecer varias alternativas a los comensales y además que se basen su cocción en fomentar una dieta saludable.

### *3.1.4.- Estrategias gastronómicas*

La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos. Es decir, la estrategia es un plan mediante el cual se busca lograr una meta (Álvarez y otros, 2020).

Las estrategias son ideas aplicadas a la vida cotidiana por gusto o atracción hacia un objeto, un modo de comportamiento y gastronómicamente hablando la forma de preparar y comer los alimentos; es un cambio o evolución adaptado a la vida de la sociedad, con gustos individuales que se conjuntan para hacer preferencias colectivas (Vega, 2020). De esta forma, es indispensable poner en práctica nuevas estrategias con el fin de seguir las tendencias más innovadoras del mercado y por supuesto, velar por una experiencia más personalizada para el usuario objetivo (Gómez, 2018).

### *3.1.5.- Tendencias gastronómicas*

Las tendencias son un muestrario de lo último en moda gastronómica, nuevos insumos, técnicas (Vejlgaard, 2008). Según Vega (2020) la cocina actual se encuentra en momento clave para su historia, ya que día a día se reinventan y crean nuevos platos, mejores conceptos, pero, por otro lado, se continua en la lucha por conservar la cocina tradicional al tiempo de que se busca crear nuevas tendencias culinarias, se lucha por dignificar a la cocina como patrimonio inmaterial creando en los gustos de los comensales una brecha entre lo tradicional o la nueva tendencia.

De esta manera la literatura ha evidenciado algunas de las estrategias adoptadas dentro del servicio de gastronomía entre ellas la conexión con los usuarios más jóvenes: los millennials son parte importante de casi todos los sectores del mercado, especialmente de los restaurantes (Vargas, 2021). Asimismo, el fomento del bienestar a través de la comida: mientras más se difunda la marca, mejores resultados se conseguirá. Hay una nueva tendencia a favor del bienestar de los comensales a través de la comida sana y deliciosa (Medina & Barbosa, 2019). A ello se adiciona la optimización de la experiencia de usuario: con tanta competencia que hay en la industria culinaria es indispensable que aportes un valor diferenciador a la marca (Medina K. , 2018). Y el promover los productos hechos a medida: a todos los usuarios les gusta que sus marcas favoritas compartan contenidos, productos y/o servicios personalizados en función de sus requerimientos (Vega, 2020).

En el mismo sentido, la “Guía definitiva de tendencias en marketing gastronómico 2021” destaca las tendencias en el área de gastronomía que impulsó la pandemia, señalando que una de las más significativas es la implementación de la acción denominada delivery o venta de comida a domicilio, misma que se ha consolidado como una vía de crecimiento en el sector de la alimentación, la apertura de cocinas fantasmas o dark kitchen, siendo enfocada en diversificar la forma en que venden y sirven a los clientes, otras de las particularidades es la nueva

experiencia gourmet fuera de los restaurantes, siendo aquí en donde los establecimientos brinden cursos online, demostración de recetas, creación de kit de productos para terminar, catas virtuales. Se adicionan las estrategias de alimentación sana “Veggie life” por lo que la población aumento la ingesta de frutas, verduras y legumbres y disminuyó el consumo de carne roja, alcohol, alimentos fritos y bollería. Lo que da origen a una nueva tendencia la comida como un movimiento con causa, centrada en 3 ejes; solidaridad: encaminada en ayudar a los más necesitados, con un solo fin que no exista una persona que no posea un alimento, contra el desperdicio alimentario: para lo que se estima evitar el desperdicio alimenticio y la sostenibilidad: en donde los consumidores son cada vez más conscientes de los problemas que plantean los envases y residuos. Finalmente, la transformación digital, lo que conlleva a amenorar costos y aumentar la rentabilidad con relación a las ventas (García, 2021).

### *3.1.6.- Tecnología gastronómica*

La cocina se encuentra en un dinamismo permanente, es decir nada es estático y cada día hay un nuevo esfuerzo para mejorar técnicas, sorprender a los comensales con nuevas ideas, incrementar rendimientos de productos y materiales utilizados y aminorar costos (Aranceta, 2018).

No obstante, los avances tecnológicos que prosperan en todas las áreas de nuestras vidas llegaron para arremeter en la cocina contemporánea y han significado un cambio sustancial en los métodos de producción y coordinación del que ya no hay vuelta atrás (Salazar y otros, 2020).

Con ello, Naranjo & Arias (2020) mencionan que incorporar implementos tecnológicos de altas prestaciones pasó de ser un lujo a una necesidad ineludible. Las mejoras que proporciona a los servicios culinarios son indiscutibles. Conjuntamente, del ahorro de dinero, estas agilizando los procesos de producción, por lo tanto, entregando un servicio de calidad a los clientes. “En este contexto, la tecnología ha afectado al sector gastronómico y a sus profesionales de una manera rápida y profunda. (Rosales y otros, 2020).

Este desarrollo lo está aprovechando el sector, aunque quizá en menor medida que otros, desde la relación con los clientes, la mejora de los procesos, la optimización de los resultados, por lo cual se debe entender que la tecnología ha llegado para quedarse y que hay que abrazarla y adaptarse a ella lo más rápido posible (Aparicio, 2021).

Sin duda, la tecnología aplicada a la gastronomía permite comer de forma más saludable, facilita la elaboración de recetas en la cocina y además permite disfrutar de la comida de una manera distinta (Salazar y otros, 2020). Los beneficios de incorporar tecnologías actuales de alto estándar en la cocina son numerosos. Afectan directa y positivamente el servicio que entregas, a la satisfacción de los clientes, a la mejora en cuanto a calidad de las preparaciones y, por último, no menos importante, a la economía del restaurante (Zurita & Monge, 2018).



## 4. MARCO METODOLÓGICO

### 4.1.- Tipo, diseño, alcance y enfoque de la investigación

La presente investigación se manejó y efectuó, bajo la aplicación de un diseño no experimental, con sentido aplicado, acorde al nivel de profundidad que se deseó llegar. Con relación al a este sentido, y al alcance del estudio, este fue exploratorio, ya que se obtuvo información general respecto a el problema, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar, es decir que se considera a los servicios gastronómicos y la atención a los clientes en los establecimientos de alimentación.

De esta manera, Hernández Sampieri (2006) señala que “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (pág. 45). En base a ello se extrapola, que este tipo de estudios poco explorado y reconocido y aun cuando, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad.

El enfoque de la investigación fue de tipo cualitativo en el que se incluye un acercamiento interpretativo y naturalista al sujeto de estudio, lo cual significa que el investigador cualitativo estudia las cosas en sus ambientes naturales, pretendiendo darle sentido o interpretar los fenómenos en base a los significados que las personas les otorgan. Asimismo, se empleó una investigación de campo, apoyada en información proveniente de entrevistas y observaciones directas.

#### 4.1.1.- Métodos de investigación

En el presente estudio de investigación se utilizó el método inductivo mismo que permitió realizar el diagnóstico situacional del servicio de los establecimientos de alimentación en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, para Rodríguez y Pérez (2017) este método permite la orientación del estudio de los hechos o fenómenos particulares para conocer su estado actual.

Seguidamente se aplicó el método deductivo, el cual permite deducir las conclusiones teniendo todos los componentes que conforman el todo (Prieto, 2017). Con esta visión general se Identificó teóricamente las nuevas tendencias en los establecimientos de alimentación, para el diseño de estrategias de mejora en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.

Finalmente, se aplicó el método hipotético – deductivo, el cual contribuyó al diseño de una propuesta de estrategias en los servicios gastronómicos de los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH, para mejorar la atención de los clientes con base a las nuevas tendencias alimenticias. Esta propuesta, fue desarrollada a partir del diagnóstico situacional del servicio de los establecimientos de alimentación y de la identificación teórica de las nuevas tendencias.

#### 4.1.2.- Unidad de análisis, población y muestra

##### a.- Unidad de análisis

La Unidad de análisis perteneciente al presente estudio, se enmarca y establece en un radio amplio o área de influencia que comprende toda la provincia del Chimborzo, estando dirigida hacia los establecimientos de alimentación en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, la misma que integra a 11 comunidades u organizaciones, con sus respectivos cantones. (Tabla 3)

**Tabla 3** - Unidad de análisis de la Investigación

	PROVINCIA	CANTÓN	COMUNIDADES
UNIDAD DE ANÁLISIS	Del Chimborazo	Riobamba	1 Casa Cóndor
			2 UCASAJ
			3 Quilla Pacari
			4 Sumak Kawsay
		Guano	5 Razu Ñan
			6 Calshi
			7 Artesa Chuquipogio
		Colta	8 CEDIBAL
			9 CEDEIN
		Guamote	10 Guarguallá
		Alausí	11 Nizag

Fuente: CORDTUCH (2023).

##### b.- Población

La población considerada para la investigación es el total de administradores de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH involucrados a los establecimientos de alimentación.

##### c.- Muestra

La muestra de estudio en este caso corresponde al total de la población, debido a que se tiene una población considerada finita y con número poblacional pequeño.

## **Variables de la investigación, operacionalización**

**Tabla 4** - Matriz de operacionalización de variables

<b>Variable de investigación</b>	<b>Indicadores de la variable</b>	<b>Técnicas de investigación</b>	<b>Instrumentos de medición</b>
<b>Independiente Estrategias de mejora</b>	N° de estrategias de mejora generadas	Revisión documental	Documentos bibliográficos Artículos científicos Páginas Web
<b>Dependiente Establecimientos de alimentación</b>	N° de administradores de establecimientos de alimentación	Entrevista	Formulario de entrevista

### *4.1.3.- Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información*

Las Fuentes, técnicas e instrumentos de investigación empleadas fueron las siguientes:

a) Revisión documental. - se aplicó esta herramienta dirigida a extraer información en material bibliográfico científico, como artículos libros, y material oficial institucional nacionales e internacionales, esto con el fin de consolidar el diagnóstico situacional actual del servicio de los establecimientos de alimentación en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. También se la dirigió hacia la identificación teórica de las nuevas tendencias en los establecimientos de alimentación.

b) Aplicación de guía de entrevista. - Posteriormente, se aplicó una guía de entrevista como herramienta de recolección de datos, dirigida al segmento de los administradores de las once iniciativas de turismo comunitario que conforman la CORDTUCH, los cuales gerencian los establecimientos de alimentación, esto, con la finalidad de validar la información documental levantada sobre el estado actual de los establecimientos de alimentación en las iniciativas de turismo comunitario. Las entrevistas se aplicaron en cada uno de los establecimientos, aplicando capacidades comunicativas como el uso de un lenguaje apropiado, sin mayores tecnicismos y de manera coloquial.

c) Diagnóstico situacional. - Se realizó un diagnóstico dirigido a establecer la situación real del servicio de los establecimientos de alimentación de la CORDTUCH, con relación a las iniciativas de turismo y las nuevas tendencias actuales identificadas, en esta línea, se diseñó la propuesta de estrategias en los servicios gastronómicos para las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.

Los datos recopilados fueron analizados, se aplicó un ordenamiento lógico, con el fin de hacer una descripción clara de lo enfocado, con base en el desarrollo y cumplimiento de los objetivos planteados en el estudio.

Siendo que información proviene de un enfoque cualitativo, esta se trasladó a tablas explicativas en donde se visualizarán los resultados del tratamiento de la información recolectada, así como se pasó a la respectiva explicación teórica contextual.

## 5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se proyecta la presentación de resultados, manejando datos investigativos y técnicos, que se han establecido, sobre datos bibliográficos, encuestas, entrevista y de observación In Situ, los mismos que se dividen de la siguiente manera:

### **5.1.- Descripción y características de los establecimientos de alimentación pertenecientes a la CORDTUCH.**

Tal como lo indica la Organización Mundial del turismo, (2015), en aquel entonces representada por Taleb Rifai como secretario general de la Organización Mundial del Turismo citada por el autor de este libro, en el artículo científico “El turismo sostenible comunitario en Puerto el Morro: análisis de su aplicación e incidencia económica” que nos indica:

“Cada vez que viajamos, usamos el transporte local en un destino turístico o compramos un producto en un mercado local, estamos contribuyendo a una larga cadena de valor que crea empleo, proporciona medios de vida, empodera a las comunidades locales y, en última instancia, abre nuevas oportunidades para un futuro mejor” (Aguirre Torres, 2019, pp. 289-294)

Resulta establecido con exactitud, el parámetro del concepto dado por la OMT, en relación a establecer una acción dirigida al turismo, ya que esta nos brinda la certeza de que se está estableciendo un medio de vida, de subsistencia, y en el caso de la ruralidad, el campo, las comunidades, lo comunitario, pueblos y nacionalidades del Ecuador, significa la protección de sus territorios, en donde se cultiva la vida y el derecho a la subsistencia de sus culturas, en esta línea de acción, estas comunidades se han fortalecido con el apoyo de sus autoridades locales y nacionales, más el acompañamiento del Consejo de Desarrollo de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador – CODENPE, a través del proyecto PRODEPINE y la Organización Internacional del Trabajo, quienes han puesto en consideración, la discusión sobre la necesidad y el derecho al reconocimiento y legalización de la actividad comunitaria en el turismo. En esta línea de reconocimientos organizacionales relacionadas al desarrollo productivo y el turismo, La Organización Internacional del Trabajo OIT, señala que:

“las nuevas corrientes turísticas mundiales, gestadas en las dos últimas décadas se han traducido en un creciente número de proyectos de turismo en comunidades indígenas o rurales, mediante el impulso de agentes externos como ONG, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional” (Ballesteros y Carrión, 2007).

Para lo cual, en este mismo accionar, para 1980, se forma y activa La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) estableciéndose con 106 actividades comunitarias, 33,869 beneficiarios directos estimados para el año 2009, y hoy reagrupando a 130 comunidades de diferente tipo, trabajando en 4 ejes: revitalización cultural, socio-organización, economía solidaria y defensa territorial.

Desarrollando experiencias tradicionales de manejo de la tierra para la mejora de la agricultura, como acción práctica de complemento a las iniciativas de ecoturismo en las diferentes regiones en donde se ha logrado establecer con su aporte organizativo. Su estatus de vida socio organizativa le ha permitido ser reconocida por el PNUD, así como obtener el Premio Ecuatorial 2006, en donde se establece como un caso, a la Soluciones locales de desarrollo sostenible para las personas, la naturaleza y las comunidades resilientes. (United Nations Development Programme, 2012).

El Ecuador, a partir de la conformación de la FEPTCE, se ha posesionado y establecido a nivel mundial por la Sociedad de Ecoturismo como el “líder mundial en ecoturismo comunitario”, ya que los reconocimientos de organismos internacionales, catalogando como organizaciones resilientes evolutivas de acción practica por subsistencia, y alto grado organizativo, en donde se incluye al turismo como una actividad de fortaleza del desarrollo sostenible.

Según la FEPTCE, se indica que actualmente se mantiene en Ecuador 158 operaciones de Turismo Comunitario TC, de estas, 44 son consolidadas, 61 en proceso, 23 iniciando, 7 colapsadas estancadas, 23 no tienen información, de este total 121 pertenecen a la FEPTCE. Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios”. En el país existen “ocho redes de turismo a nivel cantonal y provincial socias de la FEPTCE que agrupan a varias comunidades” como son: la Corporación Provincial de Turismo Comunitario de Sucumbíos (CORTUS), la Corporación de Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo (CORTUCH), la Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la convivencia Intercultural y Ecoturismo (RICANCIE), la Red de los Centros Turísticos Comunitarios del Cantón Arajuno, Runa Tupari, Saraguro Rikuy, Rojo de Turismo de Muisne y Sumak Pacha. (Roux, 2014, p. 322).

Siendo que dentro de las organizaciones que pertenecen a la FEPTCE, se encuentra la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH), como una organización comunitaria, con una trayectoria desde hace diez años, cuando diversas comunidades campesinas e indígenas de la provincia de Chimborazo, se reunieron para analizar su realidad y proponer soluciones, es así, que identifican al turismo como una estrategia para conservar sus recursos naturales, revalorizar la cultura y diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sostenible, siendo esta organización reconocida legalmente por el acuerdo ministerial No. 235 del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador CODENPE, esto el 23 de agosto del 2006.

El turismo de gestión comunitaria de la CORDTUCH ha ido adquiriendo un gran reconocimiento, ha ido logrando un gran reconocimiento a nivel provincial, nacional e internacional. Es una organización representativa y única del turismo comunitario de la provincia de Chimborazo. Se constituye como socio local de importantes organizaciones no gubernamentales que poseen la misma visión de protección de territorios y conservación

del patrimonio cultural, con el fin de contribuir a mejor calidad de vida de las comunidades que la conforman.

Entre los cantones que se encuentran involucrados con la CORDTUCH están: Riobamba, Guano, Colta, Guamote y Alausí. A continuación, en relación con cada uno de los cantones en donde se encuentran situadas, se presenta las Organizaciones de Turismo Comunitario (OTC) correspondientes, con sus principales características.

Se dividieron las tipologías con relación a su geografía política y división territorial por cantones, dentro de los mismos se desglosa las características de cada Organización Turística Comunitaria OTC, dándonos los siguientes resultados:

### 5.1.1.- Cantón Riobamba

#### A.- OTC Casa Cóndor

Podemos observar las características de la casa Condor en las siguientes tablas (Tablas 5,6)

**Tabla 5 -Características de la OTC Casa Cóndor**

<b>Beneficiarios</b>	<b>48 comunidades, 280 familias.</b>
<b>Ubicación</b>	La comunidad Pulingui San Pablo se encuentra ubicada en el Cantón Riobamba, Parroquia San Juan, en el Km. 37 vía a Guaranda, se encuentra situada a 3.800 m.s.n.m. al noreste de la Provincia de Chimborazo
<b>Límites</b>	<b>Norte:</b> Asociación Chorrera Mirador <b>Sur:</b> Comunidad Ganquis Pazguazo <b>Este:</b> Asociación Santa Teresita de Guabug <b>Oeste:</b> Provincia Bolívar
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	Casa Cóndor posee un tipo de infraestructura turística en forma de cóndor de ahí el nombre del proyecto. Responsable de la preparación de alimentos mediante productos locales, sanos y nutritivos para los Turistas. Dentro de la Infraestructura de Casa Cóndor encontramos el comedor, con una capacidad para 30 personas, este presta el servicio de alimentos y bebidas únicamente cuando llegan grupos de turistas hasta la comunidad, se caracteriza por ofrecer al visitante un tipo de comida tradicional preparada a base de productos locales.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 6.** Organigrama estructural del equipo de gestión Casa Condor. Fuente: Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo.

<b>ADMINISTRACIÓN</b> Coordinador/a Administrativo/a				
<b>GUIANZA</b> Coordina/a de guías nativos y/o naturalistas	<b>ALIMENTACIÓN</b> Coordinador/a de alimentos y bebidas Ayudante del área de alimentos y bebidas	<b>HOSPEDAJE</b> Coordinador/a	<b>MANTENIMIENTO</b> Coordinador/a	<b>CONTABILIDAD</b> Coordinador/a

### **A. OTC Shobol pamba – UCASAJ**

#### **Descripción de las labores encomendadas según la función**

##### **Coordinador de alimentos y bebidas**

- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.
- Es responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.
- Se encargará de comprar los ingredientes necesarios para la comida
- Conoce de la elaboración de jugos, ciertos cocteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.
- Conoce de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.
- Elabora los Box Lunch.
- Deberá tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.
- Mantendrá limpia la cocina
- Realizará inventarios de los materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina.
- En coordinación con el equipo de gestión de la OTC, fija los precios de venta de alimentos y bebidas.
- Debe realizar un sistema de compra por etapas, procurando comprar en mayor cantidad los productos que puedan durar más y en menor cantidad aquellos que sean difíciles de conservar.
- Se encargará de que todos los alimentos estén en buen estado aplicando métodos de conservación adecuados
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.

## Ayudante del área de alimentos y bebidas

- Ayudará en la preparación de los alimentos al cocinero
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de a & b.
- Se encargará de recibir y acomodar al visitante
- Recogerá las órdenes de los visitantes
- Se encargará de servir al visitante desde la cocina hasta el comedor
- Es responsable de mantener las estaciones de servicio surtidas con: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
- Cuidará que no falten manteles en la mesa
- Cuidará que no falten cubiertos en la mesa
- Observa que los clientes no se olviden nada en el restaurante o bar.
- Deberá retirar los utensilios de la mesa y llevarlos a la cocina
- Limpiará las mesas que han sido ocupadas
- Se encargará de lavar la vajilla
- Conocerá del correcto manejo de loza y cristalería para evitar roturas.
- Velará por la limpieza de todo el material del restaurante
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los visitantes como de algún compañero de trabajo.

Podemos observar las características de la OTC Shobol-pamba-UCASAJ en las siguientes tablas (**Tablas 7,8**)

**Tabla 7 - Características de la OTC Shobol pamba – UCASAJ**

<b>Beneficiarios</b>	11 comunidades (Calera Shobol Pamba, Calerita Baja, Calerita Santa Rosa, Shobol Alto Guadalupe, Santa Isabel, Chimborazo, Calera Pomaló, Pisicaz, Guabug, La Delicia y Shobol Llin Llin).
<b>Ubicación</b>	La parroquia de San Juan en la cual se encuentra la OTC, se encuentra ubicada a una distancia de 18 Km, de la ciudad de Riobamba, a cuya jurisdicción pertenece como parroquia rural.
<b>Limites</b>	<b>Norte:</b> Loma Yanacocha <b>Sur:</b> Origen del Río Tililag <b>Este:</b> Parroquia Calpi <b>Oeste:</b> Loma Panzaloma
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	La tercera cabaña está dividida en: una cocina, un comedor, una sala con chimenea. Existen espacios verdes donde se puede realizar camping. UCASAJ cuenta con un restaurante “Alli Mikuy”, ubicado en la planta baja es de infraestructura moderna. Alli Mikuy alcanza la Categoría de Restaurante, dispone de 8 mesas cada una con dos bancas disponibles para 4 pax, con capacidad total para 32 personas. Actualmente se encuentra a la disposición del público con servicios diarios de almuerzos, dedicado a la preparación de comida local. Preparación de comida típica de la zona con productos naturales y platos vegetarianos de acuerdo con los requerimientos del turista.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.



**Tabla 8.** Organigrama estructural del equipo de gestión Shobol Pamba.

ADMINISTRACIÓN Coordinador general Coordinador alterno				
<b>GUIANZA</b> Coordinador general Coordinador alterno	<b>ALIMENTACIÓN</b> Coordinador general Coordinador alterno	<b>HOSPEDAJE</b> Coordinador general Coordinador alterno	<b>MANTENIMIENTO</b> Coordinador general Coordinador alterno	<b>CONTABILIDAD</b> Coordinador general Coordinador alterno
Guías	Cocinero Chef 1	Camareras		
	Ayudante de cocina 1	Camareras		
	Mesero 1			
	Pastilleros mantenimiento 1			

Fuente: Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo.

### **B. OTC Quilla Pacari**

Se puede observar las características de la OTC Quilla Pacari, en las siguientes tablas (**Tablas 9,10**)

**Tabla 9- Características de la OTC Quilla Pacari**

Beneficiarios	328 personas
<b>Ubicación</b>	Quilla Pacari es una Organización de Mujeres que se encuentra localizada en la comunidad San Francisco de Cunuguchay, Parroquia Calpi, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.
<b>Límites</b>	<b>Norte:</b> Comunidad de Nitiluisa <b>Sur:</b> Comunidad Gaushi <b>Este:</b> Comunidad de Palacio Real <b>Oeste:</b> Comunidad de Capilla Loma y Pisicaz
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	Quilla Pacari dispone de una infraestructura turística moderna de dos plantas, cuyas instalaciones están distribuidas en el área de alojamiento, alimentación, Internet, sala de reuniones, y la fábrica de mermelada. Comedor de la casa de turismo Quilla Pacari 1 mesa, 14 plazas.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 10 - Organigrama estructural del equipo de gestión Quilla Pacari.**

ADMINISTRACIÓN Coordinador/a Administrativo/a				
<b>GUIANZA</b> Coordinador/a de guías nativos y/o naturalistas	<b>ALIMENTACIÓN</b> Coordinador/a de alimentos y bebidas Ayudante del área de alimentos y bebidas	<b>HOSPEDAJE</b> Coordinador/a	<b>MANTENIMIENTO</b> Coordinador/a	<b>CONTABILIDAD</b> Coordinador/a

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo.

### C. OTC Sumak Kawsay

Podemos observar las características de la OTC Sumak Kawsay, en las siguientes tablas (Tablas 11,12)

**Tabla 11 - Características de la OTC Sumak Kawsay**

Beneficiarios	62 familias
<b>Ubicación</b>	La comunidad Palacio Real es una de las diecisiete comunidades pertenecientes jurídicamente a la parroquia Calpi, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. Se halla situada en la parte central de la parroquia Calpi.
<b>Limites</b>	<b>Norte:</b> Las comunidades San Vicente, Luisa y Gaushi. <b>Sur:</b> Centro poblado de la parroquia Calpi y la comunidad Bayushi San Vicente. <b>Este:</b> Las comunidades Gaushi, Cunduana y Asunción. <b>Oeste:</b> La comunidad Calpi loma, San Francisco y la parroquia San Juan.
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	A través de un Restaurante, ofrece al público platos en base a carne de llama preparados en diferentes especialidades, caminatas y un museo donde se cuenta la historia de la llama.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 12.** Organigrama estructural del equipo de gestión Sumak Kawsay

<b>ASAMBLEA (SOCIOS)</b>				
<b>DIRECTIVA</b>				
Comisión de Turismo (4 personas)				
Administración	Guianza	Alimentación	Contabilidad	Mantenimiento

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo.

#### Descripción de las labores encomendadas según la función

**Coordinador de Alimentos y Bebidas:** responsable de la preparación de alimentos mediante productos locales, sanos y nutritivos para los turistas.

#### **Cocinero / CHEF y Ayudante de cocina**

Sumak Kawsay, que comprende un Restaurante que ofrecería únicamente platos preparados a base de la carne de llama.

#### 5.1.2.- Cantón Guano

##### A. OTC Razuñan

Se puede observar las características de la OTC Razuñan, en las siguientes tablas (Tablas 13,14)

**Tabla 13 - Características de OTC Razuñan**

<b>Beneficiarios</b>	<b>1 comunidad, 170 Familias Calshi</b>
<b>Ubicación</b>	La Comunidad de Pulinguí Centro se encuentra situado a 18 Km. de la ciudad de Riobamba en la región andina ecuatoriana, en la provincia de Chimborazo, zona de amortiguamiento de La Reserva de Producción Faunística Chimborazo.
<b>Limites</b>	Norte: Cuatro Esquinas Sur: Tagualag Este: Tunsalao- Jatari Oeste: Rumicruz - La Delicia
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	El servicio de alimentación cuenta con la oferta de desayunos continental y americano, almuerzo (una sopa o crema, plato fuerte, jugo y postre); meriendas (una sopa o crema, plato fuerte y jugo), refrigerios, (sanduche, bebida, fruta) etc. En la actualidad, se planifica los menús, y las porciones. El servicio se efectúa en un comedor que tiene la capacidad para 24 pax (personas), con 3 mesas rectangulares de 8 pax, para el montaje de la mesa disponen de mantelería básica.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 14. Organigrama estructural del equipo de gestión Razuñan**

<b>ASAMBLEA</b>					
<b>DIRECTIVA</b>					
Administración					
<b>Guianza</b> Coordinador/a de guías nativos y/o naturalistas	<b>Alimentación</b> Coordinador/a de alimentos y bebidas Ayudante del área de alimentos y bebidas	<b>Hospedaje</b> Coordinador/a	<b>Mantenimiento</b> Coordinador/a	<b>Contabilidad</b> Coordinador/a	<b>Proyectos productivos</b> Coordinador/a

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo.

### **Descripción de las labores encomendadas según la función**

#### **Coordinador de Alimentos y Bebidas**

- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.
- Actualiza menús y cartas.
- Se encarga de las compras necesarias para la preparación del menú.
- Elabora los boxes lunch.
- Se encarga que todos los alimentos estén en buen estado.
- Realizar inventarios de los materiales, equipos y utensilios que se utilizan en la cocina fija los precios de venta de alimentos y bebidas.
- Cumplir con las normas de higiene en la preparación de alimentos.

## Ayudante de alimentos y bebidas

- Ayudar en la preparación de los alimentos al cocinero.
- Cuidar que no falte nada en la mesa.
- Conocer el correcto manejo de la loza, cristalería.
- Se encarga de lavar la vajilla.
- Cumple con las normas de higiene.

## Mesero

- Es responsable de mantener la estación de servicio.
- Limpia las mesas que han sido ocupadas.
- Realiza el servicio desde la cocina al comedor.
- Está pendiente de atender al cliente cuando este lo requiera.

## B. OTC Calshi

Aquí se puede observar las características de la OTC Calshi, en las siguientes tablas (Tablas 15,16).

**Tabla 15.** Características de OTC Calshi

Beneficiarios	1 comunidad, 170 Familias Calshi
Ubicación	Ubicación: La Comunidad Calshi se encuentra localizada a 15 km. de la ciudad de Riobamba.
Limites	Norte: Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio Sur: Comunidad El Rosal Este: Comunidad Pulinguí Oeste: Comunidad de Cuatro Esquinas
Servicio de alimentos y bebidas	Actualmente, Calshi cuenta con una CABAÑA Turística, esta infraestructura considerada como una cabaña turística está planificada de acuerdo con las siguientes áreas: La alimentación está elaborada a base de productos locales tales como papas, habas. Mellocos, ocas, quinua, cebada, etc.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 16.** Organigrama estructural del equipo de gestión Calshi

ASAMBLEA					
DIRECTIVA					
Comisión de Turismo					
Comisión de alimentación y alojamiento	Comisión de mantenimiento	Contabilidad	Guianza	Comisión de alquiler de caballos	Comisión de música

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo

### C. OTC Artesa Chuquipogio

En las siguientes tablas se puede observar las características de la OTC Quilla Pacari, (Tablas 17,18)

**Tabla 17 - Características de OTC Artesa Chuquipogio**

Beneficiarios	45 socias de la Asociación Visión Futura
<b>Ubicación</b>	La organización de Mujeres Visión Futura se encuentra ubicada en la Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio, Parroquia San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.
<b>Límites</b>	Norte: Cuatro Esquinas Sur: Tagualag Este: Tunsalao- Jatari Oeste: Rumicruz - La Delicia
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	Alimentación en el albergue de la comunidad. Dentro de la infraestructura mixta de la casa de alojamiento se encuentra el comedor que dispone de mesas y sillas con una capacidad total para 18 Pax, con su respectiva cocina para la preparación de alimentos caracterizado por la preparación de platos a base de productos locales.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 18. Organigrama estructural del equipo de gestión Artesa Chuquipogio**

<b>ASAMBLEA</b>					
<b>DIRECTIVA</b>					
Comisión de Turismo					
<b>Comisión de alimentación y alojamiento</b>	<b>Comisión de mantenimiento</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>Guianza</b>	<b>Comisión de alquiler de caballos</b>	<b>Comisión de música</b>

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo

#### 5.1.3.- Cantón Colta

##### A. OTC Centro de Desarrollo Integral Baldalupaxi – CEDIBAL

Se puede observar las características de la OTC Centro de Desarrollo Integral Baldalupaxi – CEDIBA, en las siguiente tabla (Tablas 19)

**Tabla 19 - Características de OTC Centro de Desarrollo Integral Baldalupaxi – CEDIBAL**

Beneficiarios	Balda Lupaxí Bajo
<b>Ubicación</b>	La comunidad Balda Lupaxí en la cual se encuentra la OTC, está ubicada a una distancia de 10 Km, de la ciudad de Cajabamba.
<b>Limites</b>	Norte: Comunidad San Martín Sur: La Providencia Y San José de Columbe Este: Balada Lupaxí Alto, y Tejar Balbanera Oeste: Comunidad San Martin Bajo
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	La operación de Turismo Comunitario “Balda Lupaxi”, en la actualidad no está ofertando ningún tipo de servicio, pero son un grupo de productores de quinua orgánica, la misma que es utilizado para la elaboración de productos orgánicos como: (galletas, chocolate, café, harina y tallarines) mismos que están siendo comercializados a nivel local.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

### **B. OTC Centro de desarrollo Indígena – CEDEIN**

Se puede observar las características de la OTC Centro de Desarrollo Indígena CEDEIN, en las siguiente tabla (**Tablas 20**)

**Tabla 20 - Características de OTC Centro de desarrollo Indígena – CEDEIN**

Beneficiarios	14 comunidades de Colta y Guamote
<b>Ubicación</b>	El proyecto de turismo comunitario del Centro de Desarrollo Indígena CEDEIN, se encuentra Ubicado en la Parroquia San Juan, en el kilómetro 35 vía a Guaranda, en el sector Yana Rumi, vía a la comunidad de Ganquis.
<b>Limites</b>	Norte: Comunidad Pulinguí San pablo Sur: Comunidad de Chimborazo Este: Comunidad Santa Teresita de Guabug Oeste: Comunidad de Ganquis
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	Dentro de la Infraestructura de CEDEIN encontramos el comedor, con una capacidad para 15 personas, este presta el servicio de alimentos y bebidas únicamente cuando llegan grupos de turistas hasta la comunidad, se caracteriza por ofrecer al visitante un tipo de comida tradicional preparada a base de productos locales.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

#### **5.1.4.- Cantón Guamote**

### **A. OTC Sangay Lodge – Guarguallá chico**

Se puede observar las características de la OTC Sangay Lodge – Guarguallá chico, en las siguientes tablas (**Tablas 21, 22**)

**Tabla 21.** Características de OTC Sangay Lodge – Guarguallá chico

<b>Beneficiarios</b>	<b>Dos comunidades: Guarguallá Chico y Guarguallá Grande, 105 familias.</b>
<b>Ubicación</b>	El proyecto Comunitario Guarguallá es un plan de desarrollo auto sostenible y constituye una fuente de ingreso económico de las comunidades aledañas al Volcán Sangay, parte del Parque Nacional Sangay, Patrimonio de la Humanidad. En la Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas se ubica el Centro Artesanal y de Turismo Comunitario Guarguallá - AGIG, a una distancia de 59 km. de la ciudad de Riobamba, en la vía Licto – Pungalá.
<b>Limites</b>	Norte: Hacienda Guarguallá Sur: Páramos de Hazaraty Este: Río Guarguallá Oeste: Paramos de Hazaraty
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	Disponen de un espacio destinado como área de comedor, mismo que dispone del equipamiento y vajillas necesaria para brindar el servicio turístico, las personas responsables del área están debidamente capacitadas, quienes se caracterizan en la preparación de platos típicos de la zona y de comida preparada a base productos locales.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 22.** Organigrama estructural del equipo de gestión Sangay Lodge – Guarguallá chico.

<b>ADMINISTRADOR/A</b>				
<b>Coordinador/a</b>				
<b>Guianza</b> Coordinador/a de guías nativos y/o naturalistas	<b>Alimentación</b> -Coordinador/a de alimentos y bebidas -Ayudante del área de alimentos y bebidas	<b>Hospedaje</b> Coordinador/a	<b>Mantenimiento</b> Coordinador/a	<b>Contabilidad</b> Coordinador/a

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

### **Descripción de las labores encomendadas según la función**

#### **Coordinador de alimentos y bebidas**

- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.
- Es responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.
- Se encargará de comprar los ingredientes necesarios para la comida
- Conoce de la elaboración de jugos, ciertos cocteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.
- Conoce de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.
- Elabora los Box Lunch.
- Deberá tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de a & b.

- Mantendrá limpia la cocina, realizará inventarios de los materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina
- En coordinación con el equipo de gestión de la OTC, fija los precios de venta de alimentos y bebidas.
- Debe realizar un sistema de compra por etapas, procurando comprar en mayor cantidad los productos que puedan durar más y en menor cantidad aquellos que sean difíciles de conservar.
- Se encargará de que todos los alimentos estén en buen estado aplicando métodos de conservación adecuados.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.

### **Coordinador de alimentos y bebidas**

- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.
- Es responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.
- Se encargará de comprar los ingredientes necesarios para la comida
- Conoce de la elaboración de jugos, ciertos cocteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.
- Conoce de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.
- Elabora los Box Lunch.
- Deberá tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de a & b.
- Mantendrá limpia la cocina.
- Realizará inventarios de los materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina.
- En coordinación con el equipo de gestión de la OTC, fija los precios de venta de alimentos y bebidas.
- Debe realizar un sistema de compra por etapas, procurando comprar en mayor cantidad los productos que puedan durar más y en menor cantidad aquellos que sean difíciles de conservar.
- Se encargará de que todos los alimentos estén en buen estado aplicando métodos de conservación adecuados.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.



## Ayudante del área de alimentos y bebidas

- Ayudará en la preparación de los alimentos al cocinero
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de a & b.
- Se encargará de recibir y acomodar al visitante
- Recogerá las órdenes de los visitantes
- Se encargará de servir al visitante desde la cocina hasta el comedor
- Es responsable de mantener las estaciones de servicio surtidas con: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
- Cuidará que no falten manteles en la mesa.
- Cuidará que no falten cubiertos en la mesa.
- Observa que los clientes no se olviden nada en el restaurante o bar.
- Deberá retirar los utensilios de la mesa y llevarlos a la cocina
- Limpiará las mesas que han sido ocupadas, se encargará de lavar la vajilla
- Conocerá del correcto manejo de loza y cristalería para evitar roturas.
- Velará por la limpieza de todo el material del restaurante
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los visitantes como de algún compañero de trabajo.

### 5.1.5.- Cantón Alausí

#### A. OTC Nizag

Se puede observar las características de la OTC Nizag, en las siguientes tablas (Tablas 23, 24)

**Tabla 23 - Características de OTC Nizag**

Beneficiarios	1 comunidad con 340 familias
<b>Ubicación</b>	La comunidad Nizag se encuentra localizada en la parroquia la Matriz cantón Alausí, provincia de Chimborazo; a 92 Km. del cantón Riobamba, el tiempo de duración es de 2 horas hasta la entrada de Nizag.
<b>Limites</b>	Norte: Comunidad Shushilcon Sur: Pistishí Este: Guasuntos Oeste: Alausí
<b>Servicio de alimentos y bebidas</b>	Disponen de un espacio destinado como área de comedor, mismo que dispone del equipamiento y vajillas necesaria para brindar el servicio turístico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

**Tabla 24.** Organigrama estructural del equipo de gestión Nizag.

ADMINISTRADOR/A				
Coordinador/a				
<b>Guianza</b> Coordinador/a de guías nativos y/o naturalistas	<b>Alimentación</b> -Coordinador/a de alimentos y bebidas -Ayudante del área de alimentos y bebidas	<b>Hospedaje</b> Coordinador/a	<b>Mantenimiento</b> Coordinador/a	<b>Contabilidad</b> Coordinador/a

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario.

### **Descripción de las labores encomendadas según la función**

**Cocinero**, será un miembro de la comunidad, previa capacitación, cuyas funciones serán:

- Preparará los alimentos para los turistas.
- Se encargará de comprar los insumos necesarios para la comida, previa coordinación con el gerente.
- Mantendrá limpia la cocina
- Vigilar el cumplimiento de las normas sanitarias.

**Salonero**, será un miembro de la comunidad, previa capacitación, cuyas funciones serán:

- Ayudará al cocinero en la preparación de alimentos.
- Lavará la vajilla.
- Mantendrá limpia la cocina.

### **Resumen del servicio de alimentos y bebidas de las OTC de la CORDTUCH**

**Tabla 25.** Servicio de alimentos y bebidas de las OTC de la CORDTUCH

N°	Cantón	OTC	Longitud	Latitud	Altitud (m.s.n.m)	Servicio de A&B
						Plazas
1	Riobamba	Casa Cóndor	79° 40' 8"	1° 30' 38"	3.800	30
		Shobolpamba – UCASAJ	78° 47' W	01°38' S	3.200 a 4.500	32
		Quilla Pacari	79° 37'	2° 44'	3.500	14
		Sumak Kawsay	750.3306	9°20.087	3.235	
2	Guano	Razuñan	78° 38' W	1° 36' S	2.700 a 6.310	24
		Calshi	78° 38' 32"	1° 36' 16"	2.700 a 6.310	
		Artesa Chuquipogio	78° 38' 32"	1° 36' 16"	3.700	18
3	Colta	Centro de Desarrollo Integral Baldalupaxi – CEDIBAL	78° 38' 32"	1° 36' 16"	3.700	
		Centro de desarrollo Indígena – CEDEIN	78° 50'	1° 32'	3.700 a 4.160	15
4	Guamote	Sangay Lodge – Guarguallá chico	78° 31' W	01°34' S	3.900	
5	Alausí	Nizag	78° 34' W	01°36' S	1.035	

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, 2022.

## 5.2.- Análisis del diagnóstico situacional del servicio de los establecimientos de alimentación basada en las entrevistas.

En esta sección se exponen los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los 11 centros turísticos pertenecientes a la CORDTUCH, en las cuales se evidencia la situación actual de los mismos, demostrando sus fortalezas y debilidades por las que atraviesan los centros en relación con el turismo y sus actividades.

Para ello estableceremos la relación entre la pregunta y la respuesta dada por los administrativos de cada uno de los centros turísticos de la CORDTUCH, a continuación, se presenta los anunciados, sobre el análisis respectivo hacia cada una de las interrogantes:

### 1. Bajo el cargo que lo faculta, ¿cuáles son las estrategias y acciones que se han implementado en la oferta de los servicios gastronómicos? Detalle cada una de ellas, por favor.

Los centros turísticos pertenecientes a la CORDTUCH se dedican a ofertar el turismo comunitario del sector, por tal motivo algunos centros cuentan con representantes los cuales mencionan que en lo que son los servicios gastronómicos se dedican a la elaboración de comida típica del sector lo que por lo general llama la atención de los turistas nacionales e internacionales, señalando en su gran mayoría lo que son las habas con choclo y queso, papas con cuy, carne de llama, carne de borrego, canelas y chicha a base de cebada.

Se dedican también a interactuar con los turistas, explicando que ellos se dedican a la agricultura y ganadería, creando huertos familiares, dedicándose a la siembra y cultivo de sus propios productos, algo que llama la atención de las actividades es la crianza de sus propios animales como la llama, alpaca y vicuñas, de los cuales obtienen sus productos artesanales de vestimenta.

Existen comunidades que por el inconveniente sanitario de la Pandemia del COVID 19, que vivió el país, no ofertan por el momento ningún servicio turístico o gastronómico ya que existe déficit de visitas de turistas, lo que les ha obligado a algunos establecimientos a cerrar para analizar y estudiar otras estrategias turísticas, en cambio a los otros establecimientos se vieron obligados a capacitarse en usos tecnológicos para su respectiva promoción, dialogar con empresas turísticas para la venta de tours comunitarios y así solo abrir y recibir turistas siempre y cuando existan reservas, para también precautelar la salud de la comunidad y los lugares, ya que al momento de las visitas se han capacitado en controles de salud y desinfección de los establecimientos.

## **2. ¿Considera que se encuentra establecida la importancia de la prestación y calidad del servicio en relación con el desarrollo de turismo comunitario de la zona?**

La mayoría de los centros turísticos comunitarios identifican la importancia del turismo para las comunidades, manifestando que es una actividad primordial, lucrativa y de aprendizaje que obtiene beneficios mutuos tanto para los pobladores como para los turistas, las comunidades se benefician por el hecho de que se explotan los recursos naturales propios de la región al igual que se da a conocer sobre la cultura, costumbres, tradiciones y otras actividades que los pobladores realizan diariamente, el turismo ha hecho que se apoye e incluya a las mujeres en las actividades de la zona, siendo incluso guías de los turistas por el sector, son incluso las personas que están al frente del área de cocina de algunos establecimientos manteniendo así las preparaciones tradicionales que se ofertan.

El turismo en las comunidades se ha vuelto tan importante que se ha tratado a tal punto de implementar una infraestructura adecuada e iniciar con paquetes turísticos beneficiosos para la población y así disminuir la migración y la pobreza en algunas zonas pertenecientes a la comunidad.

## **3. ¿Considera que existe un valor tangible de atributos, relacionados con los restaurantes asociados con CORDTUCH?**

El servicio gastronómico es un factor que ayuda al turismo comunitario de los distintos centros, a lo cual los representantes de la mayoría de estos mencionan que tienen una infraestructura básica, con implementos y espacios necesarios, dedicados a la elaboración y producción de platos para solventar las necesidades alimentarias de los

turistas, pero que ellos ven la necesidad de una implementación más actualizada para mejorar el servicio a brindar.

Algo que ha ayudado a este tipo de servicio es que algunos centros se han dedicado a actividades agroecológicas, las cuales se centran en la siembra, cosecha y consumo de alimentos naturales sin la participación de productos químicos y así fomentar una alimentación saludable hacia la sociedad, y sobre todo la característica atractiva primordial de los centros es que se mantiene las costumbres tradicionales al momento de la elaboración y producción de los platos.

**4. En la prestación de servicios se generan diversas dimensiones alrededor de la oferta, siendo estas las que reflejan la toma de decisión de consumo a futuro, con base a ello, indique ¿cuáles son las acciones que se desarrollan para la fidelidad de los visitantes?**

Los representantes de los centros, mencionan que para obtener una fidelidad por parte de los turistas nacionales e internacionales, lo primordial es brindarles la mejor hospitalidad que puedan recibir en el sector y también crear confianza en el turista mediante un servicio personalizado, como por ejemplo la creación de paquetes personalizados en base a actividades que quisieran realizar y cumpliendo con las expectativas de los turistas, en estas actividades se da un valor agregado como es la participación directa de los turistas en la realización de las actividades cotidianas básicas que desempeñan los moradores y prestadores de servicios concientizando también con el ámbito ambiental, social y económico.

Una de las actividades siempre recomendada es la participación de los turistas en las actividades de tejido a mano que existe en la comunidad de Casa Condor, ya que dicha actividad brinda una experiencia única por la elaboración de vestimentas con lana de borrego obtenida de los mismo borregos criados en el sector de San Juan.

**5. ¿Cuáles son las acotaciones o sugerencias que le han otorgado los clientes con relación al coste – beneficios?**

Las sugerencias que más se repiten dentro de los centros turísticos es el de la calefacción, claramente por obvias razones ya que dichos centros se encuentran en zonas frías de la provincia, al menos algunos se encuentran cerca del nevado Chimborazo, en base a los costos los representantes mencionan que se manejan costos sumamente accesibles para todo tipo de personas o grupos, y hacen que esta inversión que los turistas realizan sean equilibrados con los beneficios o servicios que les brindan, tratando de hacer que los turistas tengan una buena estancia y experiencia en las comunidades, defendiendo así que los servicios no son escasos ni de baja calidad.

Otras de las sugerencias manifiestan que es el de adecuar de mejorar manera la infraestructura para mejorar el servicio, en la parte de la gastronomía no hubo queja alguna

por los productos o preparación pero si solicitan mejorar la presentación de los platos, sea por estética como por cantidad, y por último dado que no todos los centros tienen mucha difusión o promoción de los atractivos de los centros en sí, han sugerido que realicen más propaganda para que puedan visitar más turistas estas comunidades y así beneficiar al turismo.

#### **6. ¿Estima que la satisfacción del cliente es un componente básico para el buen funcionamiento de un sitio, en relación con ello, cuales expondría usted que son las fallas o falencias que más sobresalen en la prestación de servicios?**

Para los representantes de los centros la satisfacción del cliente es lo más importante al momento de realizar el servicio y es uno de los pilares para que todo tipo de negocio o emprendimiento siga creciendo, por tal motivo que los turistas salgan o terminen su experiencia con una sonrisa y agradecidos por la atención recibida es el mejor premio que puede recibir la comunidad, pero dentro de eso también las falencias o fallas que se tienen son provenientes de los mismos habitantes de la comunidad, ya que no son muy cordiales y son temerosos de los extranjeros, esto se debe a la falta de contacto con el resto de la sociedad o con personas extrañas a ellos, tratando de contrarrestar esta falencia con capacitaciones, algunos centros mencionan que otra falla que tienen es en base a la infraestructura ya que falta adecuar e implementar equipos en ciertos lugares para contentar de mejor manera al turista, y dentro de esto se encuentra la falta de señalética que indique los sectores que pueden visitar, los establecimientos de alimentación u hospedaje.

Dentro de las comunidades existe también una falla que es la falta de conocimiento sobre publicidad, promoción y elaboración de paquetes turísticos para poder incursionar de mejor manera en el ámbito turístico, pero dichas falencias sumadas a las sugerencias los representantes se sienten optimistas en que esto va a ir mejorando y ellos van a ir aprendiendo porque van a ir cambiando estas debilidades en oportunidades y fortalezas para el beneficio del turismo y las comunidades.

#### **7. ¿Cuáles expondría usted que son las fortalezas de los centros que conforman CORDTUCH?**

Una de las mayores fortalezas en los centros turísticos pertenecientes a la CORDTUCH es la inclusión y unión de las comunidades vulnerables para mejorar el estilo y calidad de vida de estas, haciendo que progresen social, cultural y económicamente.

Otras de las fortalezas que realizan las comunidades es tratar una máxima inserción e inclusión de mujeres y adolescentes en cada proyecto o actividad para el trabajo y desarrollo turístico, impulsando la creación de emprendimientos.

Tienen constantes capacitaciones y motivaciones sobre la utilización de los recursos turísticos del sector para que se puedan explotar conscientemente, procurando el cuidado

del medio ambiente y conservando los recursos tangibles e intangibles, manteniendo así vivas las tradiciones y costumbres de cada comunidad.

Se pudo evidenciar a través de las entrevistas que, los 11 centros que conforman CORDTUCH, se direccionan a la prestación de servicios turísticos comunitarios, entre ellos la actividad alimentaria, esta se encuentra desarrollada bajo los conocimientos y tradiciones de los pobladores, por lo que incorpora alimentos orgánicos y animales de granjas en la elaboración de sus platillos, en donde sobresale el conocido plato “papas con cuy”, y otras degustaciones que conllevan habas, papas, choclos, productos autóctonos de la zona.

Sin embargo, existen puntos que no son tan favorables a destacar, como las quejas de los servicios de atención a los visitantes, lo que demuestra la falta de preparación en servicio al cliente. A ello se suma, la inadecuada infraestructura de ciertos restaurantes, limitando así el espacio de disfrute, asimismo, se observa la poca importancia que se le otorga al uso de las herramientas tecnológicas, limitando así el potencial turístico que poseen.

## 6. PROPUESTA DE TURISMO COMUNITARIO CON ESTRATEGIAS DE MEJORA EN SERVICIOS GASTRONÓMICOS

### 6.1.- Visión propositiva.

El crear las presentes estrategias de mejora, fortalecerán el turismo comunitario de las OTC de la CORDTUCH, la visión propositiva está dirigida a mejorar los servicios gastronómicos para atraer y fidelizar clientes turísticos, con potencialidad tendencial alimenticia.

#### 6.1.1.- Desarrollo

##### **a.- Target**

De acuerdo Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo (2015), la edad del perfil de la mayoría de los turistas correspondió a una población joven comprendida de 20 a 49 años. De acuerdo con encuesta realizada por Ministerio del Turismo (2020), tras la situación post pandemia, hay una disposición de la población joven por realizar turismo nacional y al menos 28,68% tiene preferencia por visitar el clima de montaña. La presente propuesta está dirigido a los turistas nacionales e internacionales de ambos géneros, cuyo rango de edad se encuentre entre los 18 y 50 años, que prefieran degustar propuestas gastronómicas orgánicas y tradicionales.

##### **b.- Productos**

De acuerdo con Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo 2020-2023, en la provincia de Chimborazo, dispone de 203 atractivos turísticos, en los que el 37% son sitios naturales y el 63% manifestaciones culturales; la mayoría de los atractivos tienen jerarquía II en el 67%, seguido de los atractivos de jerarquía I con el 19% y finalmente los atractivos de jerarquías III y IV con el 14%, de acuerdo con la (**tabla 26**), a continuación:



**Tabla 26. Atractivos turísticos - clasificación por tipo, categoría**

Cantón	Categoría		Total	
	Sitio Natural	Manifestación cultural	N.º	%
<i>Alausí</i>	4	11	15	7
<i>Chambo</i>	4	4	8	4
<i>Chunchi</i>	3	2	5	2
<i>Colta</i>	3	7	10	5
<i>Cumandá</i>	3	3	6	3
<i>Guamote</i>	3	6	9	4
<i>Guano</i>	3	7	10	5
<i>Pallatanga</i>	4	4	8	4
<i>Penipe</i>	4	1	5	2
<i>Riobamba</i>	44	83	127	63
<b>TOTAL</b>	75	128	203	100
<b>%</b>	<i>37</i>	<i>63</i>		

**Fuente:** Prefectura de Chimborazo, 2019.

La producción agrícola fluctúa, debido a la escasa planificación con la que producen los chimboracenses, según cifras del Ministerio de Agricultura y Ganadería 2018, los productos que presentan un mayor volumen de producción a nivel provincial son: la papa (24.540 Tm), cebolla blanca (9.824 Tm), fréjol tierno (9.120 Tm), brócoli (8.523 Tm) y el maíz suave y seco (5.458 Tm).

En cuanto a la producción de carnes, la provincia de Chimborazo contribuye con el 5% de la producción respecto al rubro de ganado vacuno, destinándose la mayor parte a la producción de leche y en menor porcentaje a la producción de carne. En cuanto al rubro de ovinos, este se destina principalmente a la producción lanar y de carne, mientras que la producción porcina en representa el 38,68% de la producción (Prefectura de Chimborazo, 2019).

Disponer de alimentos producidos en la provincia, contribuye a ofrecer platillos gastronómicos tradicionales con la calidad culinaria preparados con alimentos frescos, es por lo que, para marcar la diferencia con otros productos en el mercado, los restaurantes que conforman la CORDTUCH se diferencian por tener alimentos libres de pesticidas, así como platos tradicionales a base de carne de llama y vegetales propios de la localidad.

### **c.- Dificultades**

De acuerdo con el diagnóstico realizado en la presente propuesta, se presenta algunas de las deficiencias evidentes en el proceso de servicio al cliente en la CORDTUCH incluyen:

- Baja calidad de servicio por desconocimiento de los productos ofertados.
- Baja presencia de restaurantes de la CORDTUCH en el mercado.
- Baja promoción.
- Deficiencia en el servicio al cliente por carencias de utensilios o infraestructura.

A continuación, en la (**tabla 27**) se presenta el objeto de impacto, la acción y los resultados a obtener a implementar las mejoras.

**Tabla 27. Descripción de deficiencia**

<b>Situación</b>	<b>Objeto de impacto</b>	<b>Acción</b>	<b>Resultados a obtener</b>
<i>Baja calidad de servicio por desconocimiento de los productos ofertados</i>	Aumentar la eficiencia del servicio al cliente	Reclutar personal con vocación de servicio  Capacitar a mesoneros con vocación, y agilidad para memorizar menús.	Aumento de ventas y clientes
<i>Baja presencia de restaurantes de la CORDTUCH en el mercado</i>	Exponer las condiciones óptimas de la estructura de los restaurantes	Renovar la imagen de los restaurantes	Posicionamiento de marca en el mercado gastronómico
<i>Baja promoción</i>	Diseñar plantillas personalizadas para cada uno de los restaurantes, con su propia paleta de colores	Popularizar en redes sociales por medio de videos, imágenes e infografías los diferentes descuentos y promociones de que ofrecen los restaurantes	Aumentar el target por medio del uso de publicidad pagada en redes sociales
<i>Deficiencia servicio al cliente por carencias de utensilios o infraestructura</i>	Realizar una evaluación económica de los servicios que disponen actualmente. Capacitar a los propietarios y personal de servicio en el manejo de nuevas tecnologías para resaltar los atributos con los que disponen actualmente y generar un mayor ingreso económico	Implementar un plan para mejorar infraestructura y proporcionar recursos para la mejora del servicio.  Por medio de la CORDTUCH para generar conocimientos encaminados hacia lo recomendado por las nuevas tendencias alimenticias	Se espera la mejora y agilización del servicio al cliente, así como facilitar las recomendaciones de platos con valor nutricional en los menús digitales.

Se describe cada una de las acciones, a continuación:

- **Reclutar personal con vocación de servicio**, de manera que se cuente con un personal con la capacidad de atender las demandas de los turistas en cuanto a los servicios ofertados y sea guía en su estadía turística.

- **Capacitar a mesoneros con vocación, y agilidad para memorizar menús.** Contar con un personal que maneje los platillos ofrecidos, ofrecerá como ventaja hacia la captación de turistas que busca probar de la gastronomía de la provincia
- **Implementar un plan para mejorar infraestructura y proporcionar recursos para la mejora del servicio.** Es necesario llevar a cabo una evolución de la estructura actual, de manera que se cuantifique la inversión requerida para acondicionar la infraestructura actual y proveer de recursos materiales para mejorar los servicios en los restaurantes.
- **Renovar la imagen de los restaurantes y popularizar en redes sociales por medio de videos, imágenes e infografías los diferentes descuentos y promociones de que ofrecen los restaurantes.** Se propone dos fases, la primera en que se plantea rediseñe el proceso de atención al cliente en base a: ampliación de restaurante; uso de tecnologías disponibles; reponer los ingredientes que más se necesitan en el momento adecuado; incorporar software de apoyo a la gestión de los restaurantes de la CORDTUCH.

Bajo esta perspectiva, se propone el uso de tablets para la recolección de pedidos del target, agilizando el proceso y exponiendo el valor nutricional del menú ofrecido, por medio del software Restbar (**Ilustración 10**), por ser una plataforma que permite responder a las necesidades de los establecimientos, además de no requerir conexión a internet para utilizarla sin miedo a tener una pausa en las actividades por la caída en las comunicaciones, dado que podría provocar pérdidas en tiempos de alta demanda.



**Ilustración 10.** Imagen ejemplo de aplicación de TIC en un lugar turístico comercial.

**Fuente:** <https://ambit.com.mx/soluciones/pos-restaurantes/restbar/>

En este punto es importante mencionar que, desde su lanzamiento el software ha ayudado mucho a las operaciones internas de los restaurantes, mejorando la comunicación

entre las diferentes partes del negocio y controlando el stock de ingredientes, contribuyendo así a cambios rápidos.

Y en una segunda fase es la de crear contenido digital de los servicios ofrecidos en las redes sociales de Instagram, Facebook, Tik tok y YouTube.

El diseño e imagen de los contenidos consistirá en una plantilla formada por elementos comunes en todos los sitios y atributos que contiene la CORDTUCH; un encabezado dividido en tres partes, arriba los logotipos del lugar a que se hace referencia en la publicación y el de CORDTUCH en la parte media el logotipo y nombre del servicio o atractivo turístico, y en la parte baja un collage de imágenes que muestra las fotografías más representativas a fin de que los visitantes tengan una vista rápida de lo que pueden encontrar.

A continuación, en la (**tabla 28**) un presupuesto para implementar las acciones necesarias para la mejora de los servicios de la CORDTUCH.

**Tabla 28.** Presupuesto de propuesta

<b>Estrategia</b>	<b>Patrocinio</b>	<b>Unidades</b>	<b>Gastos</b>	<b>Total</b>
<i>Reclutamiento de colaboradores con vocación</i>	Red socio empleo	10	\$0	\$0
<i>Capacitaciones</i>	Empresa pública y privada	10	\$40	\$400
<i>Remodelación</i>	Blue Ink (compañía dedicada a la decoración de restaurantes)	10	\$176	\$1.760
<i>Imagen</i>	Solución integral que cuida tus inventarios y todos los aspectos de tu negocio	1	\$460	\$460
<i>Publicidad</i>	Socios	10	\$30 por cada red social (Instagram, tik tok y Facebook)	\$900
<b>Total</b>				\$3.520

Se espera que el costo para la implementación de la presente propuesta sea de \$3.520 en el cual favorecerá la atención de los servicios, de manera que contribuya a impulsar en turismo en la provincia.

## 7. CONCLUSIONES

Una vez que se obtuvo la información y se realizó el respectivo análisis referente a la problemática de estudio, se procede a presentar las conclusiones del trabajo:

1. Como logro de la investigación realizada se cumplió los objetivos planteados, identificando teóricamente las nuevas tendencias en los establecimientos de alimentación, para lo que se diseñó una estrategia de mejora que comprendió el uso de nuevas tendencias como redes sociales y aplicaciones digitales son primordiales en la iniciativa y la optimización del servicio y atención a los clientes, dentro de esto estaría el mejoramiento de la promoción de los centros turísticos de la CORDTUCH.
2. Acerca del diagnóstico del servicio de los establecimientos de alimentos en los centros turísticos, se evidencia que lo característico de estos lugares son las actividades en el sector incluyendo la alimentación con productos propios del mismo pero los inconvenientes entre los moradores de las propias comunidades por la falta de cordialidad hacia el turista, lo hace un agravante al momento del servicio, la infraestructura es otro de los problemas con los que cuentan los centros ya que unido a la falta de promoción e ingresos, los servicios se ven afectados de manera directa, a tal punto que se logra observar con la falta de turistas que llegan a las comunidades, dando como resultado el cierre de algunos centros para poder replantearse nuevas estrategias de turismo a aplicar, para no poder desaparecer.
3. Con respecto al diseño de la propuesta, mediante la investigación realizada se evidenció las falencias que tienen los centros durante el servicio, sumándole al retorno de la pandemia, esto acrecentó en un déficit del mismo, por lo que se establecieron estrategias para optimizar el servicio siendo estas la inclusión de un software para restaurantes denominado Restbar el cual funciona en dispositivos digitales y sin la necesidad de internet, y por último el uso de las redes sociales para expandir la propaganda y servicio de los centros, para así incrementar el número de turistas que visiten los lugares y generar ingresos.

## REFERENCIAS

Aguirre Torres, G. (2019). El turismo sostenible comunitario en Puerto el Morro: análisis de su aplicación e incidencia económica. *Universidad y Sociedad*, 1(11), 289-294. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000100289&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100289&lng=es&tlng=es).

Aguirre-Gorki. (2023). DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO, SOSTENIBLE INTELIGENTE DEL ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN Y DESTINO TURISTICO ISLA SANTAY-ECUADOR. 208. Vila-seca, Tarragona, España: Universidad Rovira & Virgili. <https://www.tesisenred.net/handle/10803/689410#page=1>

Aguirre-Gorki, Zambrano-Jael, & al., e. (2020). *El Turismo sostenible y su interrelación comunitaria, influencia de la gobernanza y cultura gastronómica en la región*. (1 ed., Vol. 1). Guayaquil, Ecuador: UTEG. <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/El-turismo-sostenible-interrelacion-cmunitaria.pdf>

Álvarez, L., López, F., & Kuhn, M. (2020). Las estrategias de Marketing Digital en empresas gastronómicas Pymes de la localidad de Villa Ballester. *Universidad Nacional San Martín*.

Anson, R. (2015). La cultura gastronómica en el siglo XXI: de lo comestible a lo comible. *Cuenta y razón*, 36, 21-26.

Aparicio, E. (2021). Combinando la biotecnología con la gastronomía para brindar los alimentos del futuro. *RD-ICUAP*, 7(21), 143-153.

Aranceta, J. (2018). Papel de la gastronomía y de las nuevas tecnologías en la configuración de una alimentación saludable. *Nutrición Hospitalaria*, 35(4), 3-9.

Aroca, F. (2019). Deconstrucción gastronómica, para la revalorización e innovación de la comida típica de la serranía ecuatoriana. *Revista de Investigación Talentos*, 6(2), 85-98.

Ashton, M., & Muller, A. (2013). Turismo y patrimonio. Herencia de la colonización alemana en la gastronomía de Novo Hamburgo (RS, Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(6), 1197-1214.

Ballesteros, E. R., & Carrión, D. S. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social*. (Vol. 1). Quito: Abya-Yala. <https://animacionsociocultural2013.files.wordpress.com/2013/05/turismo-comunitario-en-ecuador.pdf>

Berganza, M., & García, S. (2019). Para mí, cocina de fusión es cocina de confusión”: entrevista con Manuel Berganza. *Revista del Círculo de Bellas Artes*, 32, 92-94.

Brito, L., & Botelho, D. (2018). La gastronomía como marca de destino: Proposiciones en Minas Gerais-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 390- 41.

Campos, V. (2020). Retóricas de la cocina. La culinaria del discurso de Platón a Lévi-Strauss. *CUHSO Temuco*.

Chaves, D. (2012). La calidad del servicio turístico. *UNIVERSIDAD DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL*.

Dávalos, N. (2017). Panorama del turismo gastronómico en Ecuador ¿Qué existe y que falta para potenciarlo? *Facultad de comunicación y artes audiovisuales*.

de Vita, M., & Rosa, P. (2019). El sabor de la cultura Gastronomía, cultura y barrio como nuevas formas de “consumir la ciudad”. *Papeles de Trabajo*, 13(24).

Fernández, D., Aguirregoitia, A., Martínez, A., & Rábago, N. (2019). La cocina de producto: seña de identidad y recurso de comunicación en la alta restauración en España. (74),. *Revista latina de comunicacion social*, 873-896.

Fusté, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24.

García, G. (22 de febrero de 2021). *7 tendencias en restaurantes que impulsó la pandemia*. Retrieved 23 de diciembre de 2022, from <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/7-tendencias-en-restaurantes-que-impulso-la-pandemia/>.

Gómez Martín, B. (1999). LA RELACIÓN CLIMA-TURISMO: CONSIDERACIONES BÁSICAS EN LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS. *Investigaciones Geográficas*(21), 21-34. <https://www.redalyc.org/pdf/176/17654250002.pdf>

Gómez, M. (2018). Marketing Gastronómico, Estrategias de negocios. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 24(68).

HATISARU, M., USLU, A., & IBRAHIM, H. (2023). A Bibliometric analysis of research on. *Journal of Tourism & Development*(44), 79-96. <https://doi.org/DOI: 10.34624/rtd.v44i0.31161>

Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hernández, R., & Dancausa, M. (2018). Turismo gastronómico la gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y perspectivas en turismo*, 17(2), 413-440.

Jiménez, C. (2022). Cocina molecular una innovación de vanguardia en la gastronomía internacional y en el Ecuador. *Un Espacio para la Ciencia*, 4(1), 11-22.

López, M., & Florez, S. (2018). Sobre la composición nutrimental de la gastronomía típica ecuatoriana. *Revista Cubana de Alimentación y Nutrición*, 28(2), 16.

Luján, N. (2019). *Historia de la gastronomía*. España: Penguin Random House Grupo Editorial.

Medina, K. (2018). Chillangua, usos y aplicaciones en la gastronomía moderna y tradicional. *Universidad de las Américas*.

Medina, F., & Barbosa, M. (2019). Tendencias en los procesos productivos y de formación del gastrónomo en Colombia. *PALMA Express*, 58(7).

Mena, M. (2019). Análisis del sistema documental del trabajo por cuenta propia. Los casos de arrendamientos y servicios gastronómicos. *Economía y Desarrollo*, 161(1).

Ministerio del Turismo. (2020). *Comportamiento del Turismo a Nivel Nacional*. servicios.turismo.gob.ec: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL\\_JSP.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf)

MINTUR. (2023). <https://servicios.turismo.gob.ec>. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>

- Mora, C., Zambrano, J., Quintero, F., & al., e. (2020). Estrategia de marketing emocional para la promoción de locales de servicios gastronómicos en la ciudad de Bahía de Caráquez. Ecuador. *ECONÓMICAS CUC*, 41(1), 203-216.
- Naranjo, S., & Arias, S. (2020). Tendencias en el mundo de la gastronomía y la alimentación: una revisión desde la perspectiva colombiana. *Agroalimentaria*, 26(50), 51-65.
- Nizard, S. (2020). Cacher, festive et végétarienne: La nouvelle cuisine des fêtes juives. *Anthropology of the Middle East*, 15(2), 104-118.
- Oloqui, N. (2019). La cocina de vanguardia de ayer y la cocina tradicional de mañana. *ACTA/CL: revista de la Asociación de Científicos y Tecnólogos de Alimentos de Castilla y León*, 68, 11-12.
- OMT. (05 de 2023). *UNWTO.ORG*. <https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023>
- Pérez-Gálvez, J., López-Guzmán, T., & Franklin Cordova Buiza, M. J.-V. (2017). La gastronomía como elemento de atracción en un destino turístico: el caso de Lima, Perú. *Revista de alimentos étnicos*, 4(4), 254-261. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jef.2017.11.002>
- Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo. (2015). *Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo*. app.sni.gob.ec: [https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0660000280001\\_PDyOT%20FINAL%20-%20160516%2013y50\\_16-05-2016\\_19-06-53.pdf](https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660000280001_PDyOT%20FINAL%20-%20160516%2013y50_16-05-2016_19-06-53.pdf)
- Prefectura de Chimborazo. (2019). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. chimborazo.gob.ec/: <http://chimborazo.gob.ec/principal/wp-content/uploads/2022/06/PDOT.pdf>
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Pontificia Universidad Javeriana*.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 1-16.
- Rosales, P., Duarte, L., Ledón, N., López, B., & al., e. (2020). Análisis del uso de herramientas digitales en tiempos de contingencia en la Licenciatura en Turismo de la Unidad Académica de Turismo y Gastronomía, de la Universidad Autónoma de Nayarit. *KIKAME*, 10(10), 132-143.
- Roux, F. (2014). Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios. FEPTCE. . 322. [https://www.academia.edu/7801608/Turismo\\_comunitario\\_ecuatoriano\\_conservacion\\_ambiental\\_y\\_defensa\\_de\\_los\\_territorios\\_FEPTCE\\_Estudio\\_completo\\_2013](https://www.academia.edu/7801608/Turismo_comunitario_ecuatoriano_conservacion_ambiental_y_defensa_de_los_territorios_FEPTCE_Estudio_completo_2013)
- Saborit, B., García, L., & Ginarte, L. (2020). Alternativa metodológica para contribuir a la interacción comunicativa en inglés en la especialidad Servicios Gastronómicos.(Original). *Roca. Revista científico-educacional de la provincia Granma*, 16, 1394-1406.
- Salazar, D., Salazar, L., Parra, D., & Guerrero, M. (2020). Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico. *Revista, Espacios*, 8.
- Sandoval, C., & Ruiz, E. (2018). Eco-diseño de propuestas de cocina de autor basada en productos y tecnología sostenible. *Revista Qualitas*, 14(1), 75-99.



Servicios.turismo.gob.ec. (2023). *www.servicios.turismo.gob.ec*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>

Soares, P., Secci, S., Barletto, S., Cavalli, S., & Davó, M. (2021). Propuesta metodológica para explorar la compra de alimentos saludables y sostenibles en servicios de alimentación. *Gaceta Sanitaria*, 35, 204-207.

Triviño, K., Arandia, J. C., & al., e. (2020). Fortalecimiento de la identidad cultural-gastronómica en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 7(1), 45-57.

United Nations Development Programme, U. (2012). *Multinational Federation of Community Tourism in Ecuador (FEPTCE), Ecuador. Ecuador Initiative Case Study Series*. New York, NY. PNUD. [https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case\\_1\\_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)

Valencia, F. (2020). Patrimonio cultural gastronómico: consideraciones teóricas. *Diversidad*, 18, 26-39.

Vargas, M. (2021). La cocina molecular para diversificar a la gastronomía: una revisión. *Sosquua*, 3(1).

Vega, J. (2020). Las nuevas tendencias en la cocina tradicional. *Revista Vinculando*.

Vejlgaard, H. (2008). *Anatomía de una tendencia*. México: McGraw-Hill.

viajes.nationalgeographic.com. (2023). *viajes.nationalgeographic.com*. [https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/desiertos-selvas-paisajes-ciencia-ficcion-estas-son-maravillas-naturales-sudamerica\\_11557](https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/desiertos-selvas-paisajes-ciencia-ficcion-estas-son-maravillas-naturales-sudamerica_11557)

Zurita, S., & Monge, P. (2018). Redes sociales y plataformas tecnológicas como herramientas de difusión de la gastronomía ecuatoriana y negocios restauranteros. *Caribeña de Ciencias Sociales*.



### **GORKI DIMITROV AGUIRRE TORRES -**

Director del Instituto de Ciencias Políticas – Universidad Tecnológica empresarial de Guayaquil-ICP-UTEG. Catedrático Universitario de Posgrado, de Grado y Educación Online. Investigador Universitario de Postgrado, avalado por SENESCYT. Doctor Ph.D. en Viajes, Turismo y Ocio. Magíster en Social Science mención en Desarrollo Comunitario. Licenciado en Ciencias de la Educación. Profesor de Educación Media. Diplomados en: - Creación y Administración Cursos Online (OEA-EE. UU.); -Formación en Tutoría Virtual 2.0 (OEA-EE. UU.); -Promotor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Honorable Senado de Argentina); -Diseño de

Proyectos para la Transformación Social (Without Borders- Colombia). -Gestión de Proyectos de Desarrollo (Banco Interamericano de Desarrollo BID-EE. UU.). -Defensa Internacional de los Derechos Humanos (Universidad Zaragoza-España). Gestor Cultural Ministerio de Cultura y Patrimonio. Perito Judicial-Consejo de la Judicatura. Consultor e Interventor Comunitario. Experto en Desarrollo Sostenible; Turismo sostenible Inteligente; Responsabilidad Social Empresarial; Educación, Ciencias Políticas. Autor de proyectos relacionadas al Desarrollo sostenible, Turismo, Ciencias Sociales y Políticas, Educación, Economía y Sociología. Autor de más de 20 Libros y Artículos científicos de investigaciones nacionales e internacionales. Ponente de Investigaciones Científicas en Ecuador, Chile, Cuba, Costa Rica y Colombia. Asambleísta Constituyente de la República del Ecuador delegado a la Mesa de Recursos Naturales y Biodiversidad; Coautor de la Constitución de la República del Ecuador; Autor del Mandato Minero; Ponente fiscalizador en defensa de los bosques del Sur; Proponente del articulado constitucional de Recursos Naturales y Biodiversidad, y de Franjas Fronterizas. Asambleísta Nacional del Ecuador a la comisión Nacional de Legislación y fiscalización, comisión de Salud y Ambiente; Coautor de la ley de soberanía alimentaria. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8812-3093>

# VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria con  
servicios turísticos gastronómicos  
para la provincia de Chimborazo



[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)



[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

TOMO 1



**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

**Atena**  
Editora  
Año 2025

# VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria con  
servicios turísticos gastronómicos  
para la provincia de Chimborazo

-  [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
-  [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

TOMO 1