



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

**“CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en Turismo

Autor:

López Solórzano Andrea

Tutor:

Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero

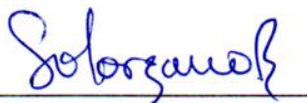
Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Andrea López Solórzano, con cédula de ciudadanía 1724413461, autora del trabajo de investigación titulado: “Cultura alimentaria y turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 25 de abril del 2023.



Andrea López Solórzano

C.I: 1724413461

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Roger Badín Paredes Guerrero catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “Cultura alimentaria y turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”, bajo la autoría de Andrea López Solórzano; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 25 días del mes de abril de 2023



Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero

C.I: 1802738276

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Cultura alimentaria y turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”, presentado por Andrea López Solórzano, con cédula de identidad número 1724413461, bajo la tutoría de Mg. Roger Badin Paredes Guerrero; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba, 25 de abril del 2023.

Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Margoth Isabel Cali Pereira', written over a horizontal line.

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Renato Hernán Herrera Chávez', written over a horizontal line.

PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Diego Mauricio Calvopiña Andrade', written over a horizontal line.

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **LÓPEZ SOLÓRZANO ANDREA** con CC: **1724413461**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 9%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 10 de marzo de 2023



firmado digitalmente por:
ROGER BADIN PAREDES
GUERRERO

Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero
TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres Fernando López y Janneth Solórzano, por ser las personas más importantes en mi vida, por motivarme siempre a seguir a delante y porque para mí son el mejor referente de lo que una persona debería ser, a mis hermanos y sobrinos que amo incondicionalmente y son el motor de mi vida.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a mis padres por el apoyo incondicional, el cariño, el amor y la confianza que me han brindado no solo en esta etapa, sino a lo largo de mi vida, son el motivo principal de este logro.

Agradezco a mis hermanos y sobrinos por formar parte de esta etapa, por ser mi motivación sin importar la distancia, me han dado fuerzas para seguir adelante.

A mis amigos, quienes con su compañerismo y lealtad me apoyaron a lo largo de la carrera.

Finalmente, agradezco a mi tutor por su esfuerzo y profesionalismo en el asesoramiento de este proyecto y a todos aquellos docentes que nos apoyaron en el proceso y que formaron parte de cada etapa de nuestra formación académica.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCION.....	17
1.1. Antecedentes	19
1.1.1 Nacionales	19
1.1.2. Locales	20
1.2. Planteamiento del Problema	22
1.2.1. Problema General.....	22
1.2.2. Problemas específicos.....	22
1.3. Justificación	23
1.3.1. Justificación Teórica.....	23
1.3.2. Justificación Práctica	23
1.3.3. Justificación Metodológica	23
1.3.4. Justificación Epistemológica	23
1.4. Objetivos	24
1.4.1. General	24
1.4.2. Específicos.....	24
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. Estado del Arte	25

2.1.1 Variable Independiente: Cultura Alimentaria	25
2.1.2 Variable Dependiente: Turismo Gastronómico.....	26
2.2. Marco Teórico.....	27
2.2.1 Variable Independiente: Cultura Alimentaria.....	27
2.2.2. Variable Dependiente: Turismo Gastronómico	29
CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....	31
3.1. Métodos.....	31
3.2. Tipo de Investigación	31
3.3. Nivel o alcance de la investigación	32
3.4. Diseño	32
3.5. Corte.....	33
3.6. Técnicas de recolección de datos.....	33
3.6.1. Encuesta	33
3.7. Población de estudio y tamaño de muestra	33
3.7.1. Población de estudio.....	33
3.7.2. Tamaño de la muestra.....	34
3.8. Hipótesis	35
3.8.1. Hipótesis general	35
3.8.2. Hipótesis específica 1	36
3.8.3. Hipótesis específica 2	37
3.8.4. Hipótesis específica 3	38
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	39
4.1.1. Análisis de resultados de la variable independiente: Cultura Alimentaria.....	39
4.1.2. Análisis de resultados de la variable dependiente: Turismo Gastronómico.....	43
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46

5.1. Conclusiones	46
5.2. Recomendaciones.....	47
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	48
6.1. Título de la propuesta	48
6.2. Introducción	48
6.3. Situación actual y problemática.....	49
6.4. Objetivos	49
6.4.1. Objetivo general.....	49
6.4.2. Objetivos específicos	49
6.5. Desarrollo de la propuesta	50
6.5.1. Análisis FODA	50
6.5.2. Estrategias de preservación y fortalecimiento de identidad cultural alimentaria	52
6.5.3. Estrategias para garantizar la seguridad alimentaria en establecimientos de A&B	53
6.5.4. Beneficiarios.....	54
6.5.5. Proyección del presupuesto.....	54
BIBLIOGRAFÍA	57
ANEXOS	61

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 <i>Hipótesis general</i>	35
Tabla 2 <i>Hipótesis específica 1</i>	36
Tabla 3 <i>Hipótesis específica 2</i>	37
Tabla 4 <i>Hipótesis específica 3</i>	38
Tabla 5 <i>Análisis de resultados de la variable independiente</i>	39
Tabla 6 <i>Análisis de resultados de la variable dependiente</i>	43
Tabla 7 <i>Matriz FODA</i>	50
Tabla 8 <i>Matriz de estrategias de cambio</i>	51
Tabla 9 <i>Estrategias de preservación y fortalecimiento de identidad cultural alimentaria</i>	52
Tabla 10 <i>Estrategias para garantizar la seguridad alimentaria</i>	53
Tabla 11 <i>Proyección del presupuesto</i>	55
Tabla 12 <i>Proyección del presupuesto para capacitaciones</i>	55
Tabla 13 <i>Proyección del presupuesto para la creación de la marca</i>	55
Tabla 14 <i>Proyección del presupuesto para eventos y ferias</i>	56
Tabla 15 <i>Operacionalización de variables</i>	62
Tabla 16 <i>Matriz de consistencia</i>	63
Tabla 17 <i>Alfa de Cronbach. V.I.</i>	74
Tabla 18 <i>Alfa de Cronbach. V.D.</i>	75
Tabla 19 <i>Género</i>	76
Tabla 20 <i>Edad</i>	77
Tabla 21 <i>Nivel de instrucción</i>	78
Tabla 22 <i>Experiencia en el sector de A&B</i>	79
Tabla 23 <i>Prácticas culinarias ancestrales</i>	80
Tabla 24 <i>Transmisión de conocimientos</i>	81

Tabla 25 <i>Manejo de técnicas y métodos</i>	82
Tabla 26 <i>Idioma</i>	83
Tabla 27 <i>Historia</i>	84
Tabla 28 <i>Valor cultural de la gastronomía</i>	85
Tabla 29 <i>Tradiciones</i>	86
Tabla 30 <i>Seguridad alimentaria</i>	87
Tabla 31 <i>Etapa de producción</i>	88
Tabla 32 <i>Etapa de distribución</i>	89
Tabla 33 <i>Género</i>	90
Tabla 34 <i>Edad</i>	91
Tabla 35 <i>Nivel de instrucción</i>	92
Tabla 36 <i>Oferta culinaria</i>	93
Tabla 37 <i>Técnicas culinarias</i>	94
Tabla 38 <i>Origen de los alimentos</i>	95
Tabla 39 <i>Cultivo de los alimentos</i>	96
Tabla 40 <i>Platos típicos</i>	97
Tabla 41 <i>Métodos y técnicas ancestrales</i>	98
Tabla 42 <i>Eventos gastronómicos</i>	99
Tabla 43 <i>Saberes ancestrales</i>	100
Tabla 44 <i>Sabores ancestrales</i>	101

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1 <i>Árbol de problemas</i>	61
Figura 2 <i>Género</i>	76
Figura 3 <i>Edad</i>	77
Figura 4 <i>Nivel de instrucción</i>	78
Figura 5 <i>Experiencia en el sector de A&B</i>	79
Figura 6 <i>Prácticas culinarias ancestrales</i>	80
Figura 7 <i>Transmisión de conocimientos</i>	81
Figura 8 <i>Manejo de técnicas y métodos</i>	82
Figura 9 <i>Idioma</i>	83
Figura 10 <i>Historia</i>	84
Figura 11 <i>Valor cultural de la gastronomía</i>	85
Figura 12 <i>Tradiciones</i>	86
Figura 13 <i>Seguridad alimentaria</i>	87
Figura 14 <i>Etapa de producción</i>	88
Figura 15 <i>Etapa de distribución</i>	89
Figura 16 <i>Género</i>	90
Figura 17 <i>Edad</i>	91
Figura 18 <i>Nivel de instrucción</i>	92
Figura 19 <i>Oferta culinaria</i>	93
Figura 20 <i>Técnicas culinarias</i>	94
Figura 21 <i>Origen de los alimentos</i>	95
Figura 22 <i>Cultivo de los alimentos</i>	96
Figura 23 <i>Platos típicos</i>	97
Figura 24 <i>Métodos y técnicas ancestrales</i>	98

Figura 25 <i>Eventos gastronómicos</i>	99
Figura 26 <i>Saberes ancestrales</i>	100
Figura 27 <i>Sabores ancestrales</i>	101

RESUMEN

El estudio analiza la cultura alimentaria y su relación con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, la cual no ha sido sujeta a investigaciones recientes y por años ha sido relegada a un eje complementario en la actividad turística, el estudio se realiza a través de una revisión documental y el análisis de dimensiones que forman parte de la cultura alimentaria, como son las representaciones, identidad cultural y trazabilidad alimentaria.

Para ello se utilizó el método de investigación documental y descriptiva, con un enfoque cuali-cuantitativo y de tipo correlacional, no experimental, además, se realizó investigación de campo aplicando encuestas a los dueños de establecimientos de alimentos y bebidas y a los habitantes de la ciudad, los resultados permitieron la comprobación de las hipótesis.

Con base a los resultados de la aplicación de las encuestas se pudo concluir que los habitantes de la ciudad de Riobamba tienen un conocimiento medio-bajo sobre las dimensiones de la variable dependiente, mientras que, los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran fundamental la aplicación de técnicas ancestrales para la preparación de platos típicos y la trazabilidad alimentaria para asegurar productos de calidad.

Finalmente, se concluye como propuesta determinar estrategias para salvaguardar la cultura alimentaria de la ciudad de Riobamba en beneficio del turismo gastronómico.

Palabras claves: Turismo gastronómico, cultura alimentaria, identidad cultural, representaciones, trazabilidad alimentaria

ABSTRACT

The study analyzes the food culture and its relationship with gastronomic tourism in Riobamba, Chimborazo province, which has not been subject to recent research and for years has been relegated to a complementary axis in the tourist activity, the study is conducted through a documentary review and analysis of dimensions that are part of the food culture, such as representations, cultural identity and food traceability. For this purpose, the documentary and descriptive research method was used, with a quali-quantitative and correlational, non-experimental approach, in addition, field research was carried out by applying surveys to the owners of food and beverage establishments and to the inhabitants of the city, the results allowed the verification of the hypotheses. Based on the results of the application of the surveys, it was possible to conclude that the inhabitants Riobamba have a medium-low knowledge of the dimensions of the dependent variable, while the owners of the food and beverage establishments consider the application of ancestral techniques for the preparation of typical dishes and food traceability to ensure quality products to be fundamental. Finally, it is concluded as a proposal to determine strategies to safeguard the food culture of Riobamba for the benefit of gastronomic tourism.

Keywords: Gastronomic tourism, food culture, cultural identity, representations, food traceability.



Firmado electrónicamente por:
DORIS ALEXANDRA
CHUQUIMARCA ONCE

Reviewed by:
Lic. Doris Chuquimarca, Mgs.
ESL PROFESSOR
C.I. 060449038-3

CAPÍTULO I. INTRODUCCION.

El turismo gastronómico es una tipología de turismo que posibilita a la sociedad compartir su identidad y cultura alimentaria, por esta razón, se estima fundamental dar a conocer la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, teniendo presente las representaciones o manifestaciones culturales, la identidad cultural y la trazabilidad alimentaria, dimensiones que influyen en el desarrollo de la actividad.

El turismo gastronómico es clave para conocer la cultura alimentaria de determinada localidad, además, es una modalidad de turismo que produce dinamismo, emprendimientos y fortalece la identidad cultural, para lo cual, es importante considerar el desarrollo de estrategias tácticas y propuestas de valor que generen sostenibilidad en la actividad.

En el **capítulo I** se realizó la introducción y el planteamiento del problema, donde se explicó la situación actual del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

En el **capítulo II** se realizó el estado del arte y se fundamentó con bases teóricas ambas variables, mediante la búsqueda y revisión bibliográfica en libros, tesis, artículos y páginas web.

El **capítulo III** explica la metodología utilizada a lo largo de la investigación, el cual presenta un estudio con enfoque cuali-cuantitativo y de tipo correlacional, no experimental, además, de ser una investigación de campo y finalmente se realizó la comprobación de hipótesis.

El **capítulo IV** presenta los resultados y discusión en base a las encuestas aplicadas y su análisis correspondiente.

En el **capítulo V** se generaron conclusiones y recomendaciones los cuales dieron paso a la sistematización de una propuesta.

En el **capítulo VI** se formuló una propuesta para el proyecto de investigación, en el cual se establecieron estrategias para salvaguardar la cultura alimentaria de la ciudad de Riobamba en beneficio del turismo gastronómico.

1.1. Antecedentes

1.1.1 Nacionales

Garces y Valenzuela (2017) realizaron un estudio de “Rescate de la identidad gastronómica de la parroquia de Caranqui para la ruta turística del último Inca Atahualpa en la provincia de Imbabura”, por medio de su investigación pretenden examinar las potencialidades gastronómicas de la parroquia de Caranqui y establecer las potenciales solicitudes turísticas gastronómicas de la parroquia.

La metodología usada para el análisis es el procedimiento deductivo-inductivo y analítico sintético, es una investigación de tipo observacional y documental. Los resultados mostraron desconocimiento sobre la gastronomía de la parroquia Caranqui, validando el enfoque del plan, además, se ha podido constatar el interés de los prestadores de servicio por diseñar una ruta que ayude al desarrollo de Caranqui tanto económico como turístico.

Al examinar los resultados de la indagación se puede decidir el valor de crear proyectos que aporten al rescate de la identidad gastronómica de los pueblos, debido a que aportan además al entendimiento, al emprendimiento y novedad y al desarrollo social y económico de las sociedades.

Por otro lado, Vásconez (2015) en su estudio “Modelo de negocios para el turismo gastronómico en Ecuador”, pretende diseñar un modelo de negocio escalable, sostenible y sustentable en la época basándose en el desarrollo de la nación, donde el modelo integre a las sociedades locales ofreciendo a los turistas una vivencia exclusiva en Ecuador.

La metodología presenta un enfoque mixto, de tipo bibliográfico, con un diseño no experimental, los resultados logrados indican que la utilización de un modelo gastronómico ecuatoriano puede llegar a ser un comercio sostenible que realiza y optimiza las ganancias de las sociedades locales, el territorio y al mismo comercio.

Generar proyectos sostenibles ha apoyado de manera significativa al desarrollo de la actividad gastronómica, debido a que, aseguran que los emprendimientos se mantendrán con la época y aportarán beneficios a extenso plazo, un modelo de negocios sustentable y sostenible dirigido al turismo gastronómico es un instrumento guía que ayudará a los futuros emprendedores en el área.

1.1.2. Locales

García (2019) en su estudio “Marketing y el turismo gastronómico del cantón Guano, provincia de Chimborazo”, busca implantar la interacción existente entre la variable independiente y la variable dependiente, dentro de la región ya delimitada.

La metodología usada ha sido de tipo descriptiva, con diseño no experimental, es un estudio de campo, con observación directa en el cual se recolectó datos por medio de la aplicación de encuestas, entrevistas, documentación, bibliografía y páginas web que complementaron la indagación.

La indagación permitió mostrar que el comprador y el mercado se relacionan de manera significativa con el turismo gastronómico, mientras tanto que las tácticas no se relacionan de manera significativa con el turismo gastronómico.

El valor de esta clase de estudios radica en difundir por medio del marketing diversos puntos, como en esta situación, el turismo gastronómico, debido a que resulta fundamental promover o dar a conocer información específica sobre ciudades o sociedades no muy conocidas en determinada sociedad.

Por otra parte, Chafla (2021) realizó un estudio sobre el patrimonio alimentario y su relación con el turismo gastronómico en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo. La metodología usada para el estudio es de tipo documental, descriptiva y correlacional, el diseño es no experimental, transeccional o transversal causal y el enfoque mixto.

Los resultados mostraron que los propietarios y/o gerentes de los prestadores turísticos de alimentos y bebidas, así como la población generalmente poseen un poco entendimiento acerca del patrimonio alimentario, razón por la cual, no se ha tenido un desarrollo eficiente del turismo gastronómico dentro del cantón Alausí.

Es fundamental considerar el valor de ciertos términos como patrimonio cultural o cultura alimentaria, variantes que poseen estrecha interacción con la gastronomía de cualquier ciudad y que inciden de manera directa en su desarrollo, puesto que el desconocimiento de dichos componentes puede producir débil aumento del turismo gastronómico.

Finalmente, Moreno (2020) en su investigación sobre el “Patrimonio cultural inmaterial y turismo gastronómico de la parroquia Yaruquíes del cantón Riobamba”, pretende identificar de qué manera influye el patrimonio cultural inmaterial en el turismo gastronómico de la parroquia Yaruquíes del cantón Riobamba. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, con diseño no experimental, es un estudio de campo.

La investigación permitió demostrar que el patrimonio cultural inmaterial influye significativamente para el crecimiento del turismo gastronómico debido a que la tradición culinaria forma una parte esencial del patrimonio cultural intangible, al igual que el desarrollo de la tradición gastronómica favorece un crecimiento en el patrimonio inmaterial y, por lo tanto, un progreso de la actividad turística.

El patrimonio cultural inmaterial es sustancial para el progreso de la actividad turística gastronómica dentro de la comunidad y representa un factor clave para su desarrollo, es importante transmitir los conocimientos con la localidad y crear proyectos que beneficien a esta.

1.2. Planteamiento del Problema

El estudio pretende aportar al conocimiento social respondiendo la siguiente interrogante, ¿Cuál es la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo? Teniendo en cuenta que la gastronomía es un aspecto fundamental dentro de la actividad turística, pues no importa la actividad que se realice, la ingesta de alimentos estará presente como una necesidad fisiológica de los turistas.

La gastronomía en la actividad turística se ha presentado como un componente fundamental a partir de sus inicios, no obstante, por medio de los años ha incrementado el interés de los turistas por conocer la comida típica de otras localidades y se desplazan a otro territorio únicamente por degustar la gastronomía local.

Por esa razón se considera significativo analizar elementos que inciden en el desarrollo de la actividad gastronómica de la localidad, pues, resulta importante conocer los factores que conllevan al débil posicionamiento del turismo gastronómico y al desaprovechamiento de los recursos para el desarrollo de la actividad.

1.2.1. Problema General

- ¿Cuál es la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se relacionan las representaciones y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relaciona la identidad cultural y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

- ¿Cómo se relaciona la trazabilidad alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación Teórica

La importancia de investigar la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba surge por la necesidad de identificar los factores que afectan la actividad, además, la necesidad de implementar estrategias encaminadas al desarrollo turístico, pues la inseguridad alimentaria, la desvalorización de los productos, la pérdida de los sabores ancestrales y otros factores afectan significativamente el sector gastronómico en la *ciudad de Riobamba*.

1.3.2. Justificación Práctica

Es importante identificar principales factores que afectan la actividad, con ello establecer estrategias que contribuyan al desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, considerando las necesidades de la comunidad, mismas que se identifican a través de la aplicación de instrumentos de investigación, los resultados obtenidos se sistematizan en una propuesta.

1.3.3. Justificación Metodológica

El desarrollo del proyecto depende de los resultados a través de la aplicación de los instrumentos de investigación, esto permite tener un acercamiento sobre la necesidad real. La propuesta desarrollada permite además, aplicar mejoras y generar desarrollo continuo de la actividad turística en la ciudad.

1.3.4. Justificación Epistemológica

La aplicación de los métodos, técnicas e instrumentos para llevar a cabo la investigación permite comprender de forma más clara la realidad del turismo gastronómico en

la ciudad, de esta manera, la comunidad, emprendedores y demás, utilizarán este estudio como una herramienta guía para futuras investigaciones o para la toma de decisiones.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

- Analizar la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.4.2. Específicos

- Establecer la relación de las representaciones y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Establecer la relación de la identidad cultural y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Establecer la relación de la trazabilidad alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1. Estado del Arte

2.1.1 Variable Independiente: Cultura Alimentaria

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (Fao, 2002), en su estudio “nutrición humana en el mundo en desarrollo” menciona que:

En el mundo entero, los factores sociales y culturales tienen una influencia enorme sobre los alimentos que consume la población, la forma en como preparan sus alimentos, en general prácticas alimentarias y los alimentos de su preferencia. Sin embargo, los hábitos y prácticas alimentarias no son específicamente la causa principal, o importante de la malnutrición.

Por el contrario, muchas de estas prácticas son diseñadas específicamente con el objetivo de proteger y promover la salud; un ejemplo claro es el hecho de suministrar dietas específicas a las mujeres durante los primeros meses después del parto, con alimentos abundantes, densos en energía.

Es verdad también, que algunas prácticas alimentarias tradicionales y tabúes de ciertas sociedades pueden contribuir a deficiencias nutricionales en grupos específicos de la población.

Por su lado, Calderón Alcívar y Hacón (2015) en su estudio “Cómo incentivar a los ecuatorianos a tener una cultura alimenticia más saludable, para disminuir los índices de enfermedades que existen en la actualidad” menciona que:

Desde diversos enfoques hay características y problemáticas sobre la alimentación de la sociedad actual dentro del Ecuador. Su importancia ha ido ascendiendo, ya que cada vez el hábito de alimentarse bien no solo es un fenómeno natural que nutre, sino que

también es un hecho polémico por el que no saber alimentarse pone en riesgo la salud de las personas.

Todo esto ha obligado a poner especial atención a la reestructuración de las políticas de comercialización de los alimentos, así como en sus implicaciones sobre el consumo de estos. La falta de cultura alimentaria es otra carencia de nuestro pueblo, ya que el gobierno ecuatoriano no le ha dado la importancia que necesita para implementar políticas favorables al consumidor y propiciar un cambio cultural más beneficioso.

Además, Calderón et al. (2017) inicia su estudio de “Cultura Alimentaria” mencionando la importancia de implementar programas sociales con enfoque alimentario orientados a combatir la inseguridad alimentaria y sus consecuencias, planificar la nutrición con base en el análisis de la cultura alimentaria local para aumentar la efectividad del programa. El estudio finalizó con un análisis de la cultura alimentaria, que facilitó el diseño de propuestas de mejora nutricional altamente efectivas y brindar alternativas para el diseño de estrategias de mejora.

2.1.2 Variable Dependiente: Turismo Gastronómico

La Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (OMT, 2019) han desarrollado una Guía para el Desarrollo del Turismo Gastronómico, el cual pretende servir como herramienta práctica para apoyar los destinos en el desarrollo del turismo gastronómico a través de recomendaciones sobre distintos aspectos clave, como la planificación y gestión por parte de las administraciones y organizaciones nacionales de turismo (ANT/ONT) y las organizaciones de gestión de destinos (OGDs).

Según Guzmán y Sánchez (2018) en su artículo científico “La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba” concluye que el

turismo gastronómico es conocido como una de las grandes apuestas para la promoción o potenciación de los destinos turísticos, tanto por el impulso como por aportar al visitante todo el conocimiento relacionado con la cultura gastronómica y la realidad de los lugares visitados.

Además, Cepeda (2018) en su publicación “Avance y signo del turismo gastronómico” hace referencia al cambio drástico que tuvo la cocina española en las últimas décadas, ya que hasta el 2003 fue categorizada cocina feroz, repulsiva e inapetente, para el director de estudios del Culinary Institute en New York, quien mencionó que “nunca escogería a España como destino turístico espantado por la dietética y la estética de lo que comen”, hoy la cocina española es un objetivo turístico de primera magnitud, en el que conviene abundar, no solo por la resonancia que generan los grandes chefs, sino ensanchando la responsabilidad social de dar de comer bien al forastero en cualquier ámbito.

2.2. Marco Teórico

2.2.1 Variable Independiente: Cultura Alimentaria

▪ Cultura Alimentaria.

En primera instancia se puede conceptualizar a la cultura como un conjunto de conocimientos adquiridos a través del tiempo y que forman parte de la identidad de una comunidad o sociedad. Teniendo clara esta definición se puede agregar que:

La cultura alimentaria encierra el grupo de representaciones, de creencias, conocimientos y de prácticas heredadas y/o aprendidas que permanecen relacionadas a la ingesta de alimentos y que son compartidas por las personas de una cultura dada o de un determinado conjunto social. (Contreras y Gracia, 2005)

▪ **Representaciones Culturales**

Según Unión Puebla (2021) define a las representaciones culturales como: “la forma en que expresamos nuestra cultura, ejemplificando, la música, la danza, la literatura, la pintura, las artesanías son representaciones culturales”

▪ **Identidad Cultural**

La identidad cultural según Magaña, (2018) “está constituida una infinidad de componentes, comenzando por el lenguaje, gastronomía y tradiciones, que se complementa con recursos del ámbito natural, el urbanismo y la arquitectura”.

Si se analiza detenidamente la evolución de los conceptos de cultura e identidad se puede comprender de mejor manera el termino de identidad cultural en el cual puede argumentar que:

El término de identidad cultural engloba un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten aspectos culturales, como prácticas, valores y creencias. La identidad no es un criterio fijo, sino que se recrea personal y colectivamente y se alimenta de manera continua de la predominación exterior. (Molano, 2007, p.73)

▪ **Trazabilidad Alimentaria**

Según el Reglamento (CE) n° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo define a la trazabilidad alimentaria como:

La probabilidad de hallar y continuar el rastro, por medio de cada uno de los periodos de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia con el propósito de ser incorporados en alimentos o piensos o con posibilidad de serlo. (p.8)

Además, Esneca (2020) argumenta que la trazabilidad alimentaria tiene como objetivo “mantener el control preciso de un producto a partir de su materia prima hasta su

comercialización, gracias a la trazabilidad, es posible garantizar a la población una mayor seguridad, porque ella permite detectar cualquier irregularidad o peligro”

2.2.2. Variable Dependiente: Turismo Gastronómico

Uno de los conceptos más destacados para definir el turismo y en este caso para esta tipología de turismo es el de la Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (OMT, 2019) de manera que, define el turismo gastronómico como:

Un tipo de actividad turística que se caracteriza pues el viajero experimenta a lo extenso de su viaje ocupaciones y productos involucrados con la gastronomía del sitio. Además de las vivencias culinarias auténticas, clásicos y/o innovadoras, el turismo gastronómico además puede integrar otro tipo de ocupaciones, como ir a productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina.

▪ Servicios gastronómicos

Los servicios gastronómicos son un asunto bastante extenso debido a que engloba a partir de la preparación del producto hasta su presentación final, Larrosa (2021) afirma que “en la industria hostelera, pero especialmente hotelera, el servicio de gastronomía es el grupo de técnicas, medios y servicios que se proponen al comprador involucrado, relacionado con la restauración, alimentación, coctelería y bar”

Euroinnova (s.f) además menciona que “no se trata solo de consumir los productos, sino de gozar la vivencia y calidad. Por esa razón, los servicios gastronómicos contemplan tanto el tipo de alimento como la manera de presentación de los platillos y bebidas”.

▪ Identidad gastronómica

La identidad gastronómica se define por el territorio, este es el eje vertebral de la oferta gastronómica, contempla sus paisajes, cultura, productos, técnicas y platos, según Güemes y Ramírez (2012) “desde el punto de vista del turismo cultural, se estima como un llamativo más

para el mercado: platillos regionales son, a veces, la razón primordial de la visita de los turistas”.

- **Tradiciones**

Las tradiciones representan expresiones vivas heredadas y transmitidas de generación en generación, Macías (2013) expresa que, “las tradiciones son prácticas, ritos, usos sociales, valores, reglas de conducta, históricamente formados y que se transmiten de generación a generación; recursos del legado sociocultural que a lo largo del tiempo se mantienen en la sociedad o en diversos conjuntos sociales”.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA.

3.1. Métodos

La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo, pues emplearon procesos para sistematizar información obtenida mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos (encuestas), según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2010):

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías, mientras que, el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (pp.4-7)

3.2. Tipo de Investigación

El estudio es una investigación de campo, dado que la aplicación de instrumentos (encuestas) para recolección de información se dio en el espacio geográfico delimitado, Arias (2012) menciona que:

La investigación de campo consiste en recolectar todos los datos directamente del objeto investigado o de la realidad en la que ocurre el evento (datos primarios) sin manipular ni controlar variables. En otras palabras, el investigador recibe información, pero nada cambia en las condiciones existentes. De ahí el carácter no experimental del estudio. (p.31)

También se aplicó la investigación documental puesto que se obtuvo información de fuentes secundarias como artículos, proyectos de investigación, revistas, entre otros, Chavarría (2017) define la investigación documental como:

Un trabajo científico, que consiste en indagar, explorar y seguir la ruta de algo importante, recurriendo a fuentes escritas. Su uso se basa en los fines que se persiguen en la tarea de investigación. La indagación se basa en supuestos válidos, en hipótesis o realidades probables que ameriten investigar.

Además, se consideró la investigación descriptiva, la cual “tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (Guevara, Verdesoto y Castro, 2020).

3.3. Nivel o alcance de la investigación

Se emplea el nivel correlacional, pues se analiza la relación de la variable independiente “cultura alimentaria” y la variable dependiente “turismo gastronómico”.

Según Arias (2021) “el estudio correlacional es un tipo de investigación que consiste en evaluar dos variables, siendo su fin estudiar el grado de correlación entre ellas”.

3.4. Diseño

Es de diseño no experimental, debido a que se analizan las variables en su contexto real, no se manipulan las variables ni se experimenta con ellas, Kerlinger y Lee (2002) expresa que:

La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no tiene control directo sobre las variables independientes, porque sus síntomas ya han ocurrido o son inherentemente inmanejables. A partir de la variación simultánea de las variables independientes y dependientes, se pueden extraer conclusiones sobre las relaciones entre las variables sin intervención directa. (p. 504)

3.5. Corte

De corte transversal, ya que se trata de un estudio observacional y comprende datos de variables de una muestra previamente definida en un tiempo determinado.

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) los diseños transeccionales o transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito normalmente es:

- Describir variables en un grupo de casos (muestra o población), o bien, determinar cuál es el nivel o modalidad de las variables en un momento dado.
- Evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en momento determinado.
- Analizar la incidencia de determinadas variables, así como su interrelación en un momento, lapso o periodo.

3.6. Técnicas de recolección de datos

3.6.1. Encuesta

La técnica de encuesta permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Esto puede dar una idea del valor de este método de averiguación que tiene, entre otras ventajas, la probabilidad de aplicaciones masivas y la obtención de información acerca de un extenso abanico de preguntas a la vez (Casas, Repullo y Donado, 2003).

3.7. Población de estudio y tamaño de muestra

3.7.1. Población de estudio

Para la población del proyecto se consideró a los dueños de establecimientos de alimentos y bebidas, quienes proporcionaron datos sobre la variable independiente, mientras que para la variable dependiente se consideró a los habitantes de la ciudad de Riobamba.

Para la variable independiente se procedió a definir el segmento de estudio de la ciudad de Riobamba en base a datos estadísticos otorgados por el catastro nacional al corte mayo 2020 proporcionado por Paulina Avalos Silva especialista de desarrollo turístico zonal del MINTUR en el cual se han registrado 250 establecimientos de alimentos y bebidas hasta el 2020.

Mientras que, para la variable dependiente se consideró una población de 136 158 habitantes de la ciudad de Riobamba hasta el 2021 aplicando la fórmula de proyección poblacional, con una tasa de crecimiento del 2,20% según datos proporcionados por el EP EMAPAR en el Plan de Desarrollo Cantonal de la alcaldía de Riobamba del 2017, donde se registró una población de 124 807 concentrada en la zona urbana de la cabecera cantonal.

3.7.2. Tamaño de la muestra

- **Muestreo no probabilístico por conveniencia**

“Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (Otzen y Manterola, C, 2017).

M₁: Variable independiente: Cultura alimentaria.

Esta variable es representada por los prestadores de servicio de alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba, de igual manera, para el tamaño de la muestra se consideró 50 personas debido al muestreo no probabilístico por conveniencia bajo la recomendación del experto Roger Badin Paredes.

M₂: Variable dependiente: Turismo gastronómico.

La variable independiente corresponde a los habitantes de la ciudad de Riobamba, para el tamaño de la muestra se consideró 50 personas aplicando el muestreo no probabilístico por conveniencia por recomendación del experto Roger Badin Paredes.

3.8. Hipótesis

3.8.1. Hipótesis general

a. Planteamiento de la hipótesis

H₁: La cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀: La cultura alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

b. Estadístico de prueba

Coefficiente de correlación de Pearson.

Tabla 1

Hipótesis general

Correlaciones			
		CULTURA ALIMENTARIA	TURISMO GASTRONÓMICO
CULTURA ALIMENTARIA	Correlación de Pearson	1	,137
	Sig. (bilateral)		,126
	N	126	126
TURISMO GASTRONÓMICO	Correlación de Pearson	,137	1
	Sig. (bilateral)	,126	
	N	126	248

Nota: Elaborado en el software SPSS

c. Sig.

Sig. = 0,137

d. Decisión

Considerando el nivel de significancia, se determina que, el $sig = 0,137 > \alpha = 0,05$ por lo que se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis alternativa (H₁).

3.8.2. Hipótesis específica 1

a. Planteamiento de la hipótesis

H₁: Las representaciones se relacionan con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀: Las representaciones no se relacionan con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

b. Estadístico de prueba

Coefficiente de correlación de Pearson.

Tabla 2

Hipótesis específica 1

		Correlaciones	
		REPRESENTACIONES	TURISMO GASTRONÓMICO
REPRESENTACIONES	Correlación de Pearson	1	,119
	Sig. (bilateral)		,184
	N	126	126
TURISMO GASTRONÓMICO	Correlación de Pearson	,119	1
	Sig. (bilateral)	,184	
	N	126	248

Nota: Elaborado en el software SPSS

c. Sig.

Sig. = 0,119

d. Decisión

Considerando el nivel de significancia, se determina que, el $sig = 0,119 > \alpha = 0,05$ por lo que se aprueba la hipótesis nula (H₀) y se niega la hipótesis alternativa (H₁).

3.8.3. Hipótesis específica 2

a. Planteamiento de la hipótesis

H₁: La identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀: La identidad cultural no se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

b. Estadístico de prueba

Coefficiente de correlación de Pearson.

Tabla 3

Hipótesis específica 2

		Correlaciones	
		IDENTIDAD CULTURAL	TURISMO GASTRONÓMICO
IDENTIDAD CULTURAL	Correlación de Pearson	1	,115
	Sig. (bilateral)		,199
	N	126	126
TURISMO GASTRONÓMICO	Correlación de Pearson	,115	1
	Sig. (bilateral)	,199	
	N	126	248

Nota: Elaborado en el software SPSS

c. Sig.

Sig. = 0,115

d. Decisión

Considerando el nivel de significancia, se determina que, el $sig = 0,115 > \alpha = 0,05$ por lo que se acepta la hipótesis nula (H₀) y se niega la hipótesis alternativa (H₁).

3.8.4. Hipótesis específica 3

a. Planteamiento de la hipótesis

H₁: La trazabilidad alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀: La trazabilidad alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

b. Estadístico de prueba

Coefficiente de correlación de Pearson.

Tabla 4

Hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		TRAZABILIDAD ALIMENTARIA	TURISMO GASTRONÓMICO
TRAZABILIDAD ALIMENTARIA	Correlación de Pearson	1	,150
	Sig. (bilateral)		,093
	N	126	126
TURISMO GASTRONOMICO	Correlación de Pearson	,150	1
	Sig. (bilateral)	,093	
	N	126	248

Nota: Elaborado en el software SPSS

c. Sig.

Sig. = 0,150

d. Decisión

Considerando el nivel de significancia, se determina que, el $sig = 0,150 > \alpha = 0,05$ por lo que se aprueba la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis alternativa (H₁).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

4.1.1. Análisis de resultados de la variable independiente: Cultura Alimentaria

Tabla 5

Análisis de resultados de la variable independiente

n°	Items	Interpretación
Información general		
a)	<i>Género</i>	Se observa que, del total de habitantes encuestados, el 60% es de género femenino, mientras que el 40% es de género masculino. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje corresponde al género femenino.
b)	<i>Edad</i>	A partir de los datos obtenidos se puede evidenciar que el 28% tiene entre 20 y 30 años, el 48% de los encuestados tiene entre 31 y 40 años, el 16% tiene entre 41 y 50 años y el 8% tiene más de 50 años. Sin duda se puede concluir que el 48% que representa la mayoría, tiene entre 31 a 40 años.
c)	<i>Nivel de instrucción</i>	Como se observa el 4% cuenta estudios de primaria, el 48% cuenta con estudios de secundaria, el 34% cuenta con estudios superior universitario, el 8% corresponde a estudios no universitarios, mientras que únicamente el 6% cuenta con post grado. Se puede concluir que el 48% que representa la mayoría cuenta con estudio de secundaria.
d)	<i>Años de experiencia en el sector de alimentos bebidas</i>	Se observa que el 12% de los prestadores de servicio de A&B tiene menos de 1 año de experiencia en el sector, el 42% tiene de 1 a 5 años, el 32% tiene de 5 a 10 años y apenas el 14% tiene más de 10 años de experiencia. En base a este análisis se concluye que, en su mayoría, el 42% tiene un estimado de 1 a 5 años de experiencia en el sector de A&B.

Información Específica	
Dimensión: Representaciones	
1	<p><i>La preservación de las prácticas culinarias ancestrales son un factor clave para el desarrollo gastronómico de la ciudad de Riobamba.</i></p> <p>En base al análisis, se puede observar que el 60% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, mientras que un 34% está moderadamente de acuerdo, el 2% es imparcial, otro 2% está en desacuerdo y el 2% restante está totalmente en desacuerdo. Se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que la preservación de las prácticas culinarias ancestrales son un factor clave en el desarrollo gastronómico de la ciudad de Riobamba.</p>
2	<p><i>Es adecuada la transmisión de conocimientos gastronómicos mediante las manifestaciones culturales culinarias de la ciudad de Riobamba</i></p> <p>A partir de este análisis, se puede observar que el 52% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 30% está moderadamente de acuerdo, el 10% es imparcial, el 4% está en desacuerdo y el 4% restante está totalmente en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en es adecuada la transmisión de conocimientos gastronómicos a través de las manifestaciones culturales de carácter culinario que se presentan en la ciudad de Riobamba.</p>
3	<p><i>Es importante impulsar el manejo de técnicas y métodos culinarios ancestrales que permitan preservar la gastronomía de la ciudad de Riobamba</i></p> <p>Se puede observar que el 64% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 26% está moderadamente de acuerdo, el 8% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que el 64% representando la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante impulsar el manejo de técnicas y métodos culinarios ancestrales que permitan la preservación de la gastronomía riobambeña.</p>
Dimensión: Identidad Cultural	
4	<p><i>Dominar algún idioma extranjero es un factor sociocultural de desarrollo en el sector gastronómico de la ciudad de Riobamba</i></p> <p>A partir de este análisis, se puede observar que el 42% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 32% está moderadamente de acuerdo, el 10% es imparcial, el 12% está en desacuerdo y un 4% está totalmente en desacuerdo. En base a esto, se puede determinar que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo que el dominio de idiomas extranjeros es un factor socio cultural de desarrollo para el sector gastronómico de Riobamba.</p>

5	<i>Es importante conocer la historia, técnicas y métodos culinarios de la gastronomía riobambeña</i>	En base al análisis, se puede observar que el 56% de los encuestados está totalmente de acuerdo, mientras que un 34% está moderadamente de acuerdo, el 8% es imparcial y el 2% está en desacuerdo. Se puede concluir que el 56,00% siendo la mayoría de los prestadores de servicio de A&B encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante conocer la historia, técnicas y métodos culinarios de la gastronomía riobambeña.
6	<i>Es importante revalorizar el valor cultural de la gastronomía de la ciudad de Riobamba.</i>	A partir de este análisis, se puede observar que el 52% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 28% está moderadamente de acuerdo, el 18% es imparcial y el 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que la mayoría de encuestados considera que muy importante revalorizar el valor cultural de la gastronomía de la ciudad de Riobamba.
7	<i>Es importante preservar la gastronomía riobambeña y sus tradiciones mediante eventos culturales y culinarios.</i>	A partir de este análisis, se puede observar que el 70% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 24% está moderadamente de acuerdo, el 4% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante preservar la gastronomía y tradiciones mediante eventos culturales de tipo culinario en la ciudad de Riobamba.
Dimensión: Trazabilidad Alimentaria		
8	<i>Es importante conocer acerca del manejo inocuo de los alimentos y bebidas en las preparaciones gastronómicas.</i>	En base al análisis, se puede observar que el 66% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 24% está moderadamente de acuerdo y un 10% es imparcial. Se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante conocer acerca del manejo inocuo de los A&B en las preparaciones culinarias.

9	<i>Es importante realizar un control de calidad y salubridad en los procesos de producción.</i>	Se observa que 70% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 18% está moderadamente de acuerdo, el 10% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede determinar que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante realizar un control de calidad y salubridad en los procesos de producción.
10	<i>Es importante conocer el origen y distribución de los alimentos y bebidas para asegurar la calidad y seguridad alimentaria</i>	Se observa que 70% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 24% está moderadamente de acuerdo, el 4% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede determinar que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante conocer el origen y distribución de A&B para asegurar la calidad y seguridad alimentaria.

4.1.2. Análisis de resultados de la variable dependiente: Turismo Gastronómico

Tabla 6

Análisis de resultados de la variable dependiente

n°	Ítems	Interpretación
Información general		
a)	<i>Género</i>	Se observa que, del total de habitantes encuestados, el 62% es de género masculino, mientras que el 38% es de género femenino. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje corresponde al género masculino.
b)	<i>Edad</i>	De acuerdo con los datos obtenidos se puede evidenciar que el 30% de los encuestados tiene entre 20 y 30 años, el 52% tiene entre 31 y 40 años, el 16% tiene entre 41 y 50 años y el 2% tiene más de 50 años. Sin duda se puede concluir que el 52% que representa la mayoría, tiene entre 31 a 40 años.
c)	<i>Nivel de instrucción</i>	Como se observa el 6% cuenta estudios de primaria, el 22% corresponde a estudios de secundaria, mientras que el 60% cuenta con un título universitario, el 10% cuenta con estudio superior no universitario y únicamente el 2% tiene post grado. Se puede concluir que el 60% que representa la mayoría cuenta con estudio superior universitario.
Información Específica		
Dimensión: Servicios Gastronómicos		
1	<i>La oferta culinaria de la ciudad de Riobamba.</i>	Como se evidencia, el 50% de elementos estudiados considera muy importante la oferta culinaria de la ciudad de Riobamba, mientras que, el 38% lo considera importante y solo el 12% considera neutral. Con el análisis realizado se puede concluir que el 50% considera muy importante la oferta gastronómica en la ciudad de Riobamba, este valor representa la mayoría de la población estudiada.

2	<i>El conocimiento de los prestadores de alimentos y bebidas sobre las técnicas culinarias en las preparaciones gastronómicas.</i>	Se observa que el 48% de los habitantes encuestados considera muy importante el conocimiento de los prestadores de A&B sobre las técnicas culinarias en las preparaciones gastronómicas, el 32% lo considera importante, el 18% lo considera neutral y solamente el 2% considera que no es importante. En base a este análisis se concluye que, en su mayoría, el 48% y 32% estima muy importante e importante respectivamente el conocimiento sobre técnicas culinarias, mientras que el restante 20% lo considera neutro o nada importante.
3	<i>Conocer el origen de los alimentos que se utiliza en las preparaciones gastronómicas.</i>	Se observa que el 46% de los habitantes encuestados estima muy importante el conocer sobre el origen de los alimentos que se utilizan en las preparaciones gastronómicas, así mismo otro 38% lo considera importante, el 8% neutral y el 8% restante lo considera poco importante. Con este análisis es posible concluir que el 84% de la muestra considera importante y muy importante el conocimiento del origen de los alimentos.
Dimensión: Identidad Gastronómica		
4	<i>Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre el cultivo de los productos agrícolas utilizados en sus preparaciones culinarias.</i>	Como se evidencia en la ilustración 7 el 56% de los encuestados considera muy importante que los prestadores de A&B conozcan sobre el cultivo de los productos agrícolas utilizados en las preparaciones culinarias, el 30% lo consideró importante, el 6% lo consideró neutral y el 4% lo estima poco importante y nada importante respectivamente. En base a este análisis se concluye que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos por parte de los prestadores de A&B.
5	<i>Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre los principales platos típicos en la ciudad de Riobamba.</i>	En base al análisis, se puede observar que el 44% de los habitantes considera muy importante que los prestadores de A&B conozcan sobre los principales platos típicos de la ciudad de Riobamba, el 42% lo considera importante, el 8% lo estima neutro, el 2% poco importante y el 4% nada importante. Se puede concluir que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos por parte de los prestadores de A&B.

6	<i>Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre las técnicas y métodos de cocción ancestrales de la gastronomía riobambeña.</i>	En base al análisis, se puede observar que el 56% de los habitantes considera muy importante que los prestadores de A&B conozcan sobre las técnicas y métodos de cocción ancestrales de la gastronomía riobambeña, 24% lo considera importante, el 16% lo estima neutro y el 4% lo considera poco importante. Se puede concluir que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos por parte de los prestadores de A&B.
Dimensión: Tradiciones		
7	<i>Dar a conocer sobre los principales eventos gastronómicos de la ciudad de Riobamba.</i>	Se observa que el 58% de los habitantes encuestados estima muy importante dar a conocer sobre los principales eventos gastronómicos de la ciudad de Riobamba, el 34% lo considera importante, el 4% neutral y el 2% lo considera poco o nada importante respectivamente. Con este análisis es posible concluir que el 58% siendo la mayoría de la muestra considera muy importante la difusión de los eventos gastronómicos.
8	<i>Conocer acerca de los saberes ancestrales culinarios como instrumento para la preservación del patrimonio gastronómico de la ciudad.</i>	En base al análisis, se puede observar que el 60% de los habitantes considera muy importante conocer sobre los saberes ancestrales culinarios como un instrumento de preservación del patrimonio gastronómico de la ciudad, el 28% lo considera importante, solo el 10% lo estima neutro y el 2% considera que no es importante. Se puede concluir que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos.
9	<i>Preservar los sabores ancestrales de las preparaciones culinarias de la ciudad de Riobamba</i>	Se observa que el 56% de los habitantes encuestados estima muy importante la preservación de los sabores ancestrales en las preparaciones culinarias de la ciudad de Riobamba, el 32% lo considera importante, el 8% neutral y 2% lo considera poco o nada importante respectivamente. Con este análisis es posible concluir que el 56% siendo la mayoría de la muestra considera muy importante la preservación de los sabores ancestrales.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Como resultado se da a conocer que en efecto no existe relación entre la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, pues se entiende que la gastronomía de una localidad es una manifestación de su cultura, en virtud de ello se considera un factor influyente en la actividad turística, a pesar de eso no se toma medidas de mejora la cultura alimentaria en beneficio del turismo en la ciudad de Riobamba.
- En cuanto a los resultados obtenidos en la comprobación de la hipótesis se determinó que la relación entre las representaciones y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo es nula, siendo así, el desarrollo de estas prácticas culturales no se realiza adecuadamente, alterando o impactando la actividad turística gastronómica del sector.
- Por otro lado, se evidencia que ciertamente no existe relación entre la identidad cultural y el turismo gastronómico, pues la cultura es el origen de la diversidad gastronómica y forma parte de la identidad de los pueblos, sin embargo, no está siendo bien aprovechada y no se toman acciones al respecto.
- Finalmente, se determinó que no existe relación entre la trazabilidad alimentaria y el turismo gastronómico, puesto que, no se da la importancia necesaria en cuanto a llevar un adecuado control del movimiento de los alimentos desde su origen hasta su consumo, esto con el fin de evitar irregularidades y garantizar la seguridad alimentaria para los turistas y consumidores.

5.2. Recomendaciones

- Es necesario establecer estrategias para salvaguardar la cultura alimentaria de la ciudad de Riobamba en beneficio del turismo gastronómico, teniendo en cuenta estrategias no sólo de promoción gastronómica sino también de desarrollo local, en territorios que ven en sus productos alimenticios como un medio para mejorar su estatus socioeconómico.
- Por otro lado, se recomienda la puesta en marcha de normas que regularicen la actividad gastronómica en los establecimientos denominados “huecas” y otros establecimientos de ingesta de alimentos como los mercados, mismos que generan conflicto en el desarrollo de la actividad gastronómica, pues, a pesar de tener la principal comida típica y tradicional muchos no cumplen con una adecuada práctica de seguridad alimentaria e higiene, la cual afecta enormemente al desarrollo gastronómico de la ciudad.
- Para finalizar, se recomienda a los futuros investigadores continuar con la temática de investigación sobre la identidad cultural gastronómica de Riobamba, debido a que no se logró profundizar la materia por su extensión, por lo mismo se sugiere seguir investigando en este tema.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

Estrategias para salvaguardar la cultura alimentaria de la ciudad de Riobamba en beneficio del turismo gastronómico.

6.2. Introducción

A lo largo del desarrollo del turismo, se han reconocido los importantes resultados del consumo de alimentos en los destinos turísticos. La ingesta de preparaciones nuevas, no habituales suele ser por lo general una experiencia placentera sensorial, que en un destino es un “factor de atracción”. La gastronomía comprende más o menos un tercio del gasto turístico que realiza un viajero, por lo tanto, es un componente fundamental de los viajes turísticos que fácil podría ser hoy un sector en crecimiento dentro del mercado turístico global.

Hoy en día degustar alimentos y bebidas es una de las razones principales para visitar nuevos destinos, razón por la cual la gastronomía ha ganado mayor reconocimiento en la actividad turística, ya no solo es cuestión de comer por necesidad fisiológica, sino por conocer más sobre el país que se visita, teniendo en cuenta que la gastronomía de una localidad es el reflejo o la manifestación de su cultura, además, sus platos típicos y productos locales son elementos destacados de la experiencia cultural y turística de una región.

Por esa razón, se considera importante definir estrategias que aseguren, mejoren y prioricen una adecuada cultura alimentaria en la ciudad de Riobamba, teniendo presente que la gastronomía es también la relación entre la cultura y la alimentación y no sólo representa una actividad económica de un destino. En virtud de esto, se presenta la oportunidad de crear estrategias que salvaguarden la cultura alimentaria y promuevan el estilo de alimentación del destino turístico.

6.3. Situación actual y problemática

La situación actual del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es complicada, debido al poco desarrollo que ha tenido la actividad en los últimos años, no solo debido a la emergencia sanitaria covid-19 que trajo consigo una decadencia notable en la actividad turística y por ende del turismo gastronómico, este problema también se ocasiona por la deficiente articulación entre los actores relacionados y el desinterés por controlar y asegurar la calidad, higiene y salubridad en los establecimientos de comida. También es importante mencionar la pérdida progresiva de la identidad cultural alimentaria debido a la desvalorización del patrimonio alimentario que posee la ciudad, todo esto, por el desinterés de los entes gubernamentales y de los habitantes, para preservar los saberes ancestrales.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Definir estrategias de salvaguarda de la cultura alimentaria en beneficio del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

6.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un análisis de factores internos y externos (FODA).
- Identificar estrategias de preservación y fortalecimiento de identidad cultural alimentaria de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Identificar estrategias para garantizar la seguridad alimentaria en establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Identificar beneficiarios de la propuesta.

6.5. Desarrollo de la propuesta

6.5.1. Análisis FODA

▪ Matriz FODA priorizada

Tabla 7

Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
La gastronomía riobambeña utiliza técnicas y métodos ancestrales para su elaboración.	Escaso control en las normativas de higiene y control en el expendio de alimentos.
La ciudad de Riobamba cuenta con manifestaciones culturales propias en el cantón.	Pérdida de identidad cultural en la gastronomía tradicional por comercialización de nuevos productos gastronómicos y aculturizados.
Alto grado de asociacionismo de los profesionales de la gastronomía.	Débil imagen de la calidad de la gastronomía riobambeña a nivel nacional.
Diversidad de espacios territoriales para desarrollar la actividad turística y fórmulas gastronómicas.	Débil ensalce de la gastronomía riobambeña por parte de sus habitantes.
Diversidad de materias primas de calidad.	Infraestructura no adecuada y en mal estado
Oportunidades	Amenazas
Programas de capacitación que maneja el MINTUR para potencializar el turismo local.	Insuficiente promoción del turismo gastronómico local.
Creciente demanda del turismo gastronómico a nivel nacional.	Secuelas de la emergencia sanitaria.
Predisposición de los consumidores de pagar precios justos por ofertas culinarias de calidad.	Falta de apoyo de las autoridades municipales.
OTA's que difunden la gastronomía nacional a turistas extranjeros.	Recesión económica en el Ecuador.
Distintas instituciones o programas para financiar proyectos.	Poco interés de los entes gubernamentales locales para rescatar los saberes ancestrales y salvaguardar la identidad cultural alimentaria.

▪ **FODA cruzado**

Tabla 8

Matriz de estrategias de cambio

PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ La gastronomía riobambeña utiliza técnicas y métodos ancestrales para su elaboración. ▪ La ciudad de Riobamba cuenta con manifestaciones culturales propias en el cantón.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programas de capacitación que maneja el MINTUR para potencializar el turismo local. ▪ Creciente demanda del turismo gastronómico a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar programas de capacitación y socialización de técnicas y métodos ancestrales ▪ Crear concursos gastronómicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear una marca gastronómica ▪ Organizar ferias gastronómicas
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insuficiente promoción del turismo gastronómico local. ▪ Secuelas de la emergencia sanitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitar a los administradores de establecimientos de alimentos y bebidas sobre oferta y promoción de la gastronomía riobambeña ▪ Programas de capacitación de buenas prácticas de higiene (BPH) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Puesta en marcha de una política coherente de seguridad alimentaria en establecimientos de alimentos y bebidas, mercados y huecas. ▪ Fortalecer la capacidad de gestión, control, vigilancia y regulación sobre la calidad e inocuidad de toda la cadena agroalimentaria.

6.5.2. Estrategias de preservación y fortalecimiento de identidad cultural alimentaria

El objetivo principal es la preservación y fortalecimiento de la identidad cultural alimentaria a través de estrategias para el rescate, difusión y preservación de la comida típica de la ciudad. Para lograr estas acciones se realizó en primer lugar un diagnóstico FODA sobre la situación gastronómica en Riobamba, para luego definir estrategias, y por último sistematizarlo en la propuesta.

Tabla 9

Estrategias de preservación y fortalecimiento de identidad cultural alimentaria

Objetivo estratégico	Acción	Meta	Duración	Responsable
Crear una marca gastronómica	Desarrollar una marca que represente e identifique todas las actividades, eventos y planes gastronómicos de la ciudad	Posicionar la marca de la gastronomía riobambeña	Indefinido	GADMR
Implementar programas de capacitación	Desarrollar talleres de capacitación y socialización de técnicas y métodos ancestrales para la preparación de alimentos y bebidas	Aportar al conocimiento de los prestadores de alimentos y bebidas	3 meses	GADMR
Organizar ferias gastronómicas	Desarrollar ferias y eventos gastronómicos	Fortalecer la actividad turística gastronómica en la ciudad.	1 año	GADMR
Crear concursos gastronómicos.	Promover la participación de los prestadores de alimentos y bebidas mediante concursos transmitidos a nivel nacional.	Difundir la cultura alimentaria de la ciudad de Riobamba y promover su gastronomía.	1 año	GADMR

Capacitar a los administradores de establecimientos de alimentos y bebidas sobre oferta y promoción de la gastronomía riobambeña	Desarrollar cursos de capacitación sobre promoción, oferta y atención al cliente.	Los participantes adquieran aptitudes y conocimientos que les permita mejorar la promoción y oferta en sus establecimientos	3 meses	GADMR
--	---	---	---------	-------

6.5.3. Estrategias para garantizar la seguridad alimentaria en establecimientos de A&B

En este apartado se busca definir estrategias que aseguren un proceso adecuado en producción de alimentos, con la finalidad de garantizar la seguridad alimentaria en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba en beneficio de la cultura alimentaria y del turismo gastronómico. De igual manera, para lograr estas acciones se realizó en primer lugar un diagnóstico FODA sobre la situación gastronómica en la ciudad, para luego definir estrategias, y por último sistematizarlo en la propuesta.

Tabla 10

Estrategias para garantizar la seguridad alimentaria

Objetivo estratégico	Acción	Meta	Duración	Responsable
Programas de capacitación de buenas prácticas de higiene (BPH)	Desarrollar programas de capacitación referentes a las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos.	Aportar al conocimiento de los prestadores de alimentos y bebidas	2 semanas	GADMR

Puesta en marcha de una política coherente de seguridad alimentaria en establecimientos de alimentos y bebidas.	Aplicación de medidas de asistencia pública que garanticen el manejo inocuo e higiene en este tipo de establecimientos	Asegurar el manejo adecuado de los alimentos en los establecimientos de alimentos y bebidas	Indefinido	GADMR
Fortalecer la capacidad de gestión, control, vigilancia y regulación sobre la calidad e inocuidad de toda la cadena agroalimentaria.	Garantizar el correcto desarrollo de la trazabilidad alimentaria en cada uno de sus procesos.	Fortalecer el sector de alimentos y bebidas	Indefinido	GADMR

6.5.4. Beneficiarios

- Dueños, gerentes o administradores de establecimientos de alimentos y bebidas.
- Habitantes de la ciudad de Riobamba.
- Turistas que visiten la ciudad.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Riobamba.

6.5.5. Proyección del presupuesto

El presupuesto proyectado es una aproximación a los costos que tendrá la aplicación de cada estrategia, a continuación, se detallan los valores:

Tabla 11*Proyección del presupuesto*

Objetivo específico	Objetivo estratégico	Presupuesto proyectado
	Crear una marca gastronómica	1166,00
	Implementar programas de capacitación.	7585,00
Estrategias de preservación y fortalecimiento de identidad cultural alimentaria	Organizar ferias gastronómicas.	9850,00
	Capacitar a los administradores de establecimientos de alimentos y bebidas sobre oferta y promoción de la gastronomía riobambeña.	7585,00
Estrategias para garantizar la seguridad alimentaria en establecimientos de alimentos y bebidas	Programas de capacitación de buenas prácticas de higiene (BPH)	7585,00
TOTAL PROYECTADO		33771 USD

Tabla 12*Proyección del presupuesto para capacitaciones*

Componentes del gasto de capacitación	Gastos totales
Gastos directos de capacitación	
Salarios de instructores internos	425,00
Remuneraciones a instructores externos	850,00
Desarrollo curricular	760,00
Materiales de capacitación	500,00
Equipos y soportes	700,00
Alquiler de locales	2900,00
Alquiler de equipos y soportes	500,00
Alimentación e hidratación	500,00
Gastos administrativos de programación	450,00
Número proyectado de horas de capacitación	120 horas
Gasto promedio por hora de capacitación	63,21
Gasto total proyectado de la capacitación	7585,00 USD

Tabla 13*Proyección del presupuesto para la creación de la marca*

Descripción	Gasto proyectado
Diseño de la marca	750,00
Búsqueda fonética	16,00
Registro y protección de la marca en el SENADI	400,00
TOTAL PROYECTADO	1166,00 USD

Tabla 14*Proyección del presupuesto para eventos y ferias*

Descripción	Subtotal Proyectado
Localización del evento	4150,00 USD
Alquiler del espacio	0,00
Mesas / Sillas adicionales	150,00
Catering específico del lugar	4000,00
Equipamiento audiovisual	800,00 USD
Altavoces	350,00
Producción de video	100,00
Gráficos de presentación	50,00
Música / DJ	300,00
Decoración y señalización	1050,00 USD
Iluminación	200,00
Señalización adicional	100,00
Muebles adicionales	200,00
Floristería	250,00
Artículos decorativos adicionales	300,00
Registros	200,00 USD
Sistemas de inscripción	0,00
Programas, itinerarios del evento	200,00
Marketing y Comunicaciones	1050,00 USD
Marketing por correo electrónico	100,00
Encuestas	50,00
Producción de video	275,00
Fotografía e imprenta	425,00
Comunicados de prensa	200,00
Gastos de personal	2600,00 USD
Seguridad y limpieza	600,00
Control de acceso y coordinadores	1600,00
Personal de montaje y desmontaje	300,00
Animadores	100,00
TOTAL PROYECTADO	9850,00 USD

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, E. (2021). *Investigación correlacional*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>
- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6ª ed.). Episteme. ISBN: 980-07-8529-9
- Calderón, J., Alcívar, C., y Huacón A. (2015). Cómo incentivar a los ecuatorianos a tener una cultura alimenticia más saludable, para disminuir los índices de enfermedades que existen en la actualidad. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. ISSN: 2254-7630
- Calderón, M., Taboada, O., Argumedo-, Adrián., Ortiz, Enrique., López, A., y Jacinto, Carmen. (2017). Cultura alimentaria: Clave para el diseño de estrategias de mejoramiento nutricional de poblaciones rurales. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 14(2), 303-320. ISSN 1870-5472
- Casas, J., Repullo, J., y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Sciencedirect*, 31(8) 527-538. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Cepeda, L. (2018). *Avance y signo del turismo gastronómico*. Revista Sobremesa.
<https://sobremesa.es/art/3844/avance-y-signo-del-turismo-gastronomico>
- Chafía, J. (2021). *Patrimonio alimentario y turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8419>
- Chavarría Olarte, M. (2017). *Metodología para la elaboración de tesis* (9ª ed.). Trillas. ISBN: 978-607-17-2822-7

- Contreras, J. y Gracia, M. (2014). Alimentación y cultura. Perspectivas antropológicas. *Investigaciones Sociales*, 11(19), 387–392. <https://doi.org/10.15381/is.v11i19.8073>
- Esneca. (2020). *Trazabilidad alimentaria: qué es y cuál es su importancia*. <https://www.esneca.com/blog/trazabilidad-alimentaria/>
- Euroinnova, (s.f). *Que son los servicios gastronómicos*. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-servicios-gastronomicos>
- Fude. (s. f.). *¿Qué es el turismo gastronómico?* <https://www.educativo.net/articulos/que-es-el-turismo-gastronomico-1030.html>
- Garces, D. & Valenzuela, M. (2017). *Rescate de la identidad gastronómica de la parroquia de caranqui para la ruta turística del último inca Atahualpa en la provincia de Imbabura*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://dspace.pucesi.edu.ec/handle/11010/69>
- García, A. (2019). *Marketing y el turismo gastronómico del cantón Guano, provincia de Chimborazo*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5626>
- García, E. (2014). *Representación cultural*. Academia. https://www.academia.edu/8930501/REPRESENTACION_CULTURAL_Las
- Güemes, F. y Ramírez, B. (2012). Identidad en la gastronomía de la frontera México-Belice ¿Producto turístico? *El Periplo Sustentable*, (22), 103-144. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193424438005>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

- Guzmán, T. y Sánchez, S. (2018). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5) 575-584. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.072>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education. ISBN: 978-1-4562-6096-5.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education. ISBN: 978-607-15-0291-9
- Kerlinger, F y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. (4ª ed.). México: McGraw-Hill, p. 124. ISBN: 13:978-970-103070-7
- Larrosa, P. (2021). Qué es un servicio gastronómico. *La Verdad*.
<https://www.laverdad.es/gastronomia/preguntas-respuestas/que-servicio-gastronomico-20070130000000-nt.html>
- Macías Reyes, R. (2013). *El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización*. Universidad de Las Tunas. <http://edacunob.ult.edu.cu/xmlui/handle/123456789/33>
- Magaña, J. (2018). Importancia de la identidad cultural. *Prensa Libre*.
<https://www.prensalibre.com/opinion/importancia-de-la-identidad-cultural/>
- Molano L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>
- Moreno, X. (2020). *Patrimonio cultural inmaterial y turismo gastronómico de la parroquia Yaruquies del cantón Riobamba*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6636>

Reglamento (CE) n° 178/2002 [Parlamento Europeo y del Consejo]. Por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria. 28 de enero de 2002

Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Revista Internacional de Morfología*, 35 (1), 227-232.

<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2002). Capítulo 4 Factores sociales y culturales en la nutrición. *Colección FAO: Alimentación y nutrición* N° 29. ISBN 92-5-303818-7. <https://www.fao.org/3/w0073s/w0073s08.htm>

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. <https://doi.org/10.18111/9789284420995>

UNESCO. (2021). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

Unión Puebla. (2021). *Manifestaciones culturales en América y Europa*. <https://www.unionpuebla.mx/articulo/2021/02/22/educacion/manifestaciones-culturales-en-america-y-europa-aprende-en-casa>

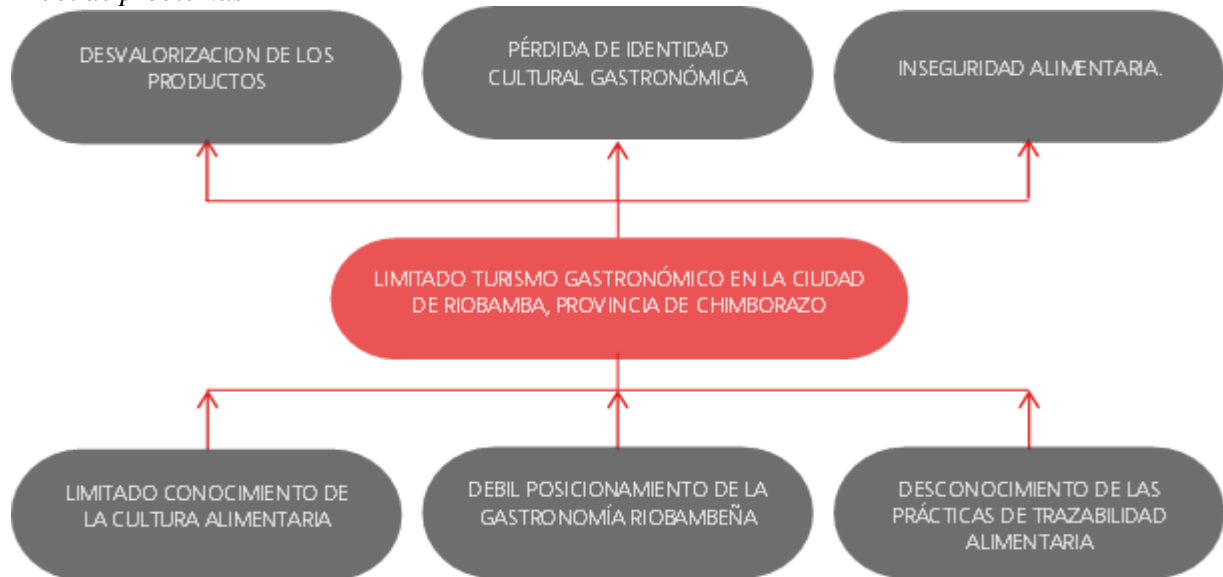
Vásconez, D. (2015). *Modelo de negocio del turismo gastronómico en Ecuador*. [Tesis de grado, Universidad San Francisco de Quito]. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4276/1/113848.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas

Figura 1

Árbol de problemas



Anexo 2. Operacionalización de Variables

Tabla 15

Operacionalización de variables

Operacionalización de Variables					
Variable	Definición	Dimensiones o Categorías	Definición	Indicadores	Metodología
VARIABLE INDEPENDIENTE Cultura Alimentaria	Es el conjunto de representaciones o manifestaciones culturales heredadas y/o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de una cultura dada o de un grupo social determinado dentro de una cultura. (Contreras y Gracia, 2005)	1. Representaciones	1. Son elementos dinámicos relacionados a la cultura y se representan mediante prácticas, conocimientos, técnicas. (García, 2014)	1.1. Prácticas 1.2. Conocimientos 1.3. Técnicas	Método Cuantitativo Cualitativo Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario
		2. Identidad cultural	2. La identidad cultural está constituida por un sinnúmero de factores, empezando por el idioma, gastronomía y tradiciones, que se complementa con elementos del entorno natural, el urbanismo y la arquitectura. (Magaña, 2018)	2.1. Idioma 2.2. Gastronomía 2.3. Tradiciones	
		3. Trazabilidad Alimentaria	3. La trazabilidad alimentaria permite mantener el control estricto de un producto desde su materia prima hasta su venta al público. Este proceso hace referencia al camino que sigue un alimento desde su producción hasta su distribución. Gracias a la trazabilidad, es posible garantizar a la población una mayor seguridad, porque ella nos permite detectar cualquier irregularidad o peligro. (Esneca, 2020)	3.1. Seguridad Alimentaria 3.2. Etapa de producción 3.3. Etapa de distribución.	
VARIABLE DEPENDIENTE Turismo Gastronómico	El turismo gastronómico es una tipología de turismo, donde la gastronomía es el hilo conductor que guía la vista. En la actualidad, este tipo de turismo se presenta como una alternativa perfecta para muchos destinos que buscan fomentar su identidad culinaria y manifestar al mundo su cultura alimentaria, también pretenden dar a conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o fechas especiales como fiestas tradicionales culturales o patronales. (Fude, s.f)	1. Servicios gastronómicos	1. 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. (Larrosa, 2021)	1.1. Oferta gastronómica 1.2. Servicios 1.3. Calidad	Método Cuantitativo Cualitativo Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario
		2. Identidad gastronómica	2. Desde la perspectiva del turismo cultural, se considera como un atractivo más para el mercado: platillos regionales son, en ocasiones, el motivo principal de la visita de los turistas. (Güemes y Ramírez, 2012)	2.1. Cultura 2.2. Métodos y técnicas	
		3. Tradiciones	3. Son expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, saberes, conocimientos, técnicas y prácticas ancestrales. (UNESCO, 2021)	2.1. Expresiones 2.2. Saberes 2.3. Sabores	

Anexo 3. Matriz de consistencia

Tabla 16

Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Diseño Metodológico
¿Cuál es la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?	Establecer la relación de la cultura alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	H.G ₁ : La cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. H.G ₀ : La cultura alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	Variable independiente Cultura alimentaria Es el conjunto de representaciones o manifestaciones culturales heredadas y/o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de una cultura dada o de un grupo social determinado dentro de una cultura, la cultura alimentaria está ligada con la identidad cultural de una sociedad y la seguridad alimentaria. (Contreras y Gracia, 2005)	Variable independiente 1. Representaciones 2. Identidad cultural 3. Trazabilidad alimentaria Variable dependiente 1. Servicios Gastronómicos 2. Identidad gastronómica 3. Tradiciones	Método Cualitativo Cuantitativo Técnicas Encuesta Instrumento Cuestionario
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			
¿Cómo se relacionan las representaciones y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de las representaciones y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	H.E1 ₁ : Las representaciones se relacionan con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. H.E1 ₀ : Las representaciones no se relacionan con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	Variable dependiente Turismo gastronómico El turismo gastronómico es una tipología de turismo, donde la gastronomía es el hilo conductor que guía la vista. En la actualidad, este tipo de turismo se presenta como una alternativa perfecta para muchos destinos que buscan fomentar su identidad culinaria y manifestar al mundo su cultura alimentaria, también pretender dar a conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o fechas especiales como fiestas tradicionales culturales o patronales. (Fude, s.f)		
¿Cómo se relaciona la identidad cultural y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de la identidad cultural y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	H.E2 ₁ : La identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. H.E2 ₀ : La identidad cultural no se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.			
¿Cómo se relaciona la trazabilidad alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de la trazabilidad alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	H.E3 ₁ : La trazabilidad alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. H.E3 ₀ : La trazabilidad alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo			

Anexo 4. Validación de encuestas – Variable Independiente



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Cultura Alimentaria"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre "Cultura Alimentaria"

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
**RENATO HERNAN
HERRERA CHAVEZ**

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Margoth Cali Pereira

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de Julio del 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Cultura Alimentaria"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre "Cultura Alimentaria"

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado digitalmente por:
**MARGOTH
ISABEL CALI
PEREIRA**

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Diego Mauricio Calvopiña Andrade

Título/grado:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Cultura Alimentaria"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre "Cultura Alimentaria"

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
**DIEGO MAURICIO
CALVOPINA
ANDRADE**

Firma del experto

Anexo 5. Validación de encuestas – Variable Dependiente



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Turismo Gastronómico"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre "Turismo Gastronómico"

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
RENATO HERNAN
HERRERA CHAVEZ

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Margoth Cali Pereira

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 05 de julio del 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Turismo Gastronómico"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre "Turismo Gastronómico"

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	SI		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	SI		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	SI		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	SI		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	SI		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	SI		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	SI		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	SI		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	SI		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	SI		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	SI		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
**MARGOTH
ISABEL CALI
PEREIRA**

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Diego M. Calvopiña Andrade

Título/grado:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA ALIMENTARIA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Turismo Gastronómico"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre "Turismo Gastronómico"

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firma del experto

Anexo 6. Encuesta variable independiente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE TURISMO

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

Formulario Nº: _____

Fecha de la encuesta: ___/___/___

Encuestadora: Andrea López Solórzano

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar información sobre la cultura alimentaria en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES

- Contestar las preguntas con total veracidad.
- Seleccione con una X la casilla de la respuesta con la siguiente valoración:
1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Imparcial 4= Moderadamente de acuerdo
5= Totalmente de acuerdo
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este proyecto.

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

INFORMACIÓN DE CONTACTO DEL ENCUESTADOR

Andrea López Solórzano
 andrea.lopez@unach.edu.ec
 Celular: 098335843 - 0968647027

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Género

Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

b) Edad

20 - 30	<input type="checkbox"/>	31 - 40	<input type="checkbox"/>	41 - 50	<input type="checkbox"/>	Más de 50	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------	--------------------------

c) Nivel de instrucción

Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Superior universitaria	<input type="checkbox"/>	Superior no universitaria	<input type="checkbox"/>	Post grado	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	------------	--------------------------	------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	------------	--------------------------

d) Años de experiencia en el sector de alimentos bebidas

Menos de 1 año	<input type="checkbox"/>	De 1 a 5 años	<input type="checkbox"/>	De 5 a 10 años	<input type="checkbox"/>	Más de 10 años	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	---------------	--------------------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------------------

Nº	ITEM	PARÁMETRO				
CONSIDERA USTED QUE:						
DIMENSIÓN	REPRESENTACIONES	1	2	3	4	5
		T.D	D	I	M.D	T.A
1	La preservación de las prácticas culinarias ancestrales son un factor clave para el desarrollo gastronómico de la ciudad de Riobamba.					
2	Es adecuada la transmisión de conocimientos gastronómicos mediante las manifestaciones culturales culinarias de la ciudad de Riobamba					
3	Es importante impulsar el manejo de técnicas y métodos culinarios ancestrales que permitan preservar la gastronomía de la ciudad de Riobamba					
DIMENSIÓN	IDENTIDAD CULTURAL					
4	Dominar algún idioma extranjero es un factor socio-cultural de desarrollo en el sector gastronómico de la ciudad de Riobamba					
5	Es importante conocer la historia, técnicas y métodos culinarios de la gastronomía riobambeña					
6	Es importante revalorizar el valor cultural de la gastronomía de la ciudad de Riobamba.					
7	Es importante preservar la gastronomía riobambeña y sus tradiciones mediante eventos culturales y culinarios.					
DIMENSIÓN	TRAZABILIDAD ALIMENTARIA					
8	Es importante conocer acerca del manejo inocuo de los alimentos y bebidas en las preparaciones gastronómicas.					
9	Es importante realizar un control de calidad y salubridad en los procesos de producción.					
10	Es importante conocer el origen y distribución de los alimentos y bebidas para asegurar la calidad y seguridad alimentaria					

"GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"

Anexo 7. Encuesta variable dependiente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Formulario Nº: _____

Fecha de la encuesta: ___/___/___

Encuestadora: Andrea López Solórzano

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar información sobre el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES

- Contestar las preguntas con total veracidad.
- Seleccione con una X la casilla de la respuesta con la siguiente valoración:
1= No es importante 2= Poco importante 3= Neutral 4= Importante 5= Muy importante
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este proyecto.

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

INFORMACIÓN DE CONTACTO DEL ENCUESTADOR

Andrea López Solórzano
andrea.lopez@unach.edu.ec
Celular: 098335843 - 0968647027

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Género

Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

b) Edad

20 - 30	<input type="checkbox"/>	31 - 40	<input type="checkbox"/>	41 - 50	<input type="checkbox"/>	Más de 50	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------	--------------------------

c) Nivel de instrucción

Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Superior universitaria	<input type="checkbox"/>	Superior no universitaria	<input type="checkbox"/>	Post grado	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	------------	--------------------------	------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	------------	--------------------------

Nº	ITEM	PARÁMETRO				
CONSIDERA IMPORTANTE:						
DIMENSIÓN	SERVICIOS GASTRONÓMICOS	1	2	3	4	5
		N.I	P.I	N	I	M.I
1	La oferta culinaria de la ciudad de Riobamba.					
2	El conocimiento de los prestadores de alimentos y bebidas sobre las técnicas culinarias en las preparaciones gastronómicas.					
3	Conocer el origen de los alimentos que se utiliza en las preparaciones gastronómicas.					
DIMENSIÓN	IDENTIDAD GASTRONÓMICA					
4	Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre el cultivo de los productos agrícolas utilizados en sus preparaciones culinarias.					
5	Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre los principales platos típicos en la ciudad de Riobamba.					
6	Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre las técnicas y métodos de cocción ancestrales de la gastronomía riobambeña.					
DIMENSIÓN	TRADICIONES					
7	Dar a conocer sobre los principales eventos gastronómicos de la ciudad de Riobamba.					
8	Conocer acerca de los saberes ancestrales culinarios como instrumento para la preservación del patrimonio gastronómico de la ciudad.					
9	Preservar los sabores ancestrales de las preparaciones culinarias de la ciudad de Riobamba					

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

Anexo 8. Confiabilidad de los instrumentos

Variable Independiente

George y Mallery (2003), recomiendan los siguientes valores para evaluar el coeficiente de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable

Tabla 17

Alfa de Cronbach. V.I.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,843	10

Nota: Elaborado en el software SPSS

Teniendo en cuenta los criterios de evaluación de George y Mallery (2003) se puede determinar que el instrumento de la variable independiente tiene un coeficiente alfa ,843, por lo que es preciso señalar el criterio de aceptación y confiabilidad como BUENO.

Variable Dependiente

Tabla 18

Alfa de Cronbach. V.D.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	9

Nota: Elaborado en el software SPSS

Teniendo en cuenta los criterios de evaluación de George y Mallery (2003) se puede determinar que el instrumento de la variable dependiente tiene un coeficiente alfa ,820, por lo que es preciso señalar el criterio de aceptación y confiabilidad como BUENO.

Anexo 9. Interpretación de resultados de la encuesta - variable independiente

Tabla 19

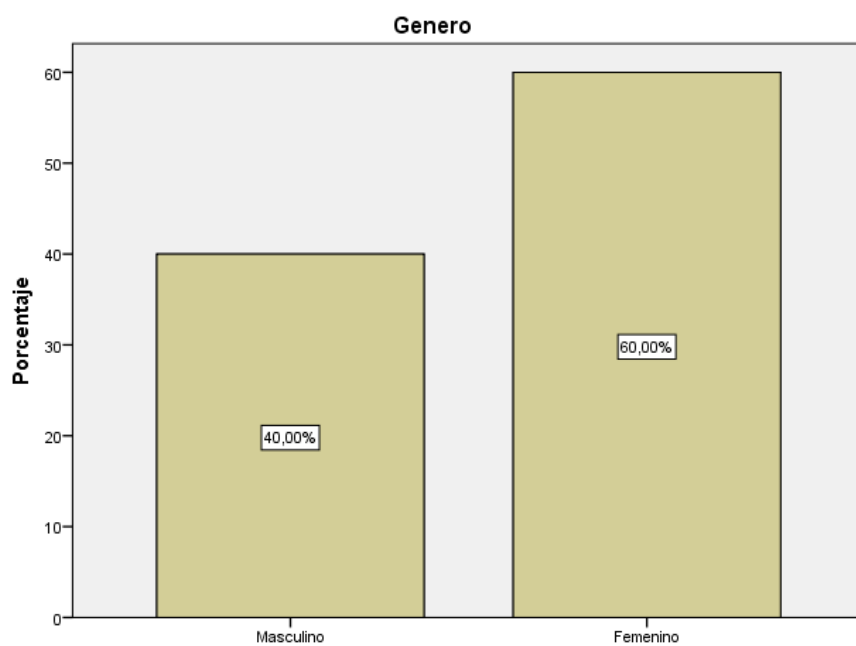
Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	20	40,0	40,0	40,0
Válidos Femenino	30	60,0	60,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 2

Género



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que, del total de habitantes encuestados, el 60% es de género femenino, mientras que el 40% es de género masculino. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje corresponde al género femenino.

Tabla 20

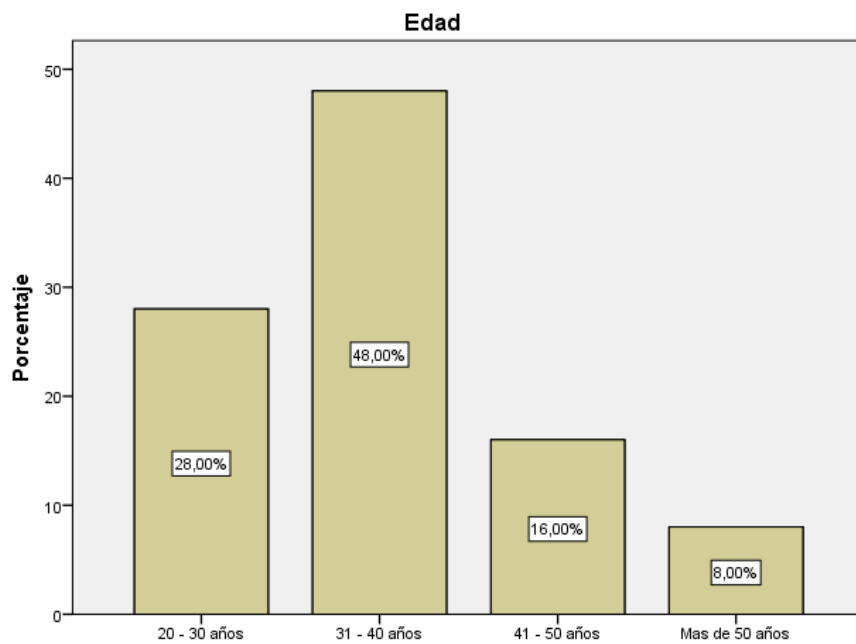
Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20 - 30 años	14	28,0	28,0	28,0
31 - 40 años	24	48,0	48,0	76,0
Válidos 41 - 50 años	8	16,0	16,0	92,0
Mas de 50 años	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 3

Edad



Nota: Elaborado en el software SPSS

A partir de los datos obtenidos se puede evidenciar que el 28% tiene entre 20 y 30 años, el 48% de los encuestados tiene entre 31 y 40 años, el 16% tiene entre 41 y 50 años y el 8% tiene más de 50 años. Sin duda se puede concluir que el 48% que representa la mayoría, tiene entre 31 a 40 años.

Tabla 21

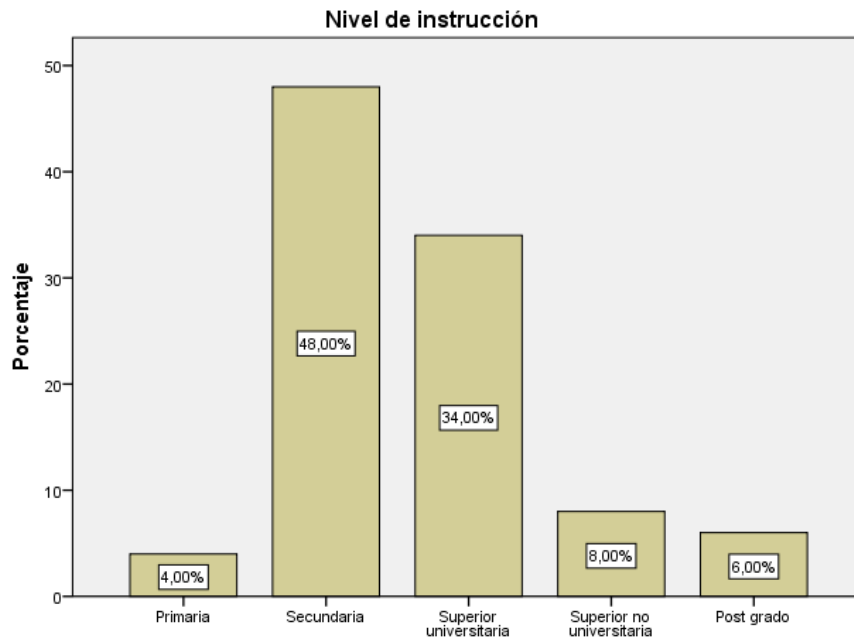
Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	2	4,0	4,0	4,0
Secundaria	24	48,0	48,0	52,0
Superior universitaria	17	34,0	34,0	86,0
Superior no universitaria	4	8,0	8,0	94,0
Post grado	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 4

Nivel de instrucción



Nota: Elaborado en el software SPSS

Como se observa el 4% cuenta estudios de primaria, el 48% cuenta con estudios de secundaria, el 34% cuenta con estudios superior universitario, el 8% corresponde a estudios no universitarios, mientras que únicamente el 6% cuenta con post grado. Se puede concluir que el 48% que representa la mayoría cuenta con estudio de secundaria.

Tabla 22

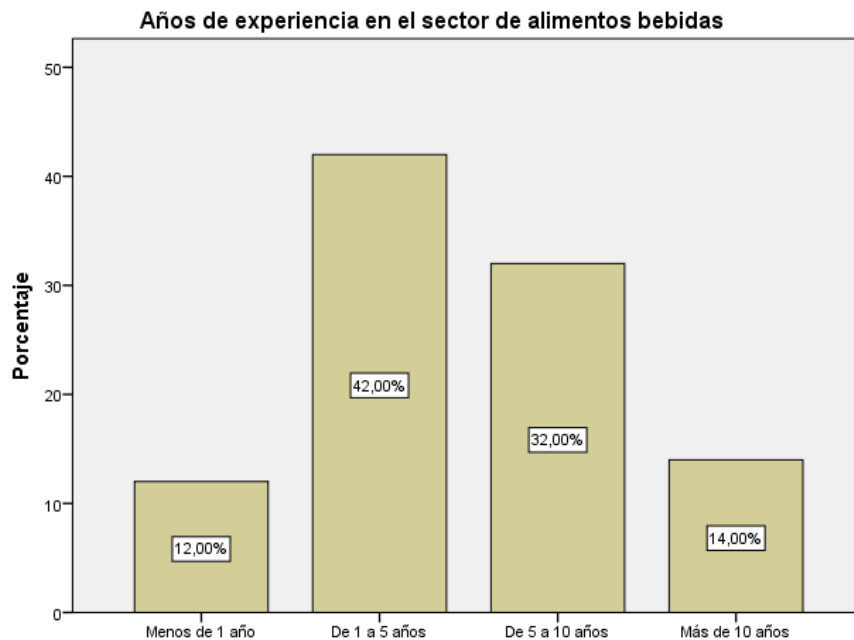
Experiencia en el sector de A&B

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	6	12,0	12,0	12,0
De 1 a 5 años	21	42,0	42,0	54,0
Válidos De 5 a 10 años	16	32,0	32,0	86,0
Más de 10 años	7	14,0	14,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 5

Experiencia en el sector de A&B



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que el 12% de los prestadores de servicio de A&B tiene menos de 1 año de experiencia en el sector, el 42% tiene de 1 a 5 años, el 32% tiene de 5 a 10 años y apenas el 14% tiene más de 10 años de experiencia. En base a este análisis se concluye que, en su mayoría, el 42% tiene un estimado de 1 a 5 años de experiencia en el sector de A&B.

Tabla 23

Prácticas culinarias ancestrales

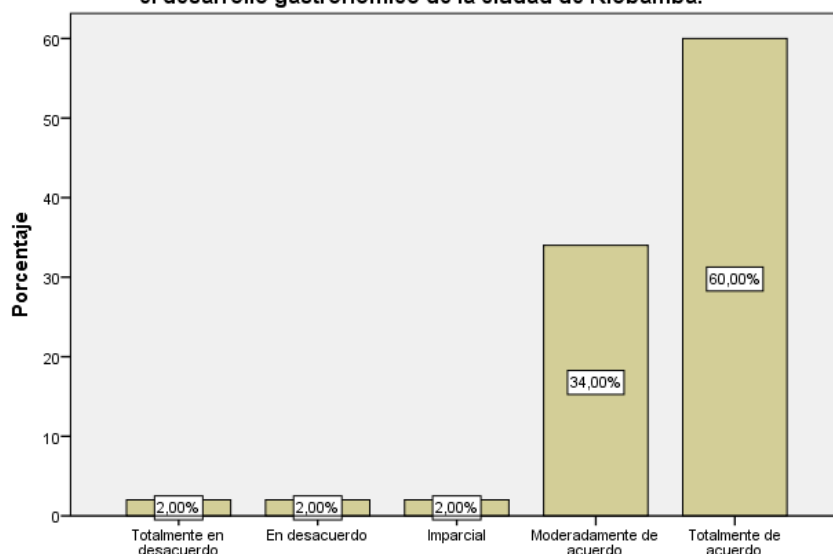
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	1	2,0	2,0	4,0
Imparcial	1	2,0	2,0	6,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	17	34,0	34,0	40,0
Totalmente de acuerdo	30	60,0	60,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 6

Prácticas culinarias ancestrales

La preservación de las prácticas culinarias ancestrales son un factor clave para el desarrollo gastronómico de la ciudad de Riobamba.



Nota: Elaborado en el software SPSS

En base al análisis, se puede observar que el 60% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, mientras que un 34% está moderadamente de acuerdo, el 2% es imparcial, otro 2% está en desacuerdo y el 2% restante está totalmente en desacuerdo. Se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que la preservación de las prácticas culinarias ancestrales son un factor clave en el desarrollo gastronómico de la ciudad de Riobamba.

Tabla 24

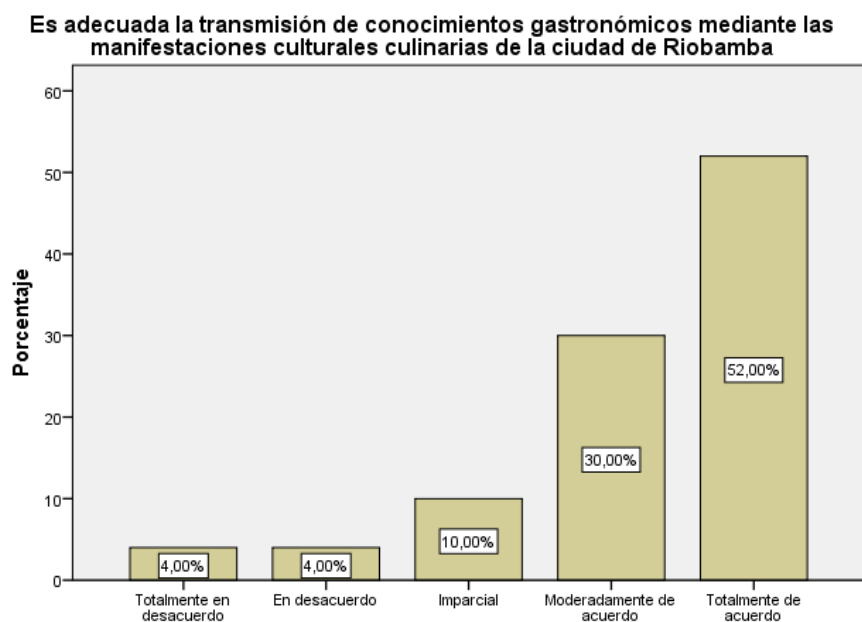
Transmisión de conocimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	2	4,0	4,0	8,0
Imparcial	5	10,0	10,0	18,0
Moderadamente de acuerdo	15	30,0	30,0	48,0
Totalmente de acuerdo	26	52,0	52,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 7

Transmisión de conocimientos



Nota: Elaborado en el software SPSS

A partir de este análisis, se puede observar que el 52% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 30% está moderadamente de acuerdo, el 10% es imparcial, el 4% está en desacuerdo y el 4% restante está totalmente en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en es adecuada la transmisión de conocimientos gastronómicos a través de las manifestaciones culturales de carácter culinario que se presentan en la ciudad de Riobamba.

Tabla 25

Manejo de técnicas y métodos

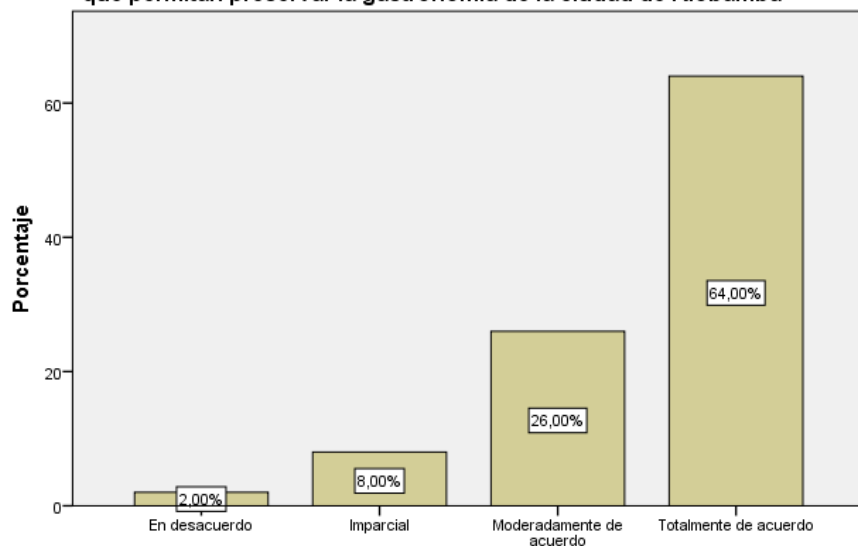
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Imparcial	4	8,0	8,0	10,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	13	26,0	26,0	36,0
Totalmente de acuerdo	32	64,0	64,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 8

Manejo de técnicas y métodos

Es importante impulsar el manejo de técnicas y métodos culinarios ancestrales que permitan preservar la gastronomía de la ciudad de Riobamba



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se puede observar que el 64% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 26% está moderadamente de acuerdo, el 8% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que el 64% representando la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante impulsar el manejo de técnicas y métodos culinarios ancestrales que permitan la preservación de la gastronomía riobambeña.

Tabla 26

Idioma

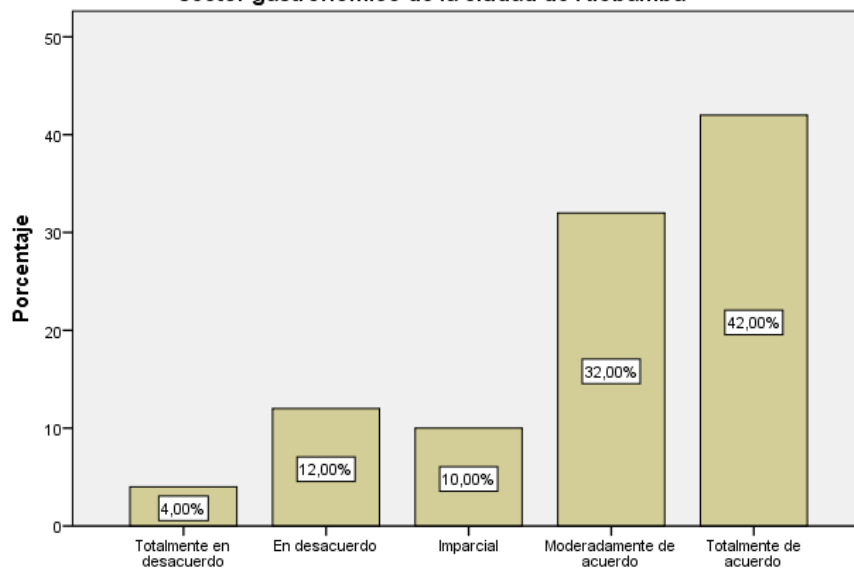
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	6	12,0	12,0	16,0
Imparcial	5	10,0	10,0	26,0
Moderadamente de acuerdo	16	32,0	32,0	58,0
Totalmente de acuerdo	21	42,0	42,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 9

Idioma

Dominar algún idioma extranjero es un factor socio-cultural de desarrollo en el sector gastronómico de la ciudad de Riobamba



Nota: Elaborado en el software SPSS

A partir de este análisis, se puede observar que el 42% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 32% está moderadamente de acuerdo, el 10% es imparcial, el 12% está en desacuerdo y un 4% está totalmente en desacuerdo. En base a esto, se puede determinar que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo que el dominio de idiomas extranjeros es un factor socio cultural de desarrollo para el sector gastronómico de Riobamba.

Tabla 27

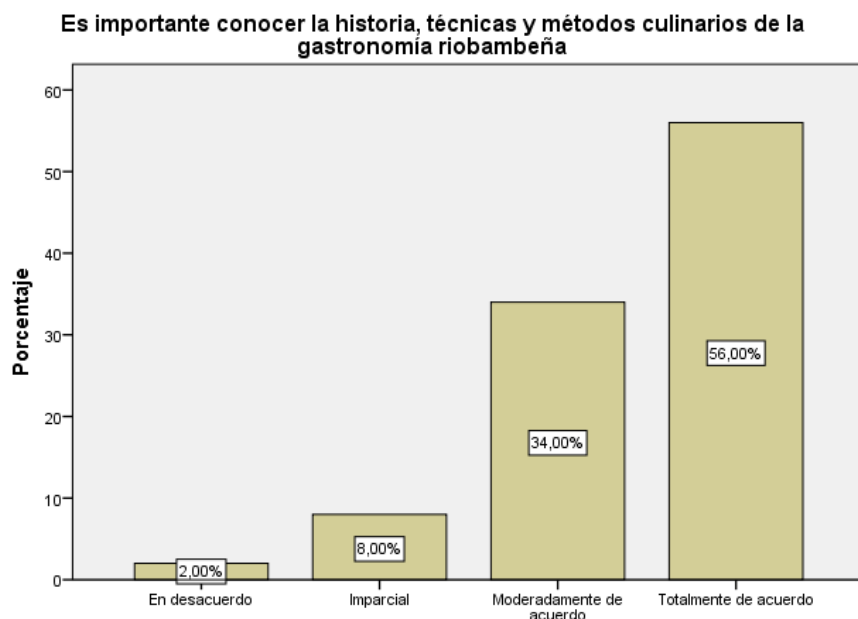
Historia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Imparcial	4	8,0	8,0	10,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	17	34,0	34,0	44,0
Totalmente de acuerdo	28	56,0	56,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 10

Historia



Nota: Elaborado en el software SPSS

En base al análisis, se puede observar que el 56% de los encuestados está totalmente de acuerdo, mientras que un 34% está moderadamente de acuerdo, el 8% es imparcial y el 2% está en desacuerdo. Se puede concluir que el 56,00% siendo la mayoría de los prestadores de servicio de A&B encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante conocer la historia, técnicas y métodos culinarios de la gastronomía riobambeña.

Tabla 28

Valor cultural de la gastronomía

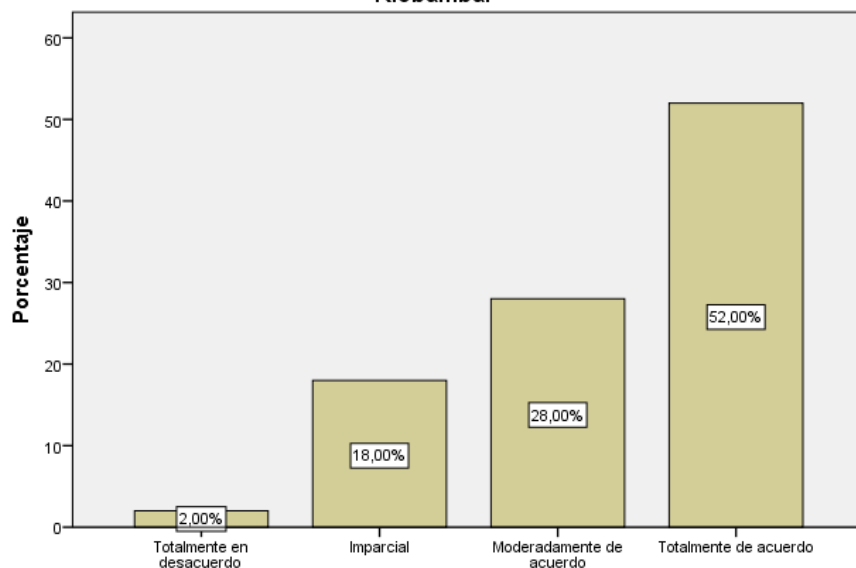
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Imparcial	9	18,0	18,0	20,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	14	28,0	28,0	48,0
Totalmente de acuerdo	26	52,0	52,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 11

Valor cultural de la gastronomía

Es importante revalorizar el valor cultural de la gastronomía de la ciudad de Riobamba.



Nota: Elaborado en el software SPSS

A partir de este análisis, se puede observar que el 52% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 28% está moderadamente de acuerdo, el 18% es imparcial y el 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que la mayoría de encuestados considera que muy importante revalorizar el valor cultural de la gastronomía de la ciudad de Riobamba.

Tabla 29

Tradiciones

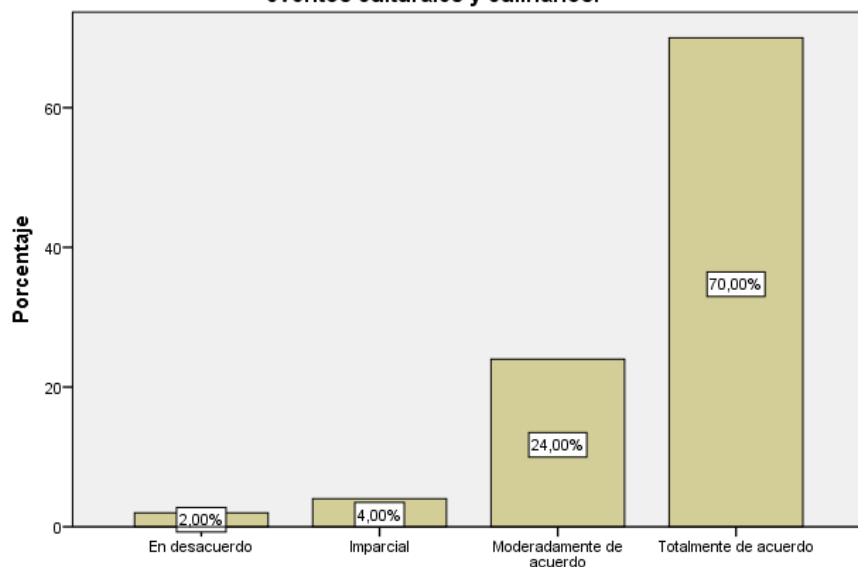
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Imparcial	2	4,0	4,0	6,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	12	24,0	24,0	30,0
Totalmente de acuerdo	35	70,0	70,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 12

Tradiciones

Es importante preservar la gastronomía riobambeña y sus tradiciones mediante eventos culturales y culinarios.



Nota: Elaborado en el software SPSS

A partir de este análisis, se puede observar que el 70% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 24% está moderadamente de acuerdo, el 4% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante preservar la gastronomía y tradiciones mediante eventos culturales de tipo culinario en la ciudad de Riobamba.

Tabla 30

Seguridad alimentaria

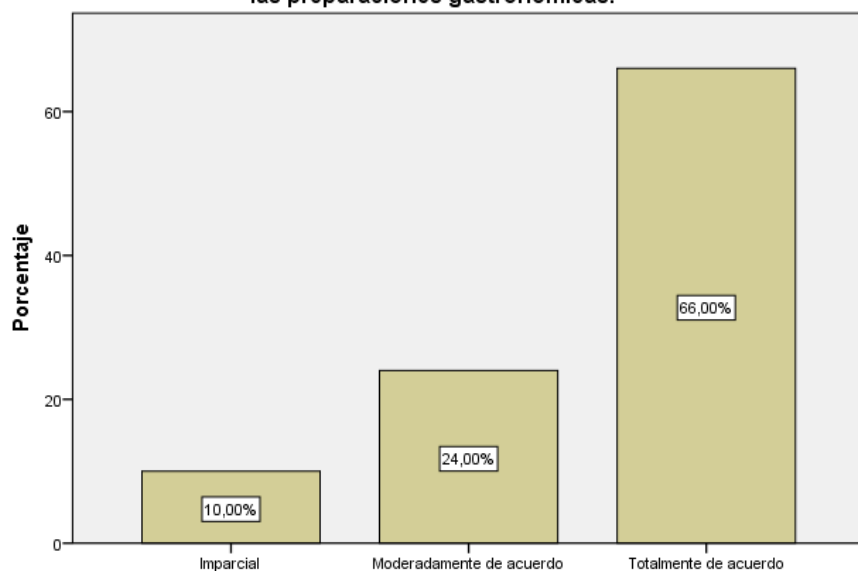
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Imparcial	5	10,0	10,0	10,0
Moderadamente de acuerdo	12	24,0	24,0	34,0
Totalmente de acuerdo	33	66,0	66,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 13

Seguridad alimentaria

Es importante conocer acerca del manejo inocuo de los alimentos y bebidas en las preparaciones gastronómicas.



Nota: Elaborado en el software SPSS

En base al análisis, se puede observar que el 66% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 24% está moderadamente de acuerdo y un 10% es imparcial. Se puede concluir que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante conocer acerca del manejo inocuo de los A&B en las preparaciones culinarias.

Tabla 31

Etapa de producción

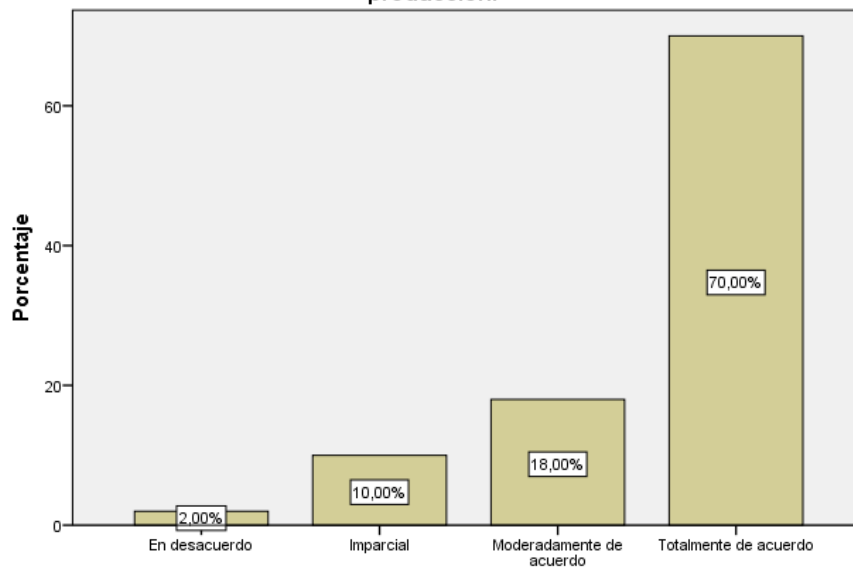
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Imparcial	5	10,0	10,0	12,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	9	18,0	18,0	30,0
Totalmente de acuerdo	35	70,0	70,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 14

Etapa de producción

Es importante realizar un control de calidad y salubridad en los procesos de producción.



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que 70% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 18% está moderadamente de acuerdo, el 10% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede determinar que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante realizar un control de calidad y salubridad en los procesos de producción.

Tabla 32

Etapa de distribución

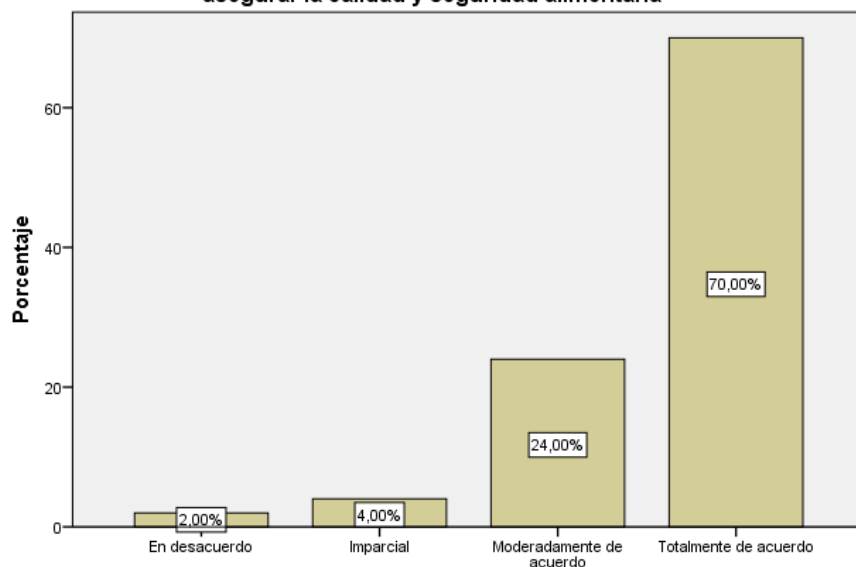
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Imparcial	2	4,0	4,0	6,0
Válidos Moderadamente de acuerdo	12	24,0	24,0	30,0
Totalmente de acuerdo	35	70,0	70,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 15

Etapa de distribución

Es importante conocer el origen y distribución de los alimentos y bebidas para asegurar la calidad y seguridad alimentaria



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que 70% de los prestadores de servicio de A&B está totalmente de acuerdo, el 24% está moderadamente de acuerdo, el 4% es imparcial y un 2% está en desacuerdo. En base a esto, se puede determinar que la mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante conocer el origen y distribución de A&B para asegurar la calidad y seguridad alimentaria.

Anexo 10. Interpretación de resultados de la encuesta - variable dependiente

Tabla 33

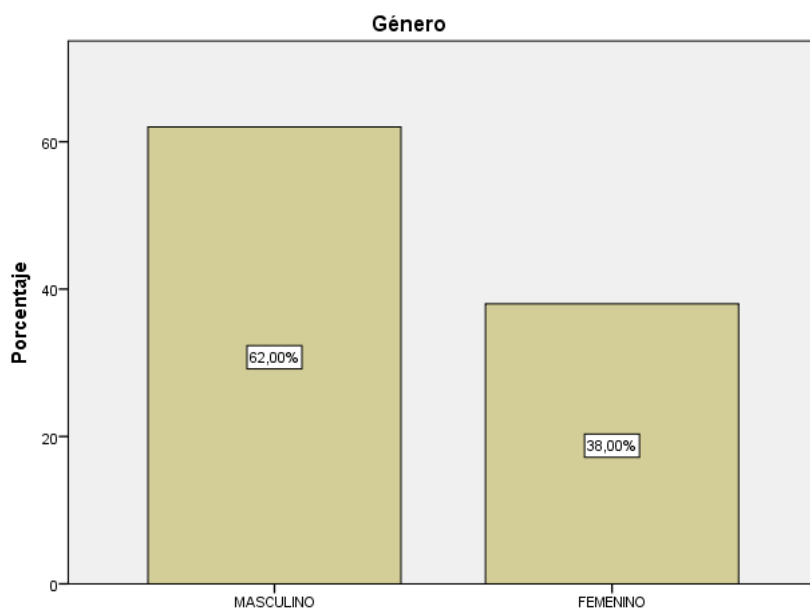
Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
MASCULINO	31	62,0	62,0	62,0
FEMENINO	19	38,0	38,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 16

Género



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que, del total de habitantes encuestados, el 62% es de género masculino, mientras que el 38% es de género femenino. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje corresponde al género masculino.

Tabla 34

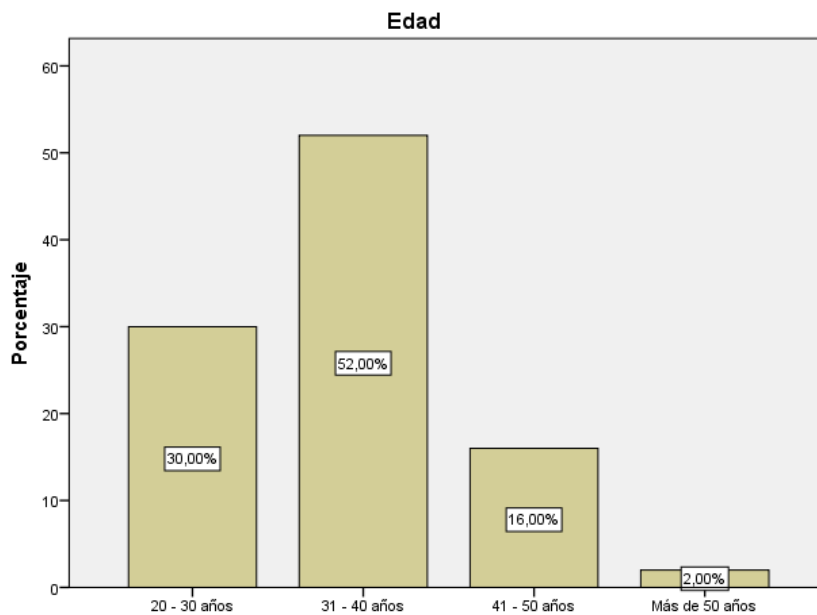
Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	20 - 30 años	15	30,0	30,0
	31 - 40 años	26	52,0	82,0
Válidos	41 - 50 años	8	16,0	98,0
	Más de 50 años	1	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 17

Edad



Nota: Elaborado en el software SPSS

De acuerdo con los datos obtenidos se puede evidenciar que el 30% de los encuestados tiene entre 20 y 30 años, el 52% tiene entre 31 y 40 años, el 16% tiene entre 41 y 50 años y el 2% tiene más de 50 años. Sin duda se puede concluir que el 52% que representa la mayoría, tiene entre 31 a 40 años.

Tabla 35

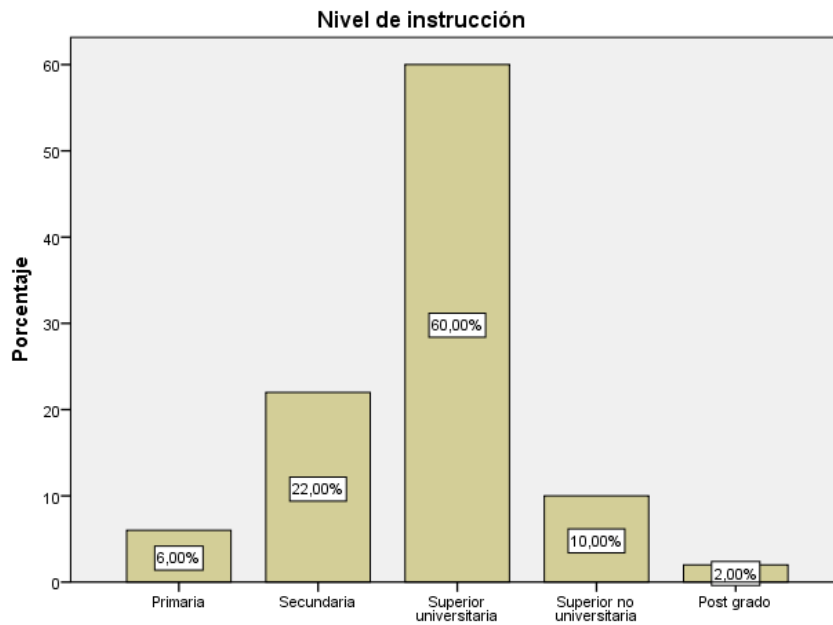
Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Primaria	3	6,0	6,0	6,0
Secundaria	11	22,0	22,0	28,0
Superior universitaria	30	60,0	60,0	88,0
Superior no universitaria	5	10,0	10,0	98,0
Post grado	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 18

Nivel de instrucción



Nota: Elaborado en el software SPSS

Como se observa el 6% cuenta estudios de primaria, el 22% corresponde a estudios de secundaria, mientras que el 60% cuenta con un título universitario, el 10% cuenta con estudio superior no universitario y únicamente el 2% tiene post grado. Se puede concluir que el 60% que representa la mayoría cuenta con estudio superior universitario.

Tabla 36

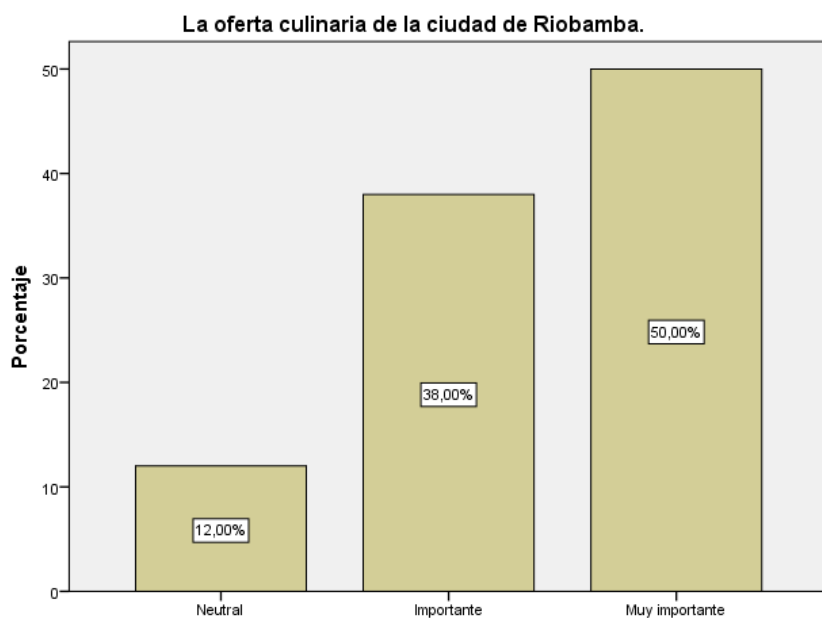
Oferta culinaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Neutral	6	12,0	12,0	12,0
Importante	19	38,0	38,0	50,0
Muy importante	25	50,0	50,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 19

Oferta culinaria



Nota: Elaborado en el software SPSS

Como se evidencia, el 50% de elementos estudiados considera muy importante la oferta culinaria de la ciudad de Riobamba, mientras que, el 38% lo considera importante y solo el 12% considera neutral. Con el análisis realizado se puede concluir que el 50% considera muy importante la oferta gastronómica en la ciudad de Riobamba, este valor representa la mayoría de la población estudiada.

Tabla 37

Técnicas culinarias

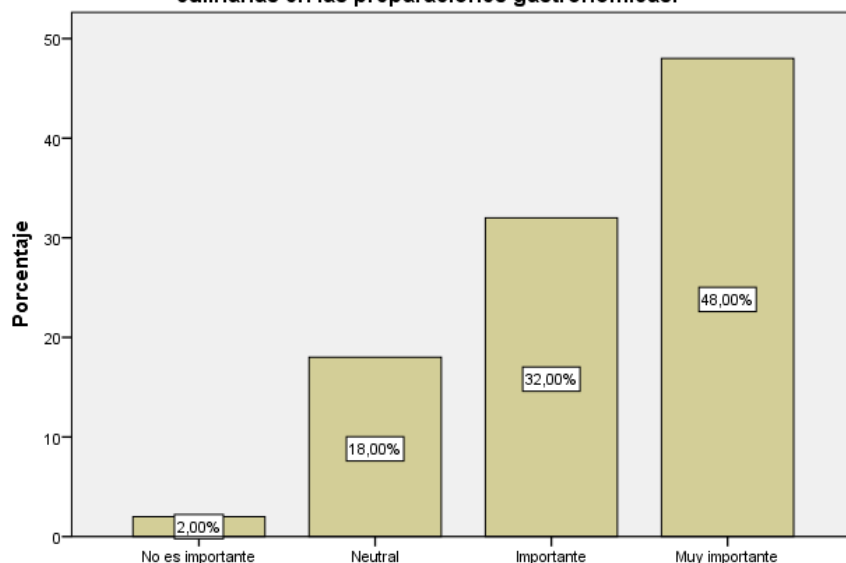
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No es importante	1	2,0	2,0	2,0
Neutral	9	18,0	18,0	20,0
Válidos Importante	16	32,0	32,0	52,0
Muy importante	24	48,0	48,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 20

Técnicas culinarias

El conocimiento de los prestadores de alimentos y bebidas sobre las técnicas culinarias en las preparaciones gastronómicas.



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que el 48% de los habitantes encuestados considera muy importante el conocimiento de los prestadores de A&B sobre las técnicas culinarias en las preparaciones gastronómicas, el 32% lo considera importante, el 18% lo considera neutral y solamente el 2% considera que no es importante. En base a este análisis se concluye que, en su mayoría, el 48% y 32% estima muy importante e importante respectivamente el conocimiento sobre técnicas culinarias, mientras que el restante 20% lo considera neutro o nada importante.

Tabla 38

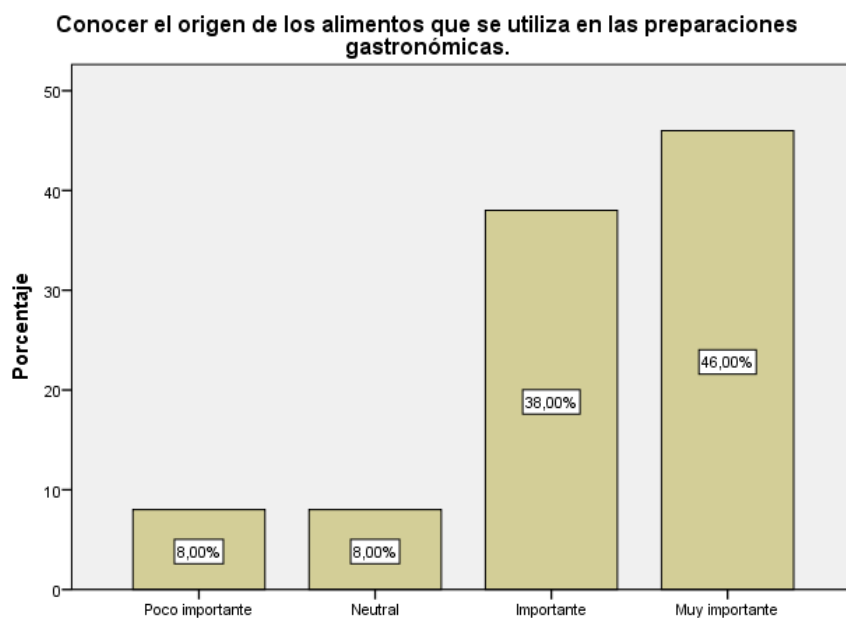
Origen de los alimentos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco importante	4	8,0	8,0	8,0
Neutral	4	8,0	8,0	16,0
Válidos Importante	19	38,0	38,0	54,0
Muy importante	23	46,0	46,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 21

Origen de los alimentos



Fuente: IBM, SPSS

Elaborado por: Andrea López

Se observa que el 46% de los habitantes encuestados estima muy importante el conocer sobre el origen de los alimentos que se utilizan en las preparaciones gastronómicas, así mismo otro 38% lo considera importante, el 8% neutral y el 8% restante lo considera poco importante. Con este análisis es posible concluir que el 84% de la muestra considera importante y muy importante el conocimiento del origen de los alimentos.

Tabla 39

Cultivo de los alimentos

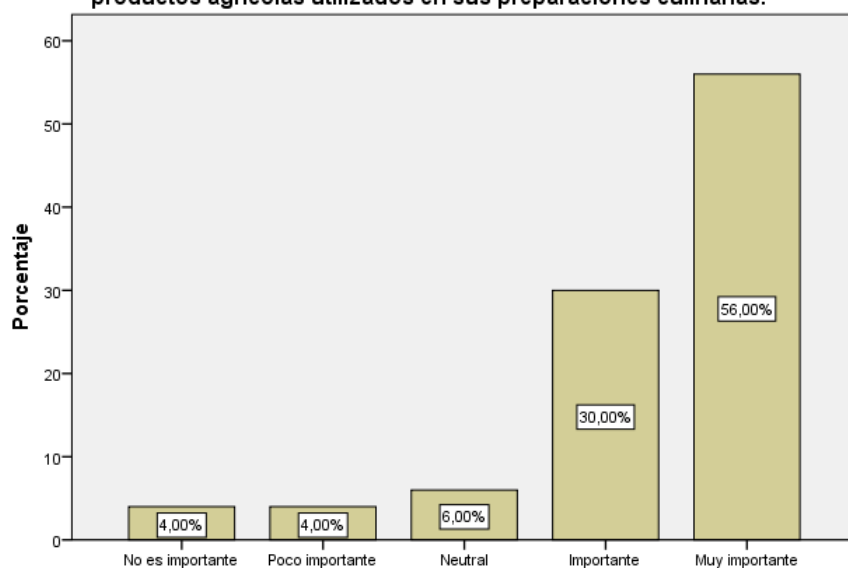
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No es importante	2	4,0	4,0	4,0
Poco importante	2	4,0	4,0	8,0
Neutral	3	6,0	6,0	14,0
Importante	15	30,0	30,0	44,0
Muy importante	28	56,0	56,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 22

Cultivo de los alimentos

Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre el cultivo de los productos agrícolas utilizados en sus preparaciones culinarias.



Nota: Elaborado en el software SPSS

Como se evidencia en la ilustración 7 el 56% de los encuestados considera muy importante que los prestadores de A&B conozcan sobre el cultivo de los productos agrícolas utilizados en las preparaciones culinarias, el 30% lo consideró importante, el 6% lo consideró neutral y el 4% lo estima poco importante y nada importante respectivamente. En base a este análisis se concluye que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos por parte de los prestadores de A&B.

Tabla 40

Platos típicos

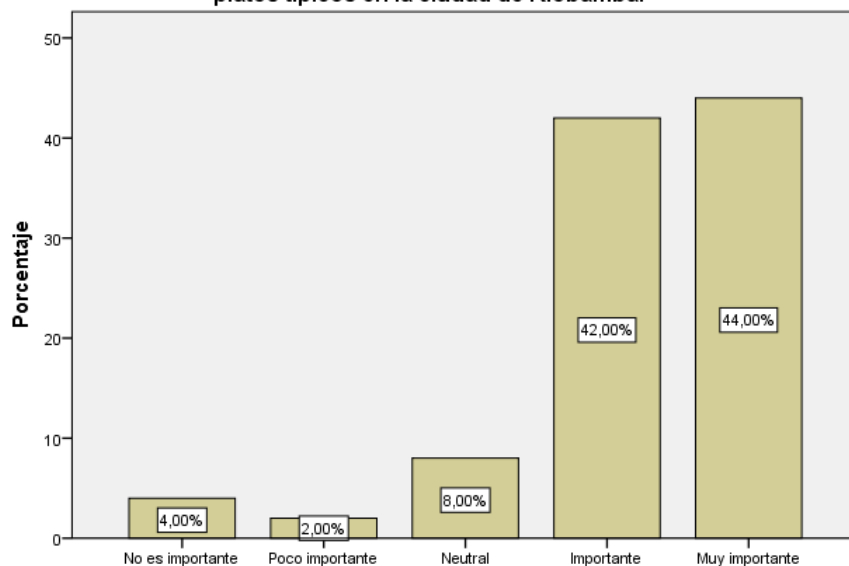
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
No es importante	2	4,0	4,0	4,0
Poco importante	1	2,0	2,0	6,0
Neutral	4	8,0	8,0	14,0
Importante	21	42,0	42,0	56,0
Muy importante	22	44,0	44,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 23

Platos típicos

Que los prestadores de alimentos y bebidas conozcan sobre los principales platos típicos en la ciudad de Riobamba.



Nota: Elaborado en el software SPSS

En base al análisis, se puede observar que el 44% de los habitantes considera muy importante que los prestadores de A&B conozcan sobre los principales platos típicos de la ciudad de Riobamba, el 42% lo considera importante, el 8% lo estima neutro, el 2% poco importante y el 4% nada importante. Se puede concluir que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos por parte de los prestadores de A&B.

Tabla 41

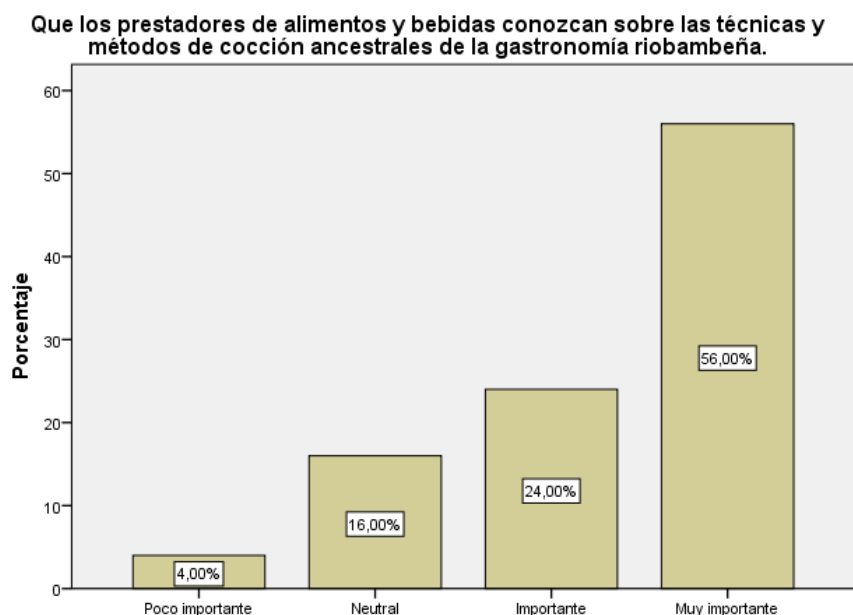
Métodos y técnicas ancestrales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco importante	2	4,0	4,0	4,0
Neutral	8	16,0	16,0	20,0
Válidos Importante	12	24,0	24,0	44,0
Muy importante	28	56,0	56,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 24

Métodos y técnicas ancestrales



Nota: Elaborado en el software SPSS

En base al análisis, se puede observar que el 56% de los habitantes considera muy importante que los prestadores de A&B conozcan sobre las técnicas y métodos de cocción ancestrales de la gastronomía riobambeña, 24% lo considera importante, el 16% lo estima neutro y el 4% lo considera poco importante. Se puede concluir que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos por parte de los prestadores de A&B.

Tabla 42

Eventos gastronómicos

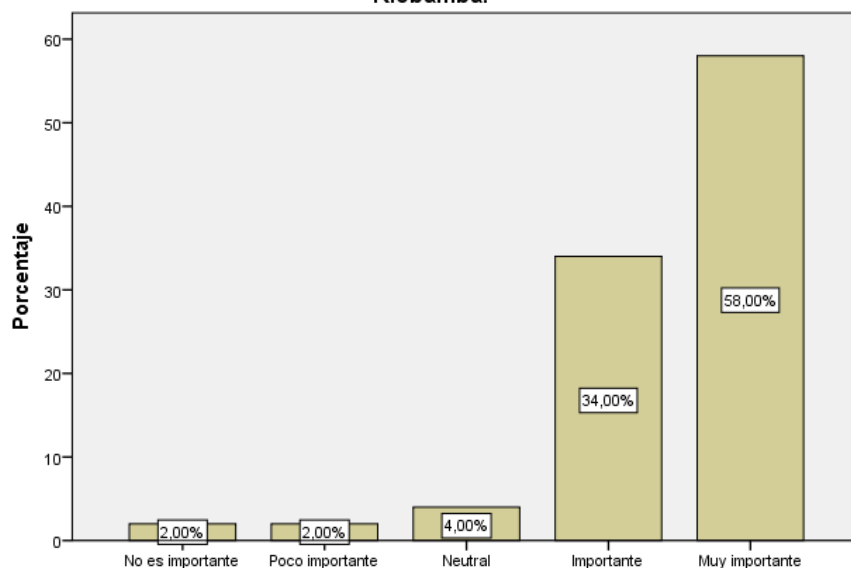
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
No es importante	1	2,0	2,0	2,0
Poco importante	1	2,0	2,0	4,0
Neutral	2	4,0	4,0	8,0
Importante	17	34,0	34,0	42,0
Muy importante	29	58,0	58,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 25

Eventos gastronómicos

Dar a conocer sobre los principales eventos gastronómicos de la ciudad de Riobamba.



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que el 58% de los habitantes encuestados estima muy importante dar a conocer sobre los principales eventos gastronómicos de la ciudad de Riobamba, el 34% lo considera importante, el 4% neutral y el 2% lo considera poco o nada importante respectivamente. Con este análisis es posible concluir que el 58% siendo la mayoría de la muestra considera muy importante la difusión de los eventos gastronómicos.

Tabla 43

Saberes ancestrales

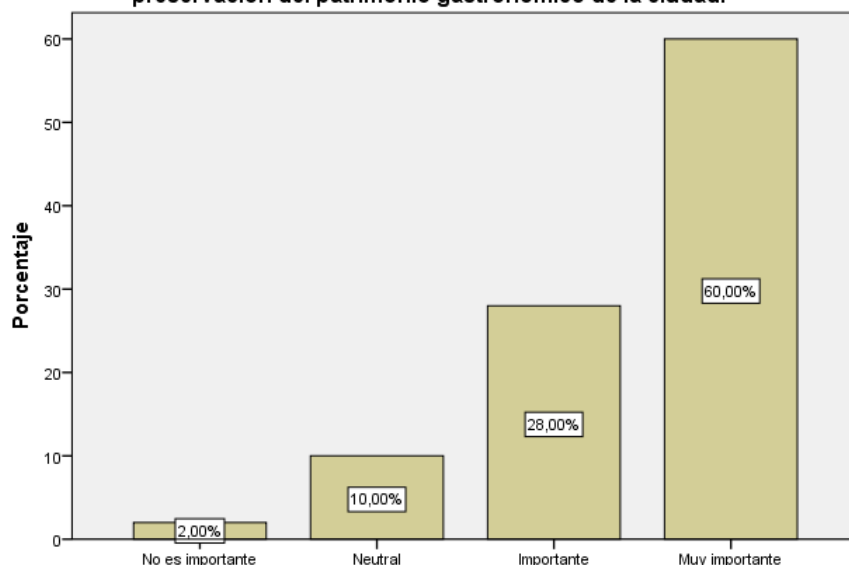
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No es importante	1	2,0	2,0	2,0
Neutral	5	10,0	10,0	12,0
Válidos Importante	14	28,0	28,0	40,0
Muy importante	30	60,0	60,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 26

Saberes ancestrales

Conocer acerca de los saberes ancestrales culinarios como instrumento para la preservación del patrimonio gastronómico de la ciudad.



Nota: Elaborado en el software SPSS

En base al análisis, se puede observar que el 60% de los habitantes considera muy importante conocer sobre los saberes ancestrales culinarios como un instrumento de preservación del patrimonio gastronómico de la ciudad, el 28% lo considera importante, solo el 10% lo estima neutro y el 2% considera que no es importante. Se puede concluir que la mayoría de encuestados considera muy importante este tipo de conocimientos.

Tabla 44

Sabores ancestrales

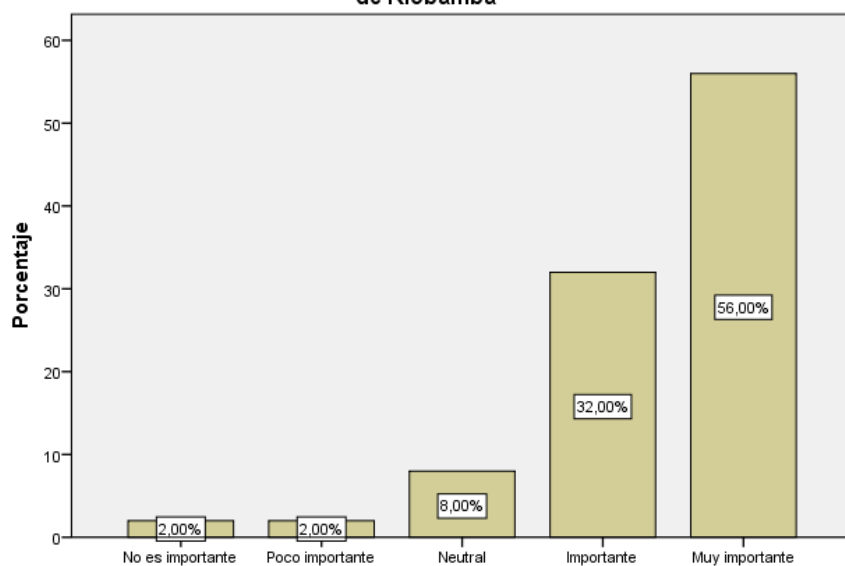
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No es importante	1	2,0	2,0	2,0
Poco importante	1	2,0	2,0	4,0
Neutros	4	8,0	8,0	12,0
Importante	16	32,0	32,0	44,0
Muy importante	28	56,0	56,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaborado en el software SPSS

Figura 27

Sabores ancestrales

Preservar los sabores ancestrales de las preparaciones culinarias de la ciudad de Riobamba



Nota: Elaborado en el software SPSS

Se observa que el 56% de los habitantes encuestados estima muy importante la preservación de los sabores ancestrales en las preparaciones culinarias de la ciudad de Riobamba, el 32% lo considera importante, el 8% neutral y 2% lo considera poco o nada importante respectivamente. Con este análisis es posible concluir que el 56% siendo la mayoría de la muestra considera muy importante la preservación de los sabores ancestrales.