

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



**ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD DE LOS ALIMENTOS
PARA MEJORAR LA OFERTA GASTRONÓMICA EN EL HOTEL LA PALMA,
CHALATENANGO.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

GODOY NUILA CLAUDIA BEATRIZ.

MARTÍNEZ GONZÁLES VERÓNICA GUADALUPE.

UMAÑA DÍAZ HAZEL GUADALUPE.

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

SEPTIEMBRE, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR CENTROAMERICA

AUTORIDADES ACADEMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. LISSETTE CRISTALINA MARROQUIN DE RAMIREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

TEC. DIANA CAROLINA GUERRA

PRESIDENTA

LIC. DOUGLAS FRANCISCO ARTEAGA ONOFRA

PRIMER VOCAL

LICDA. PATRICIA GUADALUPE COREAS

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Douglas Francisco Arteaga Onofre, Licda. Patricia Guadalupe Coreas Rodríguez,

Tec. Diana Carolina Guerra, a las 12:30m. del día Viernes, 23 de Junio de dos mil diecisiete.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LAS ALUMNAS:

1-Hazel Guadalupe Umaña Díaz Carnet 06-2265-2009

2-Verónica Guadalupe Martínez Gonzalez Carnet 06-5782-2013

3-Claudia Beatriz Godoy Nuila Carnet 06-4999-2013

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Análisis de la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica en Hotel La Palma, Chalatenango"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO. POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobada

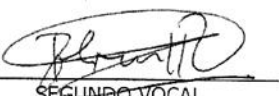
YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 23 de Junio de dos mil diecisiete.

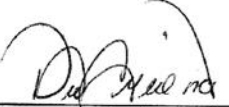
F.


PRIMER VOCAL
Lic. Douglas Francisco Arteaga Onofre

F.


SEGUNDO VOCAL
Licda. Patricia Guadalupe Coreas Rodríguez

F.


PRESIDENTE
Tec. Diana Carolina Guerra

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizaje y experiencia y Felicidad

Le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

A mis hermanos (A) por ser parte importante de mi vida y sobre todo por brindarme su apoyo incondicional, por llenar mi vida de alegrías y amor cuando más lo he necesitado.

Como también quiero aprovechar el espacio para dar mi sincero agradecimiento a la Lic. Patricia Guadalupe Coreas quien fue mi asesora y nos apoyó con la realización de este proyecto de tesis, que sin su apoyo no se hubiera llevado a cabo.

Verónica Guadalupe Martínez González

Agradecimientos

Primeramente agradecerle a Dios por permitirme culminar un logro más en esta etapa de mi vida, gracias a su ayuda he podido llegar a terminar mis estudios universitarios y porque él ha sido quien me ha acompañado y me ha dado la sabiduría durante todo este tiempo de mis estudios y proceso de graduación.

Agradezco a nuestra asesora la licenciada Patricia Coreas por ayudarnos durante este proceso y por dedicarnos su tiempo para corregirnos cuando teníamos algún error y agradecerle también porque primeramente gracias a Dios y gracias a ella logramos pasar este proceso.

También le agradezco a mi padre y a mi madre por apoyarme todo este tiempo mientras estuve estudiando a pesar de que mi padre está lejos siempre me apoyo económicamente y moral, gracias a mi madre porque a pesar que tuve dificultades siempre estuvo ahí para darme ánimos para seguir adelante y no dejar las cosas a medias.

Le agradezco a mis hermanas también por apoyarme en todo aunque en algunos momentos les molestaba cuando iba todo el día a la universidad pero siempre estuvieron ahí para darme su apoyo.

Al mismo tiempo le agradezco a una persona muy especial para mí es como mi segunda mamá la conozco desde que estaba pequeña Teresa Portillo gracias x apoyarme en esta etapa y por estar siempre pendiente de mis estudios y porque durante este proceso estuvo pidiéndole a Dios siempre que me ayudara a salir adelante y gracias a sus oraciones lo logre, gracias por todo.

Claudia Beatriz Godoy Nuila.

Agradecimientos.

Es un maravilloso placer culminar con éxito total esta carrera que comencé llena de esperanzas y sueños que ahora puedo acariciar con tanto agradecimiento.

Agradecer infinitamente a la motivación y fuerza que hace que mis días sean una lucha constante mis compañeros de batallas Wilson Rugama y nuestro hijo Wilson Alessandro Rugama Umaña su fe y admiración hacia mi me mantiene viva, no me alcanzara la vida para agradecerles el haber llegado en el momento justo a impulsar mis sueños y convertirse en mis caballeros.

Agradezco orgullosamente a mis amigos y familia entera en especial a mi madre Reyna Díaz, mi abuela María viuda de Díaz, a mi tío Juan Carlos Díaz juntos forjaron mi carácter son los pilares de mi vida y los ejemplos más valiosos de superación.

Igualmente y con inmenso placer agradecer a mi asesora Patricia Coreas por la total entrega y capacidad de entendimiento en los momentos más dificultosos de la investigación, junto a mis jurados que tuvieron a bien el mostrar simpatía para con nuestro tema y hacernos ver que aún hay personas dedicadas y entregadas a la labor, Técnica Diana Guerra y licenciado Douglas Tobar por no solo dedicarse a calificarnos sino a convencernos que este es solo el inicio de un gran proyecto de vida. Sin dejar atrás a Don Salvador Zepeda dueño del Hotel la Palma Chalatenango por abrimos las puertas de su hotel y restaurante para nuestra investigación.

Hazel Guadalupe Umaña Díaz.

ÍNDICE

Introducción	i
---------------------------	----------

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1	Antecedentes.....	1
1.2	Enunciado del problema	2
1.3	Delimitaciones	2
1.4	Unidad de Análisis.....	3
1.5	Sujeto de Estudio	3
1.6	Justificación.	4
1.7	Objetivos.....	5

Capítulo II

Marco Teórico

2.1	Antecedentes sobre el departamento de Chalatenango.	6
2.1.1	historia de Chalatenango.....	6
2.1.2	significado de Chalatenango según sus raíces en náhuatl.....	7
2.1.3	historia del municipio de la palma.	8
2.1.4	historia hotel la palma, Chalatenango.	8
2.1.5	tipos de siembra en Chalatenango.	9
2.2	Gastronomía de Chalatenango.	9
2.2.1	tradiciones gastronómicas.....	10
2.2.2	cultura gastronómica.....	12
2.3	Tipo de preparación y platillos.....	13
2.4	Factores de éxito a partir de la oferta gastronómica.	14
2.4.1	factor 1 pautas comparativas y competitivas de la demanda en la elección de un establecimiento gastronómico:	15
2.4.2	factor 2: potenciar las tres b de la demanda “bueno, bonito y barato”	15
2.4.3	factor 3: el aspecto social.....	16

2.4.4 factor 4: la percepción de la demanda con relación al establecimiento.	16
2.4.5 factor 5: la oferta gastronómica.	17
2.5 Características del Producto Turístico Gastronómico.....	17
2.6 Seguridad Alimentaria Nutricional.	18
2.7 Buenas Prácticas De Manufactura (BPM) Agrícola y Alimentos.....	21
2.8 La Rastreabilidad.....	28

Capítulo III

Metodología

3.1 Tipo de Investigación	30
3.2 Población y Muestra	30
3.3 Marco Muestral.....	30
3.4 Sujeto de Investigación.....	32
3.5 Técnicas e Instrumentos	32
3.5.1 cuestionario.....	32
3.5.2 La entrevista.....	32
3.5.3 Procedimiento para realizar dicha investigación.	32

Capítulo IV

Presentación de Resultados

4.1 Tabulación y análisis de la información	33
---	----

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones.....	48
5.2 Recomendaciones	50
FODA	51
Referencias	52
ANEXOS	55
ANEXO I.....	56
ANEXO II.....	58

Introducción

En el presente documento de investigación sobre el análisis de la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica en el Hotel La Palma, Chalatenango de las alumnas de la Universidad Tecnológica de El Salvador opción Técnico en Administración Turística muestra como existe la disponibilidad en el territorio de la Palma municipio del departamento de Chalatenango mas no la accesibilidad debido a factores tales como la privatización de los cultivos adoptados por las grandes empresas de supermercados de el país estabilizando el consumo que años atrás se daba en todo el municipio que era prioridad su ruta por el turismo rural donde el turista podía visitar y obtener hortalizas directamente de los cultivos, hoy día aún se puede hacer esta práctica pero ya es menos demandada.

Se observa que los comerciantes en general salen de su territorio para obtener sus mismos productos cuando podría comercializarse en el interior pero no es un negocio rentable así que se consigue el producto con una variación de precio bastante significativa afectando el bolsillo de los empresarios locales. Entre las propuestas y objetivos de esta investigación se menciona crear un auto sostenimiento para el Hotel La Palma Chalatenango a través de la creación de un huerto casero y una granja especializada para el consumo y distribución de carne y hortalizas en los 43 hoteles que conforman la ruta fresca.

Destacando que Hotel La Palma es el más antiguo de la ruta y que posee todas las cualidades para impulsar este proyecto.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes

Actualmente la oferta gastronómica en El Salvador se ha visto impactada y transculturizada por un sin fin de prácticas ajenas, es común observar todo tipo de cultura en la mayoría de lugares turísticos. El presente trabajo de investigación se centra en el estudio del tema Análisis de la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica en el hotel la Palma, ubicado en el departamento de Chalatenango.

Siendo impactado en los últimos años la parte agrícola, absorbidas casi en su totalidad por las grandes cadenas de supermercados que apoyan al sector a cambio de obtener los mejores productos exclusivos para su consumo y posterior reventa en sus salas, dejando a los pobladores y empresarios locales dueños de los hoteles de la ruta fresca con escasas opciones para abastecer sus necesidades en el área de alimentación y obligándolos a hacerse de los mismos productos locales en supermercados de afuera de La Palma.

Es impresionante su artesanía y agricultura, desde el momento que se llega se puede observar en las puertas de las casas adornadas con llamativas pinturas y postes decorados con paisajes y flores; además La Palma que es el municipio donde está ubicado, es uno de los mayores atractivos en El Salvador, siendo este el lugar una de las principales zona donde se elabora artesanías; sosteniendo la economía del municipio casi en su totalidad en este rubro según el sitio El Salvadormipais.com en el artículo con fecha 17 de

agosto del 2016 representando un 75% de su actividad comercial y el otro 25% le pertenece a la agricultura que se basa en la siembra de hortalizas y la producción del café, es por ello que se vuelve importante investigar la disponibilidad y accesibilidad con que cuenta el Hotel La Palma, Chalatenango para poder ofrecer una real oferta gastronómica, ya que en nuestro país no existen verdaderos estudios en los que son más factibles en la palma como tal, para analizar cuál es la oferta gastronómica que pueda llevar a una genuina demanda, buscando atractivos propios de los destinos turísticos así como su correspondiente patrimonio cultural y gastronómico que puedan motivar al visitante a aceptar la oferta turística.

1.2 Enunciado del problema

Mejorar la oferta gastronómica de acuerdo a su disponibilidad y accesibilidad en el Hotel la Palma, Chalatenango.

1.3 Delimitaciones

1.3.1 limitación teórica:

Se utilizaran libros de texto basados en la agricultura y temas de seguridad alimentaria de El Salvador, sitios de internet, revistas e información del lugar.

El estudio se enfocara en la accesibilidad y disponibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica en el Hotel la Palma, Chalatenango ya que es importante conocer los medio necesarios a utilizar para que dichos productos lleguen a la mano de los colaboradores del hotel y de esa manera facilitar la gamas de platillos a ofrecer.

1.3.2 limitación geográfica:

Hotel la Palma, Chalatenango se encuentra ubicado sobre la carretera troncal del Norte, en kilómetro 84 municipio La Palma.

1.3.3 delimitación temporal:

La investigación se realizara durante los meses de febrero a junio 2017.

1.4 Unidad de Análisis

Para el desarrollo de esta investigación se tomara en cuenta:

Al propietario del Hotel y a agricultores de la zona ubicada en Chalatenango.

1.5 Sujeto de Estudio

Para lograr que los resultados de la información sea preciso se tomara en cuenta lo siguiente:

- Turista que visitan el restaurante.
- Agricultores de la zona.
- Propietario del hotel.

1.7 Justificación.

El estudio acerca de la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica en el Hotel La Palma, Chalatenango requiere un análisis detallado en cuanto a la seguridad alimentaria del lugar debido a que el turista debe recibir alimentos que tengan estándares de calidad como es la inocuidad que va desde el momento de su siembra hasta su consumo, ya que es importante conocer las prácticas que se emplean para preservar la calidad en cuanto a los alimentos que se cultivan, ya que estos son la base de la preparación de platillos que se ofrecen al turista, así mismo hacer una descripción de elementos fundamentales que ayuden a hacer más accesibles los productos en el Hotel La Palma, Chalatenango de esta manera contando con dicho análisis se puede tener diversas opciones para un mejor acceso y disponibilidad de los alimentos y que por medio de estos factores se puedan crear nuevas ofertas gastronómicas. Así mismo puedan crear rutas turísticas donde se puedan conocer los espacios de cultivo de los alimentos, creando con estas novedosas ofertas gastronómicas ya que cuando hablamos de gastronomía no solo nos referimos a la parte culinaria sino también a su patrimonio, formas de comer y el significado que estas pueden tener.

1.8 Objetivos

- *Objetivo general*

Analizar la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica del Hotel La Palma, Chalatenango.

- *Objetivos específicos.*

- ✓ Indagar sobre los alimentos que se encuentran disponibles y accesibles en la zona de La Palma, Chalatenango.
- ✓ Describir los elementos fundamentales que hacen accesibles los alimentos en el Hotel La Palma, Chalatenango.
- ✓ Determinar si el Hotel La Palma, Chalatenango cuenta con condiciones óptimas en cuanto al fácil acceso a los cultivos y materia prima.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Antecedentes sobre el departamento de Chalatenango.

La población de Chalatenango fue fundada en tiempos inmemorables de la época precolombina por tribus lencas, pero a fines del siglo XV fue sometida por guerreros, yanquis o pipiles procedentes de Cuscatlán.

En el año 1950 Chalatenango tenía unos 600 habitantes, el alcalde mayor de San Salvador Don Manuel de Gálvez Corral dijo que en 1,740 San Juan Chalatenango tenía unos 125 habitantes, pues contaba con 25 indios tributarios o jefes de familia. (FISDL, 2006).

2.1.1 historia de Chalatenango.

En el año 1770 según el arzobispo Don Pedro Cortez y Larraz, Chalatenango era cabecera del curato de su mismo nombre que comprendía como ajenos a los pueblos de Arcatao Y Concepción Quezaltepeque y Techonchogo (que hoy es San Miguel de las Mercedes).

Chalatenango se dice que está situado sobre un monte de piedra y peñas con mal piso la parte del poniente se descubre bastante llanura, pero los demás rumbos todo es montaña y cerros pegados al pueblo.

Los distritos de Chalatenango y Tejutla tuvieron muchos cambios especialmente los acontecidos después de la independencia de El Salvador en 1821, desde junio de 1824 fueron parte del departamento de San Salvador en ese mismo año fue creado dicho

departamento de manera oficial, aunque estos eran siempre administrados por la alcaldía mayor de San Salvador.

En mayo de 1835 los distritos de Chalatenango y Tejutla dejaron de formar parte del departamento de San Salvador a lo cual pasaron a ser parte del departamento de Cuscatlán.

Finalmente, el 14 de febrero de 1855, por medio de una ley sancionada por el presidente Coronel José María San Martín, que también tenía raíces Chalatecas fue fundado el departamento de Chalatenango. En dicha ley se establecía que los distritos de Tejutla y Chalatenango se unirían a formar parte de un nuevo departamento de El Salvador, también se establecía que la cabecera del departamento sería la villa de Chalatenango (actualmente ciudad). (ChalatenangoSV.com, 2016).

2.1.2 significado de Chalatenango según sus raíces en náhuatl

Según el sitio Chalatenango sv.com en la publicación del 23 de mayo la palabra Chalatenango es de origen náhuatl cuyo significado en España es “Valle de aguas y arenas”.

Este significado en realidad proviene de las palabras chal o shal (arena); at (agua de río) y tenango (valle) por lo tanto su etimología es “Valle de aguas y arenas”; aunque otras traducciones sugieren que su significado podría ser “Valle de los arenales” o “Lugar amurallado de aguas y arenas”. (ChalatenangoSV.com, 2016).

2.1.3 historia del municipio de la palma.

La palma fue fundada en 1815, 6 años antes de la independencia de Centroamérica en 1821; logrando su título de ciudad el 3 de septiembre de 1959. La ciudad se encuentra ubicada a 84 km al norte de San Salvador y a una altitud de aproximadamente 1000 metros sobre el nivel del mar, esta es la mayor razón por la cual esta ciudad tiene todo el año un clima muy fresco, La Palma es una de las ciudades más alejadas de El Salvador ya que se encuentra a tan solo 12 km de la frontera con Honduras, la montaña del Macotal es la que específicamente pasa por la ciudad, es muy importante pueden pertenecer a la gran cadena central o Sierra madre, que se extiende desde el área costera de los Estados Unidos hasta los países suramericanos que colindan con el océano pacifico, es por eso que al llegar a la palma sus visitantes se encuentran con la naturaleza en su más puro estado con aire fresco en abundancia. La Palma pertenece al municipio con el mismo nombre en el departamento de Chalatenango. (ElSalvadormipais, 2014).

2.1.4 historia hotel la palma, Chalatenango.

Fue fundado en febrero de 1941 como un hotel ECO-TURISTICO, nace con una estructura de tipo Europea, con Cinco habitaciones solar y comedor y sanos comunes, con piscina y 2 1/2 manzanas de bosque de pinares; funciono así hasta 1957 cuando le es construida Ocho habitaciones para dejar la primera construcción como casa de los segundos propietarios. Es en 1992 cuando en el Hotel La Palma se comienzan a construir 32 habitaciones, 3 salones de usos múltiples, área de lavandería, piscina y restaurante. Ahora Hotel La Palma cuenta con 32 habitaciones desde simples (1 matrimonial) hasta

quíntuples, con capacitación de 100 personas; el restaurante cuenta con dos áreas: una cerrada y una al aire libre entre los árboles, 3 salones de conferencias, piscinas y área de parqueo; además dicho hotel linda con el Río La Palma. (ChalatenangoSV, 2011).

2.1.5 tipos de siembra en Chalatenango.

En el departamento de Chalatenango, los cultivos propios, de la zona los cuales guardan cierta relación entre los cultivos de antaño de esta tierra por parte de los mayas Chorti. Ahora en día se cultivan productos originarios del nuevo mundo, así como también los productos introducidos a él por el mestizaje español.

Entre los principales cultivos de la zona que son originarios del nuevo mundo se puede mencionar: papa, café, chile, tomate, frijol y maíz.

Entre los principales cultivos de la zona que son provenientes del mestizaje se puede mencionar: repollo, perejil, fresa, durazno, lechuga, zanahoria, higo, frambuesa, cebolla, caña, puerro, albahaca, arroz. (Discovery503, 2015).

2.2 Gastronomía de Chalatenango.

Para poder entender la gastronomía del departamento de Chalatenango hay que empezar por entender su historia; pues esta era una tierra poblada por los mayas Chorti, que era un pueblo originario de Honduras y Guatemala, ingresaron a El Salvador por Cítala Chalatenango. La agricultura era su principal fuente de alimentación. Según el orden de importancia se puede mencionar entre los principales cultivos de Chalatenango

están: El maíz, frijol, calabaza, tabaco, arroz y caña de azúcar, plantas forrajeras, legumbres, papaya, papas, cebollas, pepino y varios tipos de banano.

También este pueblo indígena manejaba técnicas principales culinarias de cocción según su orden de importancia esta consiste en cocer y tostar en comal, hervir, hornear entre carbones encendidos y cenizas, asar en asador.

2.2.1 tradiciones gastronómicas.

La llegada de los españoles a El Salvador tuvo impacto para cada uno de los departamentos en Chalatenango no hubo ningún tipo de mestizaje ya que los conquistadores erradicaron por completo a los mayas Chorti.

Uno de los impactos más notorios de la erradicación fue la cultura e identidad gastronómica de Chalatenango ya que esta se vio influenciada por la gastronomía española en su totalidad por lo que posteriormente se adoptaron algunas costumbres y tradiciones de Honduras. (Discovery503, 2015)

Existe una tradición la cual es ‘La entrada de las palancas’ consiste que durante las fiestas patronales específicamente el día 23 de junio de cada año, cada sector católico colabora en dicha tradición recolectando frutas que luego son llevadas hasta el atrio de la catedral para venderla entre los asistentes. En esta tradición en una vara de bambú se amarran las frutas y también pueden incluir verduras, granos básicos y en ocasiones animales como gallinas o pollos. (ChalatenangoSV, 2015)

- Viernes Santo en Chalatenango.

Se conmemora la muerte de Jesús una fecha muy importante para la iglesia católica. El viernes santo en Chalatenango la gastronomía gira en variaciones de pescado el cual en estas fechas se acostumbra a hacer en el almuerzo una sopa acompañada de pescado cubierto de masa, que también es conocido como pescado calzado; esta sopa tiene como características una pigmentación de color rojo naranja la cual es agregada con achiote.

También se acostumbra a preparar torrijas este platillo son rodajas de pan cubiertas con batido de huevo se fríen y que es preparado con atado de dulce de panela derretido, tiene una consistencia muy dulce por lo cual se consumen acompañados de una bebida tradicional salvadoreña llamado chilate, es una preparación con maíz blanco y jengibre; al gusto tiene un sabor simple. (ChalatenangoSV, 2014)

- Festival del maíz en dulce nombre de María.

En este lugar se lleva a cabo como ya es tradición el festival del maíz este evento es organizado por la parroquia de la ciudad. En dicho evento se da la oportunidad de degustar platillos típicos elaborados con maíz, como elotes locos, elotes asados, riguas, elotes salcochados tamales y atol de elote. (ChalatenangoSV, 2009)

- Festival de las Hamacas.

Es una tradición celebrada cada año el segundo fin de semana del mes de noviembre en Concepción Quezaltepeque.

En los últimos años al festival de las hamacas se le ha agregado un festival gastronómico en el que se puede degustar dulces y antojitos típicos, atol de elote tamales, riguas, elotes locos, tortas, tacos, entre otros. (ChalatenangoSV, 2011).

2.2.2 cultura gastronómica.

Existe una tradición llamada Los chalatecos “come bofe” esta fue una de las costumbres que tenían los chalatecos que iban a las cortas de café antes de la guerra. La necesidad económica les hacía viajar largas distancias y varios días. Para superar eso su alimento preferido era el bofe el cual puede durar varios días sin perder su características.

- El bofe es una parte de la res (vaca); específicamente los pulmones; se llama así porque su peso es liviano y al comprarlo en el mercado por una libra observarás una buena cantidad.
- El chicle chalateco, Fue una herencia que dejo el ex cine Cayaguanca en el cual los visitantes para entretenerse mientras veían las películas en lugar de palomitas de maíz compraban bolsitas de cacahuete y chicle chalateco o pepitoria que es una preparación de semilla de ayote tostada.

(ChalatenangoSV, 2014)

- La molienda, En Chalatenango al igual que en otros departamentos del país es una tradición que se sigue practicando, se realiza como expresión cultural y tiene lugar en la temporada de cosecha de la caña de azúcar cuando las personas llevan las cañas a las moliendas donde son colocadas en un molino y se cocinan en grandes peroles el dulce de panela y los famosos batidos. La mejor temporada La siembra

se realiza en primavera y otoño, alrededor de 6,000 a 7,000 kg/ha. Su crecimiento es rápido al comienzo del verano, aumentando la producción de azúcar en otoño. La planta madura por 12 o 14 meses.

- **Platillos atractivos.** Los pueblos de la zona baja de Chalatenango muestran una perspectiva diferente de este departamento. La comida típica, los lugares turísticos y la amabilidad de sus habitantes los hacen ser el destino perfecto para un paseo diferente.
- **Dulce nombre de María, Chalatenango;** uno de los atractivos de este pueblo es su comida típica que a pesar de los años aún se mantiene en las tradiciones. La semita en tuza y el vino de nance son los platillos con los que se caracteriza este pueblo de Chalatenango. (La prensa grafica, 2011)
- **Chicle Chalatenango:** no necesariamente son una goma de mascar, estos bocadillos son unas pequeñas bolsas que contienen mezclas de semillas tostadas de ayote, pipián y maní.
- **Salpicón:** carne de res triturada mezclada con rábano, yerbabuena, cebolla y limón. (WordPress, 2014).

2.3 Tipo de preparación y platillos.

En la historia de la gastronomía de Chalatenango dice que el pueblo de los Chortis manejaban 4 técnicas culinarias de cocción que en el orden de importancia consisten en: cocer y tostar en comal, hervir, hornear entre carbones encendidos y cenizas y asar en asador.

En la actualidad aún se conservan algunas de las técnicas de cocción que se usaban en un tiempo atrás como lo es hervir, hornear y asar a estas técnicas se le ha añadido otras que son freír y salcochar. Según la información encontrada en el sitio Chalatenango.com estos son los tipos de preparación de alimentos más usada en el departamento de Chalatenango.

2.4 Factores de éxito a partir de la oferta gastronómica.

Tradicionalmente la gastronomía debe ser interpretada como el arte de comer bien y todo comensal que ingresa a un establecimiento gastronómico quiere realizar dos actividades:

1. Recrearse.
2. Comer.

Se debe tomar en cuenta que siempre en primer lugar la demanda motivacionalmente busca recrearse al salir a comer a un establecimiento gastronómico.

Actualmente la demanda está saturada de ofertas de productos y servicios con características similares, por lo que se debe tender a obtener una diferencia comparativa con los diferentes competidores que no pueden ser copiados por el resto y tengan una alta valoración por los clientes que visiten dichos establecimientos. Se destacarán a continuación cinco variables de éxito en la conformación de una oferta de valor a partir de los requerimientos de la demanda.

2.4.1 factor 1 pautas comparativas y competitivas de la demanda en la elección de un establecimiento gastronómico:

El establecimiento debe ser competitivo se pueden mencionar diez pautas comparativas y competitivas de la demanda en la elección de un establecimiento gastronómico:

- 1 Precio
- 2 Orientación de la oferta gastronómica.
- 3 Calidad de la oferta gastronómica.
- 4 Cantidad de cada comida.
- 5 Calidad de servicio.
- 6 Estándar de limpieza e higiene.
- 7 Ambientación/ decoración del establecimiento.
- 8 Marca e imagen del establecimiento.
- 9 Seguridad.
- 10 Ubicación del establecimiento.

2.4.2 factor 2: potenciar las tres b de la demanda “bueno, bonito y barato”

Los tres requerimientos que de forma consciente o inconsciente valora la demanda- bueno, bonito y barato, en la elección de un establecimiento debe ser interpretada conceptualmente por los prestadores de servicio como una oferta con originalidad, calidad y precio accesible.

2.4.3 factor 3: el aspecto social.

La demanda en forma inconsciente valoriza también una premisa de orden social al elegir un establecimiento gastronómico, un restaurante es un sitio donde se va a ver y a ser visto.

2.4.4 factor 4: la percepción de la demanda con relación al establecimiento.

Para ser competitivo no basta con dar de comer la percepción de la demanda es amplia con relación al establecimiento, se deben considerar ocho puntos básicos de valoración.

- 1 Decoración de la mesa.
- 2 Menú(Diseños)
- 3 Presentación de los platos.
- 4 Apariencia de los empleados.
- 5 Atención del personal
- 6 Diseño espacial del lugar.
- 7 Calidad/ cantidad de los platos.
- 8 Precio accesible.

Se debe recordar que siempre hay que contribuir a potencializar los cinco sentidos del comensal; saborear, escuchar, percibir olores ya aromas, ver y tocar.

2.4.5 factor 5: la oferta gastronómica.

La oferta gastronómica debe ser equilibrada en su conformación, siempre hay que considerar la relación entre cuatro pautas que actúen interrelacionada mente en la oferta gastronómica.

- 1 Calidad
- 2 Cantidad
- 3 Armonía – relación de porciones entre los distintos alimentos.
- 4 Adecuación de acuerdo a:
 - Momento biológico.
 - Cada segmento de la demanda.
 - Las restricciones por problemas de salud. (Turismo para todos , 2004)

2.5 Características del Producto Turístico Gastronómico.

Producto Turístico: es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: recursos y atractivos, equipamiento e infraestructura, servicio, actividades recreativas e imágenes que y valores simbólicos que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores y expectativas relacionadas con su tiempo libre.

La integración del producto turístico es compleja y debe ser flexible ya que el demandante mercado solicita constantemente productos a la medida, la competitividad del producto turístico descansa en tres soportes:

1. Mejor precio total, producto de una buena gestión.
2. Mejor solución integral de acuerdo con las necesidades del cliente.

3. Mejor producto con el que se lograr rebasar las expectativas del cliente.

(la gastronomía como producto turístico, 2013)

El producto es el elemento fundamental de la gastronomía; la oferta gastronómica se tiene que basar en productos locales de alta calidad y destino. El turismo gastronómico permite a los turistas conectar con la cultura local de una forma más experiencial y participante; hoy en día muchos turistas buscar destinos y productos turísticos que sean sostenibles, esta tendencia también se refleja en el desarrollo del turismo gastronómico.

El éxito de cualquier destino como receptor de turismo gastronómico se basa en una estrecha colaboración entre las instituciones y todos los eslabones necesarios para desarrollar los productos turísticos; los productores agrícolas y ganaderos, los pescadores, los distribuidores, los mercados, los restaurantes, los chefs, los hoteles y las asociaciones sectoriales; una buena oferta gastronómica no se puede quedar solo en la comida, esta tiene que estar rodeada de una atmósfera, una decoración y una alimentación adecuada. (Turismo gastronómico, 2015)

2.6 Seguridad Alimentaria Nutricional.

Según la INCAP la seguridad alimentaria nutricional es un estado por el cual todas las personas gozan de forma oportuna y permanente de acceso físico, económico y social a los alimentos que necesitan en cuanto a calidad y cantidad para tener un adecuado consumo y utilización biológica garantizando un estado de bienestar general que concluye al logro de su desarrollo.

Toda la información que esté relacionada a la nutrición es determinante para la toma de decisiones para que la situación de salud de la población mejore ya que la vigilancia nutricional debería ser considerada como consecuencia de una política que el gobierno se haya comprometido a seguir para cumplir los objetivos nutricionales.

El turismo juega un papel muy importante en SAN ya que se desea ofrecer alimentos con características de inocuidad que sean aptos para el consumo humano. (INCAP, s.f.)

a) La accesibilidad y disponibilidad alimentaria.

Disponibilidad de los alimentos, según el plan estratégico departamental de seguridad alimentaria y nutricional de Chalatenango 2014 dice que es una oferta interna de alimentos que ofrece un territorio (país o región o una comunidad) para su misma población que resulta de la suma de su producción nacional, más las importaciones y menos las exportaciones, los alimentos para consumo animal, los alimentos para otros usos y las pérdidas post cosechas.

La disponibilidad está determinada por: La estructura productiva los sistemas de comercialización internos y externos los factores productivos, las condiciones eco sistemáticas y las políticas de producción y comercio nacional e internacional.

Acceso a los alimentos: esto quiere decir que es la capacidad de una persona una familia o comunidad para poder adquirir en todo tiempo y en cantidades suficientes los alimentos que sean necesarios para llevar una vida activa y saludable la cual puede ser capacidad económica o física.

Los determinantes básicos de este término son: el nivel de ingresos, empleo, salarios, la condición de vulnerabilidad, la autonomía personal, las condiciones socio geográficas, los canales de comercialización, las vías de acceso, la distribución de ingresos y activos, los precios de los alimentos.

El plan estratégico departamental de seguridad alimentaria nutricional de Chalatenango en el eje estratégico dos: Mejora de acceso económico para una alimentación adecuada propone impulsar programas y proyectos que tengan el fin o estén dirigidos al fortalecimiento del acceso a los medios de producción y generación de ingresos y mecanismos de un mejor acceso económico de las familias a los alimentos. Este eje cuenta con dos líneas de acción que son:

- 1 Promoción de la generación de ingresos y empleos dignos.
- 2 Fortalecimiento de los programas de protección social para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional.

También propone el eje estratégico tres Promoción para la mejora del consumo y aprovechamiento de biológico de los alimentos.

A través de este eje se pretende mejorar el nivel de educación puede ser dando capacitación o charlas en las escuelas y comunidades para que los pobladores puedan tener o mejorar sus conocimientos y prácticas que los lleven a fomentar buenas prácticas de salud y alimentaria así mismo darle la información necesaria de como manipular higiénicamente los alimentos en sus casas y escuelas y así tengan un entorno saludable.

2.7 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) agrícola y alimentación.

BPA (Buenas Practicas Agrícola)

Los consumidores está cada vez más preocupados por obtener alimentos sanos y productores respetando el medio ambiente y el bienestar de los trabajadores, por lo cual en este contexto nacen las Buenas Prácticas agrícolas, las cuales pueden definirse simplemente como "hacer las cosas bien y dar garantía de ello".

Las BPA y las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientados a cuidar la salud humana, proteger el medio ambiente y mejorar las condiciones de los trabajadores y su familia, estas normas deben ser puestas en práctica ya que son muy importantes para poder ofrecer un producto turístico gastronómico con una buena calidad.

Quienes se benefician de las BPA?

- Los agricultores y sus familias que obtendrán alimentos sanos y de calidad para asegurar su nutrición y alimentación y generaran un valor agregado en sus productos.
- Los consumidores que gozaran de alimentos de mejor calidad e inicuos, producidos en forma sostenible.
- La población en general que disfrutara de un mejor medio ambiente.
- Los turistas que se encuentran en una oferta turística gastronómica producto propio de la región e inicuos.

Las BPA promueven cuatros puntos importantes que son:

1 Seguridad de las personas:

- Mejorar las condiciones de los trabajadores y consumidores.
- Mejorar el bienestar de la familia agrícola.
- Mejorar la Seguridad alimentaria.
- Mejorar la oferta ofrecida a los turistas.

2 Medio ambiente

- No contaminar aguas y suelos
- Manejo racional de agroquímicos
- Cuidado de la biodiversidad

3 Bienestar animal

- Cuidado de animales
- Alimentación adecuada

4 Inocuidad alimentaria

- Alimentos sanos, no contaminados y de mayor calidad para mejorar la nutrición y alimentación.

Implementación de las BPA

- Los trabajadores deberían estar inscritos en el Registro Nacional D las BPA.
- Capacitar a todos los trabajadores, en especial en el manejo de agroquímicos y fertilizantes, higiene y en primeros auxilios.

Las BPA en el cultivo.

Como reconocer el mejor lugar para sembrar?

- Conocer la historia del predio.

- Reconocer las parcelas que tienen el suelo más fértil y la suficiente disponibilidad de agua.
- No sembrar en predios con contaminantes químicos.
- El predio debe estar libre de basuras, papeles, plásticos y envases vacíos. Ver que no haya riesgo de contaminación de agua.
- Conocer los tipos de plagas, enfermedades y malezas existentes, principalmente en el área de cultivo.
- Revisar posible fuente de contaminación desde terrenos vecinos.
- Señalizar el lugar donde se sembrara el cultivo.

Como preparar el suelo:

- Realizar un análisis de suelo y registrar los resultados que permitan conocer algunas propiedades físicas y químicas para programar un plan de aplicación de cal, abono orgánico o compost y fertilizantes.
- Considerar el pendiente del predio donde se va a cultivar.
- Realizar mínima labranza posible.
- Evitar la erosión y compactación.
- Practicar rotación de cultivos

Como manejar el cultivo:

- Utilizar semillas registradas por las autoridades del país, para mejor germinación, Vigor y sanidad.

- Elegir semillas de sanidad certificada conducirán a una producción de mudas sanas y vigorosas con resistencia a las enfermedades, en especial aquellas que son provocadas por patógenos que viven en el suelo.
- Se recomienda utilizar semillas tratadas, de no estar tratadas se recomienda realizar una desinfección para eliminar plagas y enfermedades para que no afecten el desarrollo de la planta.
- Seguir las recomendaciones de la empresa proveedora del insumo o consultar a un técnico capacitado en el Tema.
- La temperatura incide en la germinación y en el desarrollo de las mudas o plantones factor que se debe considerar para establecer la época de la siembra.
- Se pueden utilizar algunas prácticas que permitan aumentar la temperatura (uso de túnel o invernadero) o disminuir la temperatura (uso de sombreaje) que contribuyen a superar los estados más sensibles de las mudas o plantones en relación a las enfermedades o plagas.
- Desperdicios: instalar basureros en zonas estratégicas del predio y arrojar la basura en estos una vez terminado el día de trabajo.
- Densidad: sembrar a distancia adecuada
- Trasplante: elegir plantas sanas y descarta débiles o con señales de enfermedad.
- Usar herramientas limpias y desinfectadas.

Protección de cultivos:

- Almacigos: protegerlos del sol y lluvias fuertes.

- Invernaderos: tener en cuenta las medidas para lograr un bien control de la temperatura y humedad.
- Ventilación: controlar temperaturas, humedad y viento considerando la época y las necesidades de su cultivo. (FAO)

Buenas prácticas de manufactura (BPM) alimentos.

Las BPM son procedimientos que se aplican en los alimentos su utilidad radica en que nos permite diseñar adecuadamente la planta y las instalaciones, realizar en forma eficaz los procesos y operaciones de elaboración, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos.

Los beneficios de la implementación, mantenimiento y mejora de las Prácticas y proceso de las BPA y BPM permiten lograr productos alimenticios inocuos y con calidad deseada y de esta manera ganar y mantener la confianza de los consumidores.

Las BPM según Codex alimentarias se pueden desglosar en los siguientes principios generales:

- 1 Producción primaria
 - 2 Proyecto y construcción de las instalaciones.
 - 3 Control de las operaciones
 - 4 Instalaciones: mantenimiento y saneamiento, higiene personal.
 - 5 Transporte
 - 6 Información sobre los productos y sensibilización de los consumidores.
 - 7 Capacitación constante. (ANMAT)
- Condiciones que debe cumplir el manipulador de alimentos.

El manipulador de alimentos cumple un rol fundamental para reducir la probabilidad de contaminación de alimentos que elabora.

- Regla básica que debe cumplir el manipulador de alimentos.

¿Qué es manipulación de alimentos?

Son todas las operaciones de preparación, cocinado, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y venta de los alimentos.

Una serie de etapas, llamada “cadena alimentaria”. Toda persona que entra en contacto con los alimentos o con cualquier equipo y utensilios empleados para preparar los alimentos. Desde su origen hasta la llegada al consumidor.

- Practicas higiénicas: Usar cubre boca, asegurando que se cubre nariz y boca.
Evitar cualquier contaminación con expectoraciones, mucosidades, cosméticos, cabellos, medicamentos o cualquier otro material extraño.
- Las patillas deben mantenerse limpias y recortadas, no más largas que la parte inferior de la oreja.
- Las redes deben ser simples y sin adornos, ya que éstas pueden terminar dentro del producto. Se recomienda que las aberturas en las redes, no sean mayores de 3 mm
- Evitar que personas con enfermedades contagiosas, erupciones, heridas infectadas o mal protegidas, laboren en contacto directo con los productos.
- Cortadas o heridas, deberán cubrirse apropiadamente con un material sanitario (gasas, vendas) y colocar encima algún material impermeable (dedillo plástico, guante plástico), antes de entrar al área de proceso.

- Optimo estado de salud: sin enfermedades respiratorias, de estómago, heridas o infecciones.
- Higiene personal: Antes de manipular los alimentos se debe realizar un correcto lavado de manos con agua potable calibre y jabón, Ducharse antes de ir a trabajar, mantener las uñas recortadas y limpias, cara afeitada, cabello lavado y recogido con gorro o pañuelo Prácticas Higiénicas
- Baño diario
- Todo el personal que esté involucrado en la manipulación de los alimentos deberá presentarse bañado o se bañará en la empresa antes de iniciar las labores.
- Ropa y calzado:
- El personal asistirá a su lugar de trabajo con ropa y calzado propios. Para efectuar sus labores en el sitio de trabajo deberá portar uniforme limpio, completo y en buen estado, preferiblemente de color claro y debe contar de:
- Redecilla (que cubra toda la cabeza).
- Camisa o blusa clara.
- Delantal de tela o plástico de colores claros.
- Guantes de plástico, en caso necesario.
- Pantalón (preferentemente de color claro).
- Calzado cerrado y para uso exclusivo del trabajo.
- Lavado de manos

- En manos y uñas se encuentran una serie de microorganismos dañinos para la salud, la manipulación de alimentos y uñas sucias pone en riesgo la calidad de los alimentos.
- Técnica de lavado de manos

Paso 1: Descubrirse los antebrazos hasta el codo y moje sus manos completas.

Paso 2: mojar las manos y aplicar cantidad necesaria de jabón para cubrir las y antebrazo y frotarla para hacer abundante espuma.

Paso 3: Hacer espuma y lavarse manos y antebrazos hasta el codo frotando vigorosamente con movimientos circulares y con el cepillo, talle debajo de las uñas, entre los dedos, palma y dorso de la mano.

Paso 4: Enjuague con agua desde la mano al codo, cuidando que no quede jabón. Este proceso debe durar un mínimo de 30 segundos.

Paso 5: Seque con toallas de papel desechable o con secador de aire.

Paso 6: Depositar la toalla desechable DENTRO del bote de basura y NO FUERA. No se debe tocar el bote, ya que toda la operación anterior sería en balde.

2.8 La Rastreabilidad

Es el examen del alimento o de los sistemas de control de los alimentos, las materias primas, su elaboración y su distribución, incluidos los ensayos durante la

elaboración del producto terminado, con el fin de comprobar que los productos se ajustan a los requisitos. (FAO, 2006)

El sistema de rastreabilidad debe formar parte del sistema de gestión de inocuidad, Buenas Prácticas y APPCC/HACCP. 2.3 El sistema de rastreabilidad debe tener como objetivos mínimos los siguientes: - Identificar el origen y destino de los productos del establecimiento. - Permitir rastrear la causa que podría dar inicio a un retiro de productos considerados como de potencial riesgo para la salud pública. (Senasa).

Capítulo III

Metodología

3.1 Tipo de Investigación

Para recopilar la información se va a utilizar los siguientes tipos de investigación. Investigación descriptiva y explorativa porque nos permitirá recoger los datos y describir las características y factores del problema, en este caso describir los elementos fundamentales que hacen accesibles los alimentos en la zona de la Palma, Chalatenango dicha investigación nos permitirá conocer qué tipo de platillos se están brindando en el Hotel.

3.2 Población y Muestra

La población de estudio es aproximadamente de 230 turistas, según información proporcionada por el hotel, esta cantidad de turistas en un periodo de un mes del cual se sacara una muestra; además se realizara una entrevista a tres agricultores de la zona, el propietario del hotel y a los turistas que visitan el Hotel la Palma. Chalatenango.

3.3 Marco Muestral

Al definir la muestra se plantea los elementos de la población que tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (Sampieri, 2010)

La muestra obtenida es de 65 personas las cuales serán encuestadas para conocer más a fondo la calidad de los servicios y el tipo de producto a ofrecer, además por el tipo de investigación los informantes será el propietario del hotel y agricultores de la zona

ubicados en Chalatenango a los cuales se realizara una entrevista y los turistas se les pasará el cuestionario.

Para determinar la muestra fidedigna se aplicó a estos datos la siguiente fórmula

para población finita:
$$N = \frac{NQ^2Z^2}{(N-1)E^2 + Q^2Z^2}$$

Dónde:

N= Población

Z= Valor de la Población

Q= Probabilidad de fracaso

E= Error que se prevé cometer

Los parámetros de cálculo fueron los siguientes:

$$n = 65$$

$$N = 230$$

$$Q = 0.5$$

$$z = 0.95$$

$$E = 0.05$$

Al sustituir los valores y aplicarlo a nuestro estudio para obtener la muestra queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{230(0.5)^2(0.95)^2}{(230-1)(0.05)^2 + (0.5)^2(0.95)^2}$$

$$n = \frac{230(0.25)(90)}{229(0.0025) + (0.25)(0.90)}$$

n= 51.75

0.7975

n= 64.66

n= 65

Obteniendo así un valor de muestra de 65 encuestas.

3.4 Sujeto de Investigación.

La población a investigar son los turistas que visitan el Hotel La Palma, el propietario del hotel y sus agricultores de la zona de Chalatenango.

3.5 Técnicas e Instrumentos

Se va a utilizar el método de la entrevista y encuesta para obtener de forma verídica lo que la población piensa sobre dicho tema de la investigación.

3.5.1 cuestionario

Es un método que nos permitirá obtener dicha información de una población. Nos permite ver la demanda que existe para lograr una Oferta turística adecuada.

3.5.2 La entrevista

Permite indagar en forma cualitativa la información necesaria para poder formular una oferta Turística en el Hotel Palma, Chalatenango.

3.5.3 Procedimiento para realizar dicha investigación.

Recolectar información por medio de la encuesta y entrevista que se aplicará a los sujetos de estudio así también vaciar información y analizar los datos que arrojan la investigación, con ello identificar posibles deficiencias en el servicio ofrecido a los visitantes del hotel asimismo conocer acerca del acceso de los alimentos y de la oferta gastronómica de esta manera aportar algunas recomendaciones para mejorarla y atraer a más turistas.

Capítulo IV

Presentación de Resultados

4.1 Tabulación y análisis de la información

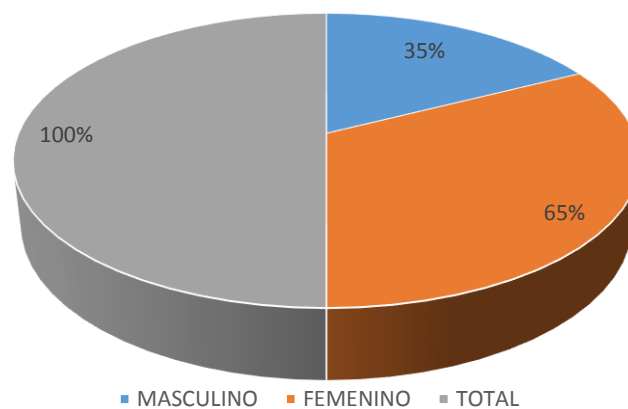
Datos generales

- Total de encuestas: 65
- Encuestas válidas: 65
- Encuestas inválidas: 0

Datos generales del encuestado

GENERO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
MASCULINO	23	35%
FEMENINO	42	65%
TOTAL	65	100%



De un total de 65 personas el mayor porcentaje lo representa género femenino con un 65% y un 35% del género masculino, con ello se demuestra que la tendencia es mayor en las visitas de mujeres que de hombres para recibir las ofertas que el hotel ofrece.

Universidad Tecnológica de El Salvador

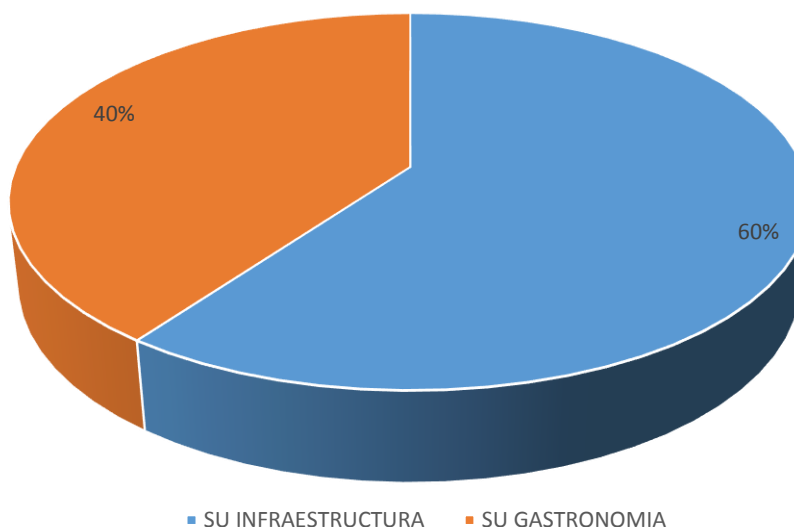


**Encuesta dirigida a visitantes del restaurante de Hotel La Palma,
Chalatenango.**

Objetivo: Analizar la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica del Hotel La Palma, Chalatenango.

Pregunta 1: ¿Qué lo motivo a visitar Hotel La Palma?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
INFRAESTRUCTURA	40	60%
SU GASTRONOMIA	25	40%
TOTAL	65	100%



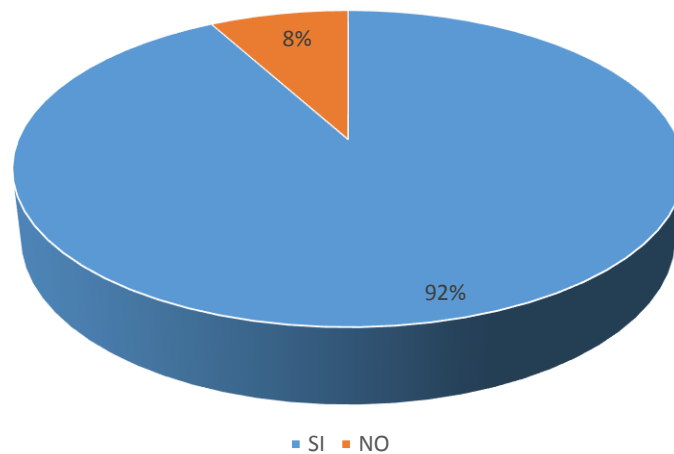
En la pregunta sobre los motivos que llevo a los turistas a visitar el hotel, un 60% respondió que es por su infraestructura, la cual resalta por su diseño colonial que conserva elementos de gran valor cultural además de ofrecer productos con contenido colonial propios del lugar y por estar rodeado de naturaleza acompañado de tierra fértil que hace que el lugar posea diversidad de flora y fauna, que convierte más agradable la estancia de los turistas y sea uno de los motivos para regresar.

Otra de las alternativas incluidas en la pregunta es la gastronomía la cual fue seleccionada por un 40% de los encuestados, este es un elemento a favor del hotel. Ya que se puede correlacionar los elementos de infraestructura con la gastronomía que se ofrece incluyendo en la oferta instrumentos, utensilios propios de la zona.

Objetivo: Analizar la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos para mejorar la oferta gastronómica del Hotel La Palma, Chalatenango.

Pregunta 2: ¿Le gustaría que Hotel La Palma incluyera más platillos típicos?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	60	92%
NO	5	8%
TOTAL	65	100%

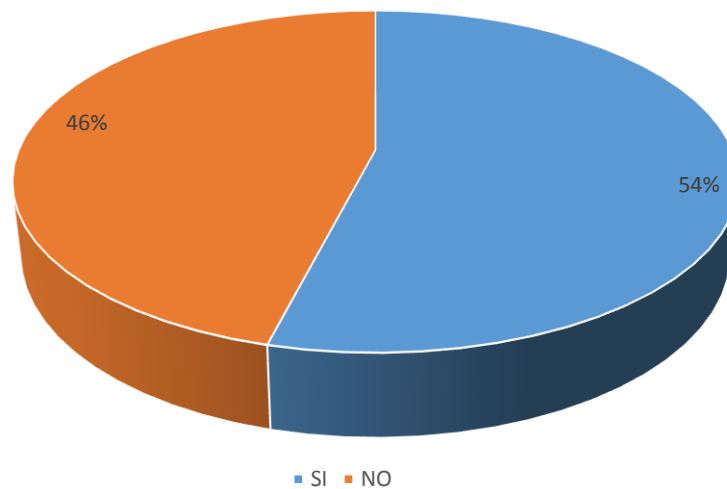


En la disponibilidad de un menú más amplio la mayoría de los encuestados que representa un 92% respondieron que el hotel necesita ampliar su oferta gastronómica, esto refleja una de las deficiencias que el restaurante del hotel posee por lo que es necesario ofrecer productos o platillos más típicos para proporcionar una mejor oferta gastronómica y servicios de calidad a todos sus visitantes de esta manera asegurar que los turistas regresen.

Objetivo: Indagar sobre los alimentos que se encuentran disponibles en la zona de La Palma, Chalatenango.

Pregunta 3: ¿Están disponibles todos los platillos ofertados en el menú cuando los solicita?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
SI	35	54%
NO	30	46%
TOTAL	65	100%

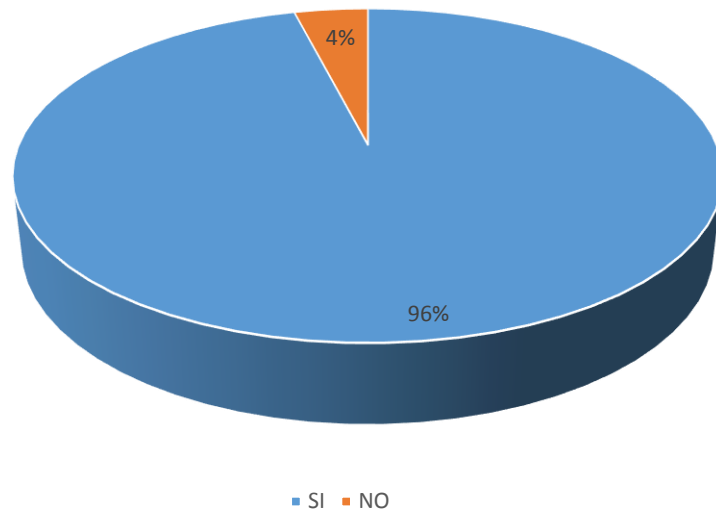


Del total de las encuestas pasadas el 54% opino que si están disponibles todos los platillos ofertados en el menú cuando los solicita, contrario a un 46% de los encuestados que mencionaron que los alimentos están disponibles, sin embargo tienen que mejorar en la rapidez del servicio. Además de no tener una presentación dentro del menú que se les muestre la descripción más detallada de los platillos, sino que se les muestra únicamente el nombre.

Objetivo: Indagar sobre los alimentos que se encuentran disponibles en la zona de La Palma, Chalatenango.

Pregunta 4: ¿Sus alimentos lucen frescos y recién preparados cuando los recibe?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	63	96%
NO	2	4%
TOTAL	65	100%

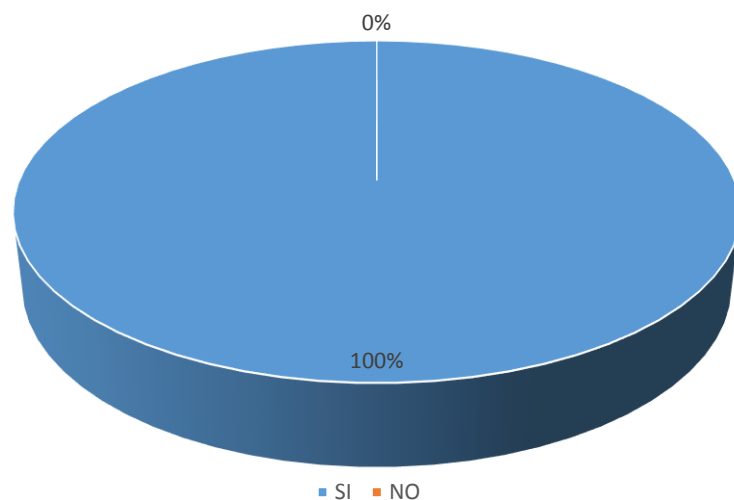


Del total de los encuestados el 96% menciona que los alimentos si están frescos y bien preparados por lo que es un factor favorable para el hotel.

Objetivo: Describir los elementos fundamentales que hacen accesibles los alimentos en la zona de La Palma, Chalatenango.

Pregunta 5: ¿Considera que los alimentos que proporciona el Hotel La Palma están en perfectas condiciones de higiene y calidad para ser consumidos?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
SI	65	100%
NO	0	0%
TOTAL	65	100%

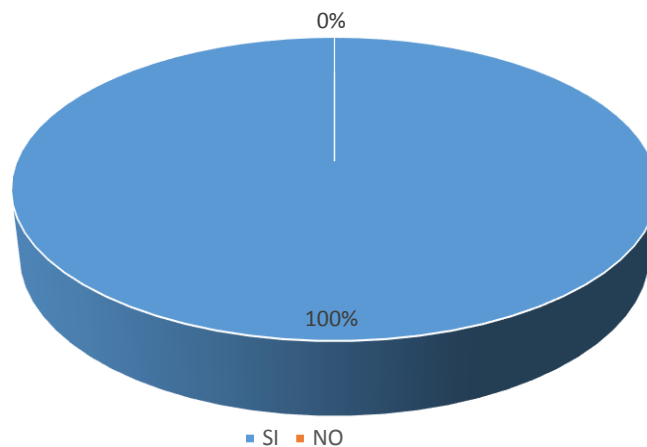


La grafica nos indica que el 100% de los turistas afirman que los alimentos que proporciona el Hotel La Palma están en perfectas condiciones de higiene para ser consumidos, siendo un factor positivo que ayuda al crecimiento del hotel al aplicar medidas reglamentarias de higiene.

Objetivo: Determinar si el Hotel La Palma, Chalatenango cuenta con las condiciones óptimas en cuanto al fácil acceso y comodidad de sus instalaciones.

Pregunta 6: ¿El ambiente del Restaurante de Hotel La Palma le parece acogedor?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	65	100%
NO	0	0%
TOTAL	65	100%



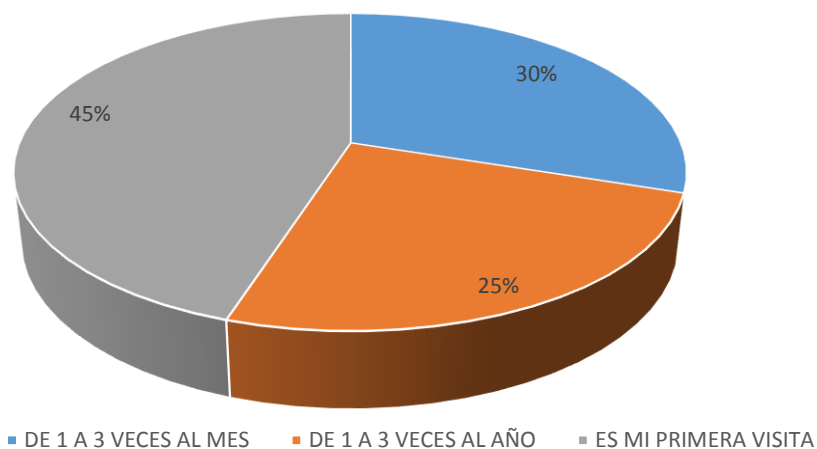
Al preguntar a los turistas sobre cómo perciben el ambiente del hotel, el 100% respondió que el ambiente del Restaurante de Hotel La Palma le parece acogedor y confortable, con clima fresco y además debido a la buena señalización es un lugar de fácil acceso.

Lo anterior, se complementa con la pregunta 1 en la cual el turista prefiere la infraestructura del Hotel por lo que es necesario mejorar la oferta gastronómica, incluyendo estos dos factores infraestructura y ambiente en la oferta gastronómica.

Objetivo: Determinar si el Hotel La Palma, Chalatenango cuenta con las condiciones óptimas en cuanto al fácil acceso y comodidad de sus instalaciones.

Pregunta 7: ¿Con que frecuencia visita usted el Hotel Palma Chalatenango?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
DE 1 A 3 VECES AL MES	20	30%
DE 1 A 3 VECES AL AÑO	15	25%
ES MI PRIMERA VISITA	30	45%
TOTAL	65	100%



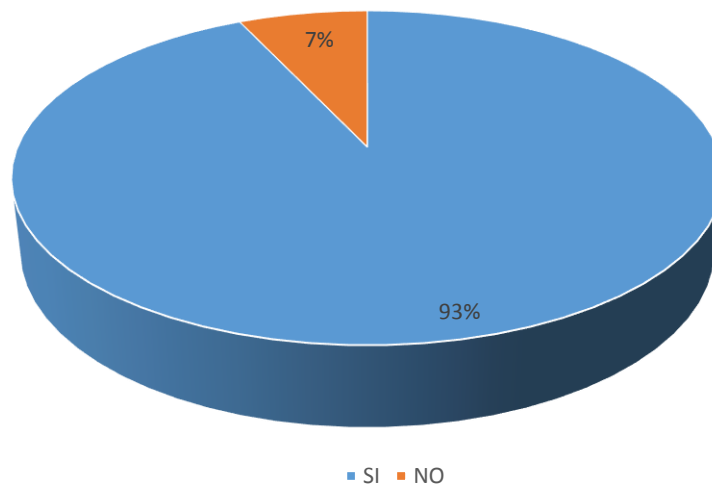
En la pregunta sobre la frecuencia con la que las personas visitan el hotel un 30% respondió que asiste de una a tres veces por mes, por otra parte, el 25% de los visitantes encuestados asiste al hotel de una a tres veces por año y un 45% lo visita por primera vez.

Debido a que solo un 30% de los turistas encuestados visita el hotel más frecuentemente se debe incluir un plan de fidelización de los productos los cuales logren que sea más frecuente la visita de clientes antiguos.

Objetivo: Determinar si el Hotel La Palma, Chalatenango cuenta con las condiciones óptimas en cuanto al fácil acceso y comodidad de sus instalaciones.

Pregunta 8: ¿Recomienda visitar el restaurante de Hotel La Palma Chalatenango?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	60	93%
NO	5	7%
TOTAL	65	100%



Al preguntar a los turistas si recomiendan el restaurante del hotel la mayor de las personas respondió que si con un 93% y un 7% respondió que no les parece el servicio que ofrecen el restaurante, esto puede ser a causa de la mala presentación del menú, poca variedad de los platillos y ausencia de orden en la división de los platillos ofertados sin imágenes de referencia y descripción de los alimentos.

Cuadro comparativo de la entrevista a agricultores

Preguntas.	Agricultor 1	Agricultor2	Agricultor 3
¿Qué alimentos cultiva?	Lechuga Cilantro Rábano y cebollín	Lechuga, rábano, papa, tomate.	Papas, lechuga, tomate, cilantro.
¿Cómo distribuye sus productos?	Bicicleta, en bus y pick up	En bus, pick up	Pick up y a pie.
¿Por qué prefiere venderlos fuera del municipio?	Sale mejor vender al por mayor	Tienen la seguridad que no se va echar a perder el producto	Fundación Calleja les capacita y compra todo.
¿Estaría dispuesto a capacitarse en el tema de cultivo y crianza de animales de granja?	Si, sería una buena entrada económica.	Si, nos beneficiaria y ayudaría a nuestra manutención.	Si, por que tengo el espacio y la disposición solo falta el capital

Análisis de la entrevista a agricultores.

Los entrevistados son agricultores del área de Cantón los Planes departamento de Chalatenango los cuales llevan la siembra y venta de sus hortalizas como su principal medio de sobrevivencia y manutención de su familia creando esta cultura de emprendedurismo. Se puede observar que los entrevistados siguen un patrón de comportamiento a la hora de realizadas las entrevistas, muestran el círculo a seguir en cada una de las parcelas que utilizan para la creación de sembradíos siendo su principal motivación el incentivo que reciben de la fundación Calleja.

En la entrevista al gerente de Hotel La Palma comentaba que las grandes empresas acaparan casi en totalidad el producto cultivado en el área y que por lo tanto se les hace más factible traerlo de los supermercados o comprarlos en la tienda donde algunos proveedores los llevan a vender aquí se muestra como es el circuito a seguir aunque sería más fácil conseguirlos ahí se expresa que de los 43 hoteles en la ruta fresca los encargados del área alimentaria prefieren hacerlo de esa manera siendo de mayor precisión la compra en cantidades pequeñas a los supermercados.

Ninguno de los tres entrevistados posee crianza de animales de granja exponiendo el motivo de la poca demanda del área de restaurantes declarando que los consumidores prefieren traer sus carnes de fuera ya sea comprándolas en súper mercados o en empresas dedicadas a la distribución de carne de res, cerdo, entre otros.

Los alimentos de mayor demanda en el área son lechuga, papa, yuca, cilantro, cebollín siendo los que principalmente cultivan en el área de cantón los planes, también suelen tener siembras de tomate, elote, pipián, aguacate, entre otros. Priorizan estos

mencionados por la razón de mayor demanda por parte de los súper mercados a los que le realizan el surtido a nivel nacional centralizando todos sus productos por medio de Ransa que es quien se encarga del abastecimiento de las grandes cadenas de supermercados es decir los agricultores envían sus hortalizas a Ransa y ellos la difunden por las cadenas de supermercados en el país.

Revelan que son capacitados por una fundación que es la que se encarga de llevar las últimas técnicas de manejo y buenas prácticas de siembra, cuidado y producción de hortalizas de primer nivel para consumo masivo.

Los agricultores expresan su contento y buen ver de las iniciativas de este grupo por capacitarlos y adquirir sus siembras, sin embargo, también se nos expresa su interés por crecer y conocer de primera mano la crianza y cuidado de animales de granja. Se observa buen espacio para realizar tal actividad en caso que alguien tomara la iniciativa de emprender tal proyecto para elevar las ganancias de estos mismos agricultores u otros jóvenes que quisieran tomar las riendas y el camino del emprendedurismo que tiene tanto auge en estos tiempos.

Por lo que se puede observar que si existe una viabilidad y potencial de poder realizar alianzas y estrategias por medio de propuestas y proyectos que lleven al municipio de La Palma a un turismo sostenible que pueda ofrecer una mejor oferta gastronómica no solo para el hotel la palma si no para los 42 hoteles restantes que conforman la Ruta Fresca.

Cuadro de entrevista a propietario del Hotel La Palma

N°	Preguntas	Respuestas
1	¿Cuándo fue fundado el Hotel La Palma?	En 1,942
2	¿Quiénes conforman la ruta fresca?	Los municipios de La Reyna, La Palma, San Ignacio y Citalá con 43 hoteles y 500 habitaciones.
3	¿Cómo nace la ruta fresca?	Por incentivo de fomilenio I de separarse de la ruta artesanal a la que pertenecía nace en 2005.
4	¿Qué dificultad tienen para adquirir sus productos para la elaboración del menú?	Las grandes cadenas de supermercados acaparan toda la producción saliente de la zona.
5	¿Cómo se surten los alimentos para el restaurante?	Debemos ir a comprar los productos de nuestras tierras hasta mercado de la tiendona
6	¿Qué le hace falta a su criterio al municipio para ser sostenible en cuanto a horticultura?	Una granja donde críen gallinas indias y rotación de hortalizas para los 43 hoteles.

Análisis de entrevista a Salvador Zepeda Carrillo.

Según lo expresado por don Salvador Zepeda Gerente y propietario de Hotel La Palma, Chalatenango la disponibilidad de los productos primarios es excelente mas no así con la accesibilidad debido a la poca demanda que existe en el área a pesar que son 43 hoteles en la zona de Chalatenango dividido en hoteles de altura y Hoteles de bajura como lo mencionaba don Salvador en su entrevista muchos de estos hoteles operan por medio de estadías corporativas.

Lo anterior se refiere a que la mayoría en porcentaje de ocupación habitacional le corresponde a esta práctica llevando por medio de su departamento de mercadeo la publicidad a empresas para vender los paquetes de capacitaciones así utilizando otro recurso que se encuentra en hotel La Palma que son los salones de conferencia y una locación al aire libre que adecuan para la misma función entonces con esto solo utilizan coffee break y en algunas de las ocasiones ya traen de otro lugar y solo se sirve en el salón acompañado del café que si se adquiere por medio de los agricultores de la zona.

La calidad de su café también es exportable siendo Hotel La Palma uno de los pocos pobladores de la zona que por amistad logran comprar este producto, relata que un proyecto de cría de gallina india sería un muy buen objetivo en la zona. Tanto los pobladores como los empresarios de restaurantes locales deben hacer el mismo movimiento para obtener sus productos primarios.

Por lo que se fundamenta con esta investigación que lo que se debe proponer para una verdadera oferta gastronómica se debe incluir capacitaciones, alianzas que logren que todos los entes involucrados formen parte de esta propuesta.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Según los resultados obtenidos en la investigación se puede determinar que el Hotel La Palma se ha podido identificar que en cuanto a la disponibilidad de los alimentos está a favor de dicho establecimiento pero en cuanto de accesibilidad se pudo identificar que totalmente es nula ya que para adquirir la materia prima para realizar los productos gastronómicos del hotel, se cuenta con la desventaja que los agricultores de la zona no comercializan los productos a los distintos hoteles, esto debido a factores como las grandes cadenas de supermercados acaparan toda la producción de la zona por lo cual los agricultores de dicho lugar prefieren vender al mayoreo y así tienen seguridad de que sus productos no se echen a perder; lo cual implica al propietario del hotel movilizarse o movilizar a sus colaboradores encargados de suministrar recursos vitales para la operación del hotel a otro lugar (centro de San Salvador) para adquirir estos ingredientes, generando con ello gastos de tiempo y dinero desenlazando en que algunos platillos no se encuentren disponibles cuando el cliente los solicite, obligando directamente al cliente a tomar otra opción no complaciendo su deseo alimenticio. Es muy importante solucionar esta problemática ya que si no se toman cartas en el asunto, siempre tendrán esta fuga de recursos de tiempo y dinero y mal percepción de los clientes en cuanto al servicio de restauración del hotel.

Por otra parte Hotel La Palma posee ventajas competitivas muy aceptables que van desde el nivel de aceptación alta por su infraestructura y ambiente hasta la higiene y frescura con lo cual sus productos gastronómicos son elaborados. Sin embargo se han identificado ciertos puntos débiles que son necesarios mejorar en vista de ofrecer a los clientes un servicio gastronómico variado, preciso y con altos estándares de calidad que contribuyan a ahorrar recursos, generar más ventas y mayor popularidad del hotel. En otra parte es necesario reestructurar el menú del restaurante, ya que el actual no es visualmente atractivo y poco profesional, lo cual hace que una necesidad (alimentación) no se convierta en deseo potencial de consumo por sus características, composición y carente de innovación que imposibilita al consumidor final identificar nuevos aromas y sabores; asimismo es necesario crear un menú para empresas con el fin de atraer a estas a realizar sus actividades corporativas con un menú exclusivo y a buen precio. Todo esto debe realizarse para cumplir el objetivo de toda empresa, generar ventas y ganarse a los clientes,

De igual manera se logra percibir que la oferta gastronómica no cuenta con innovación factor fundamental para fortalecer la competitividad de una empresa, esto es en el caso del hotel que no cuentan con productos estrella que identifique al hotel y sea más fácil posicionarlo atrayendo más clientes, así mismo no se cuenta con platillos con potencial de convertirse en típico para la localidad que contribuya no solo a destacar al hotel sino también al municipio. Es muy importante realizar planificaciones y acciones estratégicas, que permitan resolver esta última debilidad, ya que al no realizarse el servicio gastronómico se estanca perdiendo aceptación y clientes. Por tanto es vitalicio trabajar estratégicamente en la resolución de dichas debilidades con el fin de ofrecer un servicio

gastronómico eficiente, de calidad y novedoso capaz de superar expectativas de los clientes, favoreciendo al cumplimiento del ideal empresarial del hotel La Palma.

5.2 Recomendaciones

La investigación realizada sobre el análisis de la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos permitió identificar los puntos débiles en la oferta gastronómica del Restaurante de Hotel La Palma, Chalatenango, por lo que se puede recomendar:

- Mejorar el menú de el restaurante de hotel la palma
Revisar el menú y darle una mejor estructura y agregarle detalles gráficos que sean de atracción para los clientes y generar potencial de consumos.
- Elaborar nuevos platillos para variar la oferta gastronómica que sea de atracción para los clientes.
- Hacer alianzas estratégicas entre los distintos hoteles de la zona, los agricultores y grupo callejas y que esto traiga beneficios para los agricultores y a los hoteles en cuanto a la dinamización económica local y ahorro de tiempo.
- Crear un tour en el que las personas tengan acceso a conocer los campos de cultivo y tengan un mejor conocimiento como es el cuidado que les da a los ingredientes con los que se elaboran los diferentes platillos ofertados en el menú del hotel.
- Elaborar platillos estrellas para diferenciar al hotel de los demás y que tenga buena percepción para los clientes que visitan este establecimiento.

FODA

FORTALEZAS



Entre las fortalezas de Hotel La Palma Chalatenango están su accesible ubicación con acceso en auto, bus y a pie.

Su espacio físico es llamativo y está muy bien distribuido

Cuenta con personal para atender todas las áreas.

Conocen de la historia de Chalatenango y utilizan ese recurso para los turistas. Manejan su propia tour operadora.

OPORTUNIDADES



Las oportunidades de Hotel La Palma Chalatenango son excelentes pueden utilizar el espacio que poseen para darle salida a proyectos muy rentables como un huerto casero y una granja de animales para consumo, además de aprovechar por medio del marketing en llegar a un público indefinido y utilizar todos sus espacios, hacer convenios con las instituciones de turismo para impulsar su marca.

Además de innovar su menú en físico y contenido.

Crear un convenio con los agricultores para adquirir los productos a un buen precio para los 43 hoteles.

DEBILIDADES



La falta de promoción de su restaurante es una de sus principales debilidades pueden tener un espacio muy bien visto sin embargo no se está aprovechando, su menú es un poco monótono y de esta manera es muy difícil atraer al cliente.

No existen alianzas entre Grupo Callejas o Agricultores de la zona.

AMENAZAS



El resto de hoteles y pequeños restaurantes alrededor es una amenaza frecuente comparando valor por producto los precios de Restaurante en Hotel La Palma doblan o triplican los de otros negocios aledaños esto debido a la poca afluencia de comensales.

REFERENCIAS

- Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica. (s.f.). *Buenas prácticas de manufactura aplicadas a los alimentos*. Recuperado de http://www.anmat.gov.ar/portafolio_educativo/pdf/cap4.pdf.
- ChalatenangoSV.com. (2009). *Festival del maíz en dulce nombre de María* . Recuperado de [http://www.chalatenangosv.com/festival del maíz en dulce nombre de maría](http://www.chalatenangosv.com/festival%20del%20maíz%20en%20dulce%20nombre%20de%20maría).
- ChalatenangoSV.com. (2011). *Festival de las hamacas de Chalatenango*. Recuperado de [http://www.chalatenangosv.com/el festival de las hamacas](http://www.chalatenangosv.com/el%20festival%20de%20las%20hamacas).
- ChalatenangoSV.com. (2011). *Hotel y restaurante la palma, Chalatenango*. Recuperado de [http://www.chalatenangosv.com/hotel la palma](http://www.chalatenangosv.com/hotel%20la%20palma).
- ChalatenangoSV.com. (2014). *¿Por qué nos dicen Chalatecos come bofe?*. Recuperado de [http://www.chalatenangosv.com/por que nos dicen chalatecos come bofe](http://www.chalatenangosv.com/por%20que%20nos%20dicen%20chalatecos%20come%20bofe).
- ChalatenangoSV.com. (2014). *Viernes santo en la palma Chalatenango*. Recuperado de [http://www.chalatenangosv.com/tradiciones del viernes santo en chalatenango](http://www.chalatenangosv.com/tradiciones%20del%20viernes%20santo%20en%20chalatenango).
- ChalatenangoSV.com. (2015). *Tradiciones gastronómicas de chalatenango*. Recuperado de <http://www.chalatenangosv.com/chalatenango/tradiciones>.
- ChalatenangoSV.com. (2016). *Fundación del departamento de Chalatenango*. Recuperado de [http://www.chalatenangosv.com/fundacion del departamento de chalatenango](http://www.chalatenangosv.com/fundacion%20del%20departamento%20de%20chalatenango).
- ElSalvadormipais. (2014). *Municipio La Palma, departamento Chalatenango*. Recuperado de [http://www.elsalvadormipais.com/la palma chalatenango](http://www.elsalvadormipais.com/la%20palma%20chalatenango)

Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local. (2006). *Conoce tu municipio la palma*. Recuperado de <http://www.fisdil.gob.sv/servicios/en-linea/ciudadano/conoce-tu-municipio/chalatenango/692-648>.

Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá, INT. (s.f.). *Seguridad alimentaria y nutricional*. Recuperado de <http://www.incap.org.gt/sisvan/index.php/es/acerca-de-san/conceptos/marco-referencial-de-la-san>.

Martínez, G. (2011, octubre 06). El otro rostro del departamento de Chalatenango. *La prensagrafica.com*. Recuperado de <http://www.laprensagrafica.com/mujer/planbella/222091>.

Meléndez, D. (2014). La vuelta de El Salvador en 14 platillos típicos. *Revista de vacaciones*. Recuperado de <http://revistadevacacionessv.wordpress.com/2014/09/19/la-vuelta-a-el-salvador-en-14-platillo-tipicos/>.

Monroy, D. (2015, junio 19). *Gastronomía de Chalatenango*. [Registro Web]. Recuperado de <http://discovery503.blogspot.com/2015/06/gastronomia-de-chalatenango.html>.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.org. (s.f.). *Buenas prácticas de manufactura*. Recuperado de <http://www.fao.org>.

Prezi. (2013). *La gastronomía como producto turístico para restaurante*. Recuperado de <http://prezi.com/nhwi5c7puelp/la-gastronomia-como-producto-turistico/>.

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw Hill.

Turismo para todos.(2004). *Factores de éxito a partir de la oferta gastronómica*. Recuperado de <http://www.turismoparatodos.org.ar/libros/gastronomia.pdf>.

Turismo, A. D. (2015). *Claves del turismo gastronómico, aprende turismo*. Recuperado de <http://www.aprendedeturismo.org>>turismo gastronómico.



ANEXOS

ANEXO I

La Encuesta

Universidad Tecnológica de El Salvador Facultad de Ciencias empresariales.

La información recolectada será utilizada para realizar un análisis sobre la disponibilidad y la accesibilidad de los alimentos en el Hotel La Palma, Chalatenango por lo que muy respetuosamente nos dirigimos a usted para que nos brinde información contestando las siguientes preguntas.

Indicaciones: Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y marque con X en la casilla correspondiente según su criterio.

Genero F: _____ M: _____

1. ¿Qué lo motivo a visitar Hotel La Palma?

Su gastronomía ☐ Su infraestructura ☐

2. ¿Le gustaría que Hotel La Palma incluyera más platillos típicos?

Sí ☐ No ☐

3. ¿Están disponibles todos los platillos ofertados en el menú cuando los solicita?

Sí ☐ No ☐

4. ¿Sus alimentos lucen frescos y recién preparados cuando los recibe?

Sí ☐

No ☐

5. ¿Considera que los alimentos que proporciona el Hotel La Palma están en perfectas condiciones de higiene y calidad para ser consumidos?

Sí ☐

No ☐

6. ¿El ambiente del Restaurante de Hotel La Palma le parece acogedor?

Sí ☐

No ☐

7. ¿Con que frecuencia visita usted el Hotel Palma Chalatenango?

De 1 a 3 veces al mes ☐ De 1 a 3 veces al año ☐ Es mi primera visita ☐

8. ¿Recomienda visitar el restaurante de Hotel La Palma Chalatenango?

Sí ☐

No ☐

ANEXO II

La Entrevista

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias empresariales.

Guía de entrevista dirigida a agricultores en zona de Chalatenango.

Entrevista 1

Samuel Melara, Agricultor.

Cantón los Planes, desvió a la montaña.

¿Qué alimentos cultivan en la zona de Chalatenango?

Lechuga, cilantro, rábano, cebollín. En su mayoría

¿Cómo distribuyen estos productos?

Para los consumidores de la zona en bicicleta y al resto se paga pick up

¿Por qué prefieren salir a venderlos fuera del municipio?

Sale mejor al por mayor y recibimos beneficios de llevarles el producto.

¿Estaría dispuesto a capacitarse en el tema de cultivos y cría de animales de granja?

Si, por el momento recibimos capacitaciones de los técnicos de la fundación

Calleja para las hortalizas, pero para granja no recibimos.

Entrevista 2

Walter Martínez

¿Qué alimentos cultivan en la zona de Chalatenango?

Lechuga, rábano, papa, tomate.

¿Cómo distribuyen estos productos?

A pie y cuando van lejos en un camioncito.

¿Por qué prefieren salir a venderlos fuera del municipio?

Así sabemos que no se nos va echar a perder y ya tenemos un cliente que lo compra todo.

¿Estaría dispuesto a capacitarse en el tema de cultivos y cría de animales de granja?

Sí, siempre.

Entrevista 3

Rubén Osorio

¿Qué alimentos cultivan en la zona de Chalatenango?

Papas, yuca, lechuga, tomate, cilantro

¿Cómo distribuyen estos productos?

Por medio de un pickup que lleva todo a la empresa

¿Por qué prefieren salir a venderlos fuera del municipio?

Ellos (Fundación Calleja) nos capacitan y compran al por mayor a buen precio.

¿Estaría dispuesto a capacitarse en el tema de cultivos y cría de animales de granja?

Por supuesto.

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias empresariales.

Entrevista dirigida a propietario del Hotel la Palma. Chalatenango

Objetivo: identificar el proceso de adquisición de los alimentos que son parte de la oferta gastronómica del Hotel la Palma.

Salvador Zepeda

Gerente de Hotel La Palma Chalatenango.

1. ¿Cuándo fue fundado el Hotel La Palma?
2. ¿Quiénes conforman la ruta fresca?
3. ¿Cómo nace la ruta fresca?
4. ¿Qué dificultad tienen para adquirir sus productos para la elaboración del menú?
5. ¿Cómo se surten los alimentos para el restaurante?
6. ¿Qué le hace falta a su criterio al municipio para ser sostenible en cuanto a horticultura?













