

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Gestión Turística y Hotelera

**TÍTULO**

**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO  
DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**AUTORA**

Julissa Alejandra Chafla Sifuentes

**TUTOR**

Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo

**Riobamba - Ecuador**

**2021**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Riobamba, 24 de septiembre de 2021

Yo, Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo, certifico que, el presente proyecto de investigación, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión Turística y Hotelera titulado **“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, ha sido elaborado por la señorita: Julissa Alejandra Chafra Sifuentes, el mismo que ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo en cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**

---

Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo  
**TUTOR**

## CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación titulado **“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, presentado por: Julissa Alejandra Chafla Sifuentes y dirigido por: Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo, una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación, en el cual se ha constado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite el presente para uso y custodia en la biblioteca en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la UNACH.

Por constancia de lo expuesto firman:

Dr. José Medardo Álvarez Román  
**Presidente del tribunal**

JOSE MEDARDO ALVAREZ ROMAN  
Firmado digitalmente por JOSE MEDARDO ALVAREZ ROMAN  
Fecha: 2021.11.23

---

**Firma**

Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira  
**Miembro del Tribunal**



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

---

**Firma**

Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez  
**Miembro del tribunal**



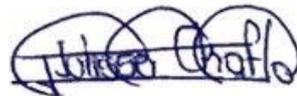
Firmado electrónicamente por:  
**HENRY  
MAURICIO  
VILLA YANEZ**

---

**Firma**

### **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La responsabilidad del contenido del presente proyecto de investigación corresponde exclusivamente a: Julissa Alejandra Chafla Sifuentes (autora); Carlos Fernando Inga Aguagallo (tutor) y el contenido del mismo a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

Julissa Alejandra Chafla Sifuentes  
060581812 – 9

## **DEDICATORIA**

Luego de un duro y constante trabajo, dedico mi proyecto de investigación a mis padres, abuelitos y hermanas quienes han sido mi pilar fundamental, por ayudarme, motivarme, guiarme y sobre todo darme fuerzas para culminar con éxito la etapa más importante en mi vida.

A mi familia más cercana, por su sacrificio y esfuerzo al apoyarme día a día en todo el transcurso de mi carrera para poder salir adelante y confiar en mí en todo momento.

A mis amigos y compañeros quienes han estado presentes con sus palabras de apoyo y aliento para continuar con mi carrera universitaria.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por iluminarme, bendecirme y sobre todo permitirme compartir con mi familia todas las experiencias y logros adquiridos en mis años de estudio.

A toda mi familia y novio por su apoyo incondicional, que a pesar de las dificultades que se han presentado estuvieron siempre a mi lado apoyándome.

A mis compañeros de clase por su amistad sincera, cada risa y experiencias inolvidables compartidas durante las giras académicas, pues, viví momentos muy importantes que quedarán grabados en mi mente y corazón.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por haberme aceptado para ser parte de esta maravillosa institución, a mis docentes de carrera por impartirme sus conocimientos, experiencias y consejos, pues, han sido la base fundamental para culminar con mis estudios.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Situación Problémica .....	2
1.2. Formulación del Problema .....	3
1.2.1. Problema General.....	3
1.2.2. Problemas Específicos .....	3
1.3. Justificación.....	3
1.3.1. Justificación Teórica.....	3
1.3.2. Justificación Práctica .....	3
1.3.3. Justificación Metodológica.....	4
1.4. Objetivos .....	4
1.4.1. Objetivo General .....	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. Hipótesis.....	5
1.5.1. Hipótesis General .....	5
1.5.2. Hipótesis Específicas .....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	6
2.2. Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación .....	6
2.2.1. Epistemología de Patrimonio Alimentario .....	6

2.2.2. Epistemología de Turismo gastronómico .....	7
2.3. Estado del Arte .....	8
2.3.1. Estado del Arte Variable Independiente: Patrimonio Alimentario.....	8
2.3.2. Estado del arte variable dependiente: Turismo gastronómico.....	8
2.4. Bases Teóricas .....	9
2.4.1. Marco teórico variable independiente: Patrimonio Alimentario .....	9
2.4.2. Marco teórico variable dependiente: Turismo gastronómico .....	11
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de la investigación .....	13
3.1.1. Tipo de investigación.....	13
3.2. Diseño de la investigación.....	14
3.2.1. No experimental .....	14
3.2.2. Transeccional o transversal causal .....	14
3.3. Enfoque de la investigación.....	15
3.4. Unidad de análisis.....	15
3.5. Población de estudio.....	16
3.5.1. Población variable independiente: Patrimonio Alimentario.....	16
3.5.2 Población de la variable dependiente: Turismo Gastronómico .....	16
3.6. Variable Independiente – dependiente .....	18
3.6.1. Matriz de operacionalización.....	18
3.6.2. Matriz de Consistencia .....	19
3.7. Técnicas e instrumentos de investigación .....	20
3.7.1. Técnicas .....	20
3.7.2. Instrumentos .....	20
3.8. Validez de los instrumentos.....	20
3.9. Confiabilidad de los instrumentos .....	21
3.9.1. Confiabilidad Variable Independiente (Patrimonio Alimentario).....	21

3.9.2. Confiabilidad de la Variable Dependiente (Turismo Gastronómico).....	22
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	23
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	23
4.1.1. Análisis e interpretación de resultados de la variable independiente .....	23
4.1.2. Análisis e interpretación de resultados de la variable dependiente .....	25
4.2. Prueba de Hipótesis .....	27
4.2.1. Hipótesis general .....	27
4.2.2. Hipótesis específica 1 .....	28
4.2.3. Hipótesis específica 2 .....	29
4.2.4. Hipótesis específica 3 .....	30
4.3. Análisis FODA .....	31
5. CONCLUSIONES.....	33
6. RECOMENDACIONES .....	34
7. BIBLIOGRAFÍA .....	35
8. ANEXOS .....	39
8.1. Propuesta .....	39
8.2. Anexos varios .....	55
8.2.1. Árbol de problemas .....	55
8.2.2. Asignación del tribunal.....	56
8.2.3. Validación de encuestas variable independiente: Patrimonio Alimentario .....	58
8.2.4. Validación de encuestas variable dependiente: Turismo Gastronómico .....	62
8.2.5. Oficio Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí.....	66
8.2.6. Certificado Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Alausí.....	67
8.2.7. Encuesta variable independiente .....	68
8.2.8. Encuesta variable dependiente: Turismo Gastronómico .....	70
8.2.9. Cronograma del trabajo investigativo.....	72
8.2.10. Tabulación y gráficos de la variable independiente: Patrimonio Alimentario ...	73
8.2.11. Gráficos de la variable dependiente: Turismo Gastronómico .....	88

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Validación de Expertos.....	21
Cuadro 2 Estadístico Alfa de Cronbach Variable Independiente.....	21
Cuadro 3 Estadístico Alfa de Cronbach Variable Dependiente .....	22
Cuadro 4 Resultados de la Variable Independiente.....	23
Cuadro 5 Prueba de hipótesis general .....	27
Cuadro 6 Prueba de hipótesis específica 1 .....	28
Cuadro 7 Prueba de hipótesis específica 2 .....	29
Cuadro 8 Prueba de hipótesis específica 3 .....	30
Cuadro 9 FODA .....	31
Cuadro 10 Estrategias FODA cruzado .....	31
Cuadro 11 Programa Seguridad alimentaria.....	46
Cuadro 12 Programa Atención y servicio al cliente.....	47
Cuadro 13 Programa Manejo y manipulación de alimentos .....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Establecimientos de alimentos y bebidas .....	16
Tabla 2 Matriz de operacionalización de variables .....	18
Tabla 3 Matriz de consistencia .....	19
Tabla 3 Estrategias comunicación interna .....	41
Tabla 4 Estrategias de comunicación externa .....	49
Tabla 6 Género .....	73
Tabla 7 Edad.....	74
Tabla 8 Nivel de instrucción.....	75
Tabla 9 Prácticas culturales, agrícolas y culinarias .....	76
Tabla 10 Técnicas de conservación y transformación de alimentos .....	77
Tabla 11 Formas de obtención de los productos .....	78
Tabla 12 Creencias y propiedades nutritivas o medicinales.....	79
Tabla 13 Tradiciones época de consumo de alimentos .....	80
Tabla 14 Saberes elementos de la naturaleza .....	81
Tabla 15 Costumbres utilización de productos .....	82
Tabla 16 Origen e historia de los platos tradicionales.....	83
Tabla 17 Importancia simbólica de los platos .....	84
Tabla 18 Calidad de los productos locales .....	85
Tabla 19 Identificación del Patrimonio Alimentario .....	86
Tabla 20 Medios de difusión .....	87
Tabla 21 Género .....	88
Tabla 22 Edad.....	89
Tabla 23 Nivel de instrucción.....	90
Tabla 24 Ingresos económicos .....	91
Tabla 25 Productos primarios.....	92
Tabla 26 Mercados locales .....	93
Tabla 27 Prestadores de alimentos y bebidas .....	94
Tabla 28 Ferias turísticas.....	95
Tabla 29 Rutas gastronómicas .....	96
Tabla 30 Eventos gastronómicos.....	97
Tabla 31 Atención al cliente.....	98
Tabla 32 Servicios de calidad.....	99
Tabla 33 Seguridad alimentaria.....	100

Tabla 34 Alianzas estratégicas .....	101
Tabla 35 Difusión del Patrimonio Alimentario .....	102
Tabla 36 Información del Patrimonio Alimentario .....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas .....	55
Gráfico 2 Género .....	73
Gráfico 3 Edad.....	74
Gráfico 4 Nivel de instrucción .....	75
Gráfico 5 Prácticas culturales, agrícolas y culinarias .....	76
Gráfico 6 Técnicas de conservación y transformación de alimentos .....	77
Gráfico 7 Formas de obtención de los productos .....	78
Gráfico 8 Creencias y propiedades nutritivas o medicinales.....	79
Gráfico 9 Tradiciones época de consumo de alimentos .....	80
Gráfico 10 Saberes elementos de la naturaleza .....	81
Gráfico 11 Costumbres utilización de productos .....	82
Gráfico 12 Origen e historia de los platos tradicionales.....	83
Gráfico 13 Importancia simbólica de los platos .....	84
Gráfico 14 Calidad de los productos locales .....	85
Gráfico 15 Identificación del Patrimonio Alimentario.....	86
Gráfico 16 Medios de difusión .....	87
Gráfico 17 Género .....	88
Gráfico 18 Edad.....	89
Gráfico 19 Nivel de instrucción .....	90
Gráfico 20 Ingresos económicos .....	91
Gráfico 21 Productos primarios.....	92
Gráfico 22 Mercados locales .....	93
Gráfico 23 Prestadores de alimentos y bebidas .....	94
Gráfico 24 Ferias turísticas.....	95
Gráfico 25 Rutas gastronómicas.....	96
Gráfico 26 Eventos gastronómicos.....	97
Gráfico 27 Atención al cliente.....	98
Gráfico 28 Servicios de calidad.....	99
Gráfico 29 Seguridad alimentaria.....	100
Gráfico 30 Alianzas estratégicas .....	101
Gráfico 31 Difusión del Patrimonio Alimentario .....	102
Gráfico 32 Información del Patrimonio Alimentario .....	103

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Marca gastronómica.....	40
Ilustración 2 Ficha productos elaborados.....	42
Ilustración 3 Portada Atlas .....	43
Ilustración 4 Contenido Atlas .....	44
Ilustración 5 Contraportada Atlas .....	45
Ilustración 6 Certificado programa de capacitación .....	49
Ilustración 7 Portada revista .....	50
Ilustración 8 Contraportada Revista .....	51
Ilustración 9 Arte publicidad feria gastronómica .....	52
Ilustración 10 Diseño Valla publicitaria .....	52
Ilustración 11 Diseño tótem .....	53
Ilustración 12 Post Red Social "Facebook" .....	54
Ilustración 13 Post Red Social "Instagram" .....	54

## RESUMEN

El Patrimonio Alimentario del cantón Alausí se encuentra desvalorizado, siendo, su principal causa el desconocimiento que posee la población, en cuanto, a los saberes ancestrales y gastronómicos. El objetivo principal de la investigación es analizar la relación entre el patrimonio alimentario y turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo. Para ello, la metodología empleada es de tipo documental, descriptivo y correlacional, pues, se fundamentó la información de fuentes bibliográficas como artículos académicos/científicos, tesis de pregrado/postgrado, informes técnicos, revistas gastronómicas, entre otros. El diseño es no experimental y transeccional o transversal causal, ya que, se aplicaron instrumentos de evaluación en el mes de marzo a la población objeto de estudio. Desde, un enfoque mixto se realizó un trabajo de campo, en el cual, se recolectó datos cuantitativos, a través de la aplicación de encuestas a los propietarios y/o gerentes de los establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el catastro turístico de la Unidad de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí (GADMCA), a fin de medir su nivel de conocimiento referente a las prácticas agrícolas, propiedades nutritivas, formas de conservación y transformación de los alimentos. Del mismo modo, se aplicó varias entrevistas, información que ayudó a identificar los productos locales, técnicas de cocción, tradiciones y costumbres en la preparación de los platos de la localidad. Con base a los resultados, se identificó que la población, propietarios y trabajadores de los restaurantes tienen un nivel de conocimiento bajo-medio respecto a los indicadores de la variable independiente. Mientras que, la variable dependiente identificó las actividades gastronómicas principales para los turistas según su nivel de importancia. Finalmente, se concluye realizar como propuesta estrategias comunicacionales del Patrimonio alimentario de cantón, con la finalidad de preservar y mantener aquellos conocimientos heredados que aún perduran en la memoria viva de la población alauseña.

**Palabras clave:** Patrimonio, turismo, identidad, estrategias, saberes.

## ABSTRACT

The Food Heritage of the Alausí city is devalued, its main cause being the ignorance that the population possesses, in terms of ancestral and gastronomic knowledge. The main objective of the research is to analyze the relationship between food heritage and gastronomic tourism in the Alausí city, Chimborazo province. For this, the methodology used is documentary, descriptive and correlational, since information from bibliographic sources such as academic / scientific articles, undergraduate / graduate thesis, technical reports, gastronomic magazines, among others, was based. The design is non-experimental and transectional or transversal causal, since evaluation instruments were applied in the month of March to the population under study. From a mixed approach, a field work was carried out, in which quantitative data was collected, through the application of surveys to the owners and / or managers of the food and beverage establishments registered in the tourist registry of the Unidad de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal of Alausí city (GADMCA), in order to measure their level of knowledge regarding agricultural practices, nutritional properties, ways of conservation and food transformation. In the same way, several interviews were applied, information that helped to identify local products, cooking techniques, traditions and customs in the preparation of local dishes. Based on the results, it was identified that the population, owners and workers of the restaurants have a low-medium level of knowledge regarding the indicators of the independent variable. While, the dependent variable identified the main gastronomic activities for tourists according to their level of importance. Finally, it is concluded to carry out as a proposal communicational strategies of the food heritage of the canton, in order to preserve and maintain those inherited knowledge that still remain in the living memory of the Alauseña population.

**Keywords:** Heritage, tourism, identity, strategies, knowledge.



Firmado electrónicamente por:  
**DIANA CAROLINA  
CHAVEZ GUZMAN**

### **Reviewed by:**

Lcda. Diana Chávez

**ENGLISH**

**PROFESSOR C.C.**

065003795-5

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación titulado “Patrimonio alimentario y Turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo”, busca solucionar la problemática respecto a la desvalorización del patrimonio alimentario, pues, se ha desplazado los hábitos y tradiciones gastronómicas ancestrales, provocando una pérdida de identidad dentro de la población.

El estudio se fundamenta en antecedentes, pues, según Puebla (2020) la gastronomía es un recurso turístico de gran potencial, donde, el rescate de saberes y sabores ancestrales mantiene viva las culturas alimentarias, dando paso al fortalecimiento y desarrollo de las localidades. Del mismo modo, Cabezas (2019) manifiesta que el turismo gastronómico es clave para revalorizar y conservar las costumbres y tradiciones de los pueblos.

Mediante el estudio se identifica los platos típicos del cantón, proceso agrícola y características particulares de los productos locales, al igual se diseña varios productos con el fin de dar a conocer a nivel nacional e internacional la riqueza gastronómica de Alausí. La investigación tiene como objetivo analizar la relación entre el Patrimonio Alimentario y el Turismo Gastronómico del cantón de Alausí, provincia de Chimborazo. De este modo, la investigación se estructuró de la siguiente manera:

**Capítulo I.** Se hizo énfasis en la formulación del problema, en cuanto al Patrimonio Alimentario y el Turismo Gastronómico de Alausí, donde se justificó la situación problemática que atraviesa el cantón, a la vez, se estableció objetivos a alcanzar.

**Capítulo II.** Se fundamentó las bases teóricas, antecedentes y estado del arte de la investigación, se consta de datos bibliográficos basados en libros o artículos científicos referente a las dos variables, el cual sirvió de sustento para el desarrollo del estudio.

**Capítulo III.** Se seleccionó el tipo, diseño y enfoque de la investigación, así como los métodos, técnicas o herramientas para la recolección de datos. De la población de estudio, se procedió a calcular una muestra y posteriormente se estructuró las matrices de las variables con el fin de conocer su relación.

**Capítulo IV.** En el último paso se procedió a analizar los resultados obtenidos del trabajo de campo, donde se generaron conclusiones y recomendaciones que dio paso para finalmente formular una propuesta, la misma, que permitió resolver los problemas encontrados durante el desarrollo de todo el proyecto de investigación.

# **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1.1. Situación Problemática**

La gastronomía local y tradicional en Alausí no ha sido aprovechada plenamente, dado que, durante varios años se ha establecido como un recurso complementario de productos turísticos naturales o culturales, por tal motivo, el cantón no cuenta con una oferta diversificada y consolidada dentro del turismo gastronómico.

El desplazamiento de conocimientos, técnicas, recetas y hábitos alimenticios ancestrales, son las principales causas de la desvalorización del Patrimonio Alimentario, dando como resultado, la adopción de nuevas culturas gastronómicas donde se ha perdido la autenticidad del cantón y por ende la identidad cultural.

El escaso conocimiento por parte de la población local respecto al origen, historia, elaboración, características e ingredientes de los productos y platos, es un aspecto de suma importancia, pues, no hay un reconocimiento e importancia simbólica de los productos autóctonos y gastronomía típica del cantón.

Por otro parte, la gobernanza ha manejado este ámbito de una manera ineficiente, porque no se ha vinculado a los diferentes actores que intervienen en la cadena de valor del turismo gastronómico, por esta razón, existen limitados proyectos turísticos enfocados en generar productos y experiencias capaces de despertar el interés de los turistas nacionales e internacionales por conocer las manifestaciones culturales vigentes a través de la comida y bebida.

Cabe mencionar que, la pandemia por el Covid-19 ha dejado varios efectos negativos referente al tema de estudio, pues, los limitados establecimientos que se dedicaban al expendio de comidas tradicionales cerraron sus negocios, de igual manera, hubo un incremento acelerado de establecimientos gastronómicos focalizados solo en comida rápida, dejando en segundo plano la comida ancestral.

Se plantea el tema de investigación como un instrumento de apoyo, concretizando que la finalidad es impulsar la protección, reconocimiento, promoción y desarrollo de los productos locales y la gastronomía propia a través del segmento de turismo gastronómico.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera el patrimonio alimentario se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿De qué manera las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?
- ¿De qué manera la cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?
- ¿De qué manera la identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. Justificación Teórica**

La investigación se realizó con la finalidad de analizar la relación entre el Patrimonio Alimentario y Turismo Gastronómico, donde, la información recolectada y los resultados obtenidos sirvan como una herramienta bibliográfica para posteriores estudios, pues, se pretende identificar los platos típicos del cantón, así como, su proceso de elaboración desde la producción hasta el consumo, datos que son relevantes y sirven de apoyo para implementar o desarrollar proyectos enfocados en la gastronomía local.

A la vez, se implementará estrategias de mejora a partir de la memoria viva de la población local y de la investigación de campo, donde, se definirán las características principales del Patrimonio Alimentario a través del Turismo Gastronómico mediante el desarrollo de una propuesta, logrando de este modo que, el proyecto de investigación ayude a resolver la problemática existente en el cantón Alausí.

### **1.3.2. Justificación Práctica**

La investigación se realizó con el fin de promover el desarrollo local a través del Turismo Gastronómico articulado con el Patrimonio Alimentario, donde, se genere beneficios para las comunidades locales, prestadores de servicios gastronómicos y a la vez exista un empoderamiento de cultura alimentaria por parte de toda la población, con el fin de que se revalorice la identidad cultural del cantón.

A través de este proyecto, se ofrecerá nuevas experiencias, mediante productos y servicios a los visitantes, diversificando la oferta y a la vez mejorando la calidad del servicio, pues, de este modo se podrá competir frente a otros destinos gastronómicos.

### **1.3.3. Justificación Metodológica**

El proyecto de investigación se desarrolló de acuerdo a la metodología de tipo descriptivo, correlacional y no experimental, la cual, permitió describir la relación entre la variable independiente y la variable dependiente, información que servirá para otras investigaciones.

Para alcanzar los resultados de la investigación se aplicó encuestas con determinados ítems, los mismos que están compuestos por preguntas cerradas con una valoración en escala de Likert y preguntas abiertas que ayudaron a obtener información cualitativa relevante para el desarrollo de la investigación.

En la variable independiente se midió el nivel de conocimiento que poseen los propietarios y/o gerentes de los prestadores de servicios gastronómicos respecto al Patrimonio Alimentario, mientras que, para la variable dependiente se evaluó el nivel de importancia que le dan los turistas al Turismo gastronómico.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar la relación entre el patrimonio alimentario y el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Determinar que las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.
- Determinar que la cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.
- Determinar que la identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis General**

El patrimonio alimentario se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### **1.5.2. Hipótesis Específicas**

- Las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.
- La cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.
- La identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

Según Puebla (2020) la investigación enfocada en el Patrimonio Alimentario y calidad del servicio del cantón Guano, manifiesta que, la gastronomía debido a su valor histórico, saberes y conocimientos, implica un recurso turístico de gran potencial, ya que, es un claro símbolo de la cultura de una sociedad, donde a través del turismo se puede difundir la gastronomía local y típica en conjunto con las bellezas naturales de cada destino. Mientras que Carrasco (2019) indica que el Patrimonio Alimentario recae en un factor primordial como lo es el rescate de saberes y sabores ancestrales, donde el mantener una cultura alimentaria ya sea en técnicas o practicas ancestrales ayuda a fortalecer el desarrollo turístico de un destino con el fin de conservar las costumbres y tradiciones de los pueblos, lo cual es visto como un legado de los antepasados.

De acuerdo a Rodríguez (2017) dentro de la oferta del turismo gastronómico, esta suele consistir en la presentación y venta de platos y productos típicos de una zona, incluyendo la ambientación de los locales, vestimenta típica, actuaciones musicales, entre otras actividades innovadoras que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes. Por otra parte, Cabezas (2019) sostiene que, la gastronomía es uno de los elementos claves para el desarrollo y la potenciación de un destino turístico, por lo que el turismo gastronómico es fundamental para brindar experiencias únicas respecto al consumo de alimentos y bebidas, donde la creación de rutas turísticas gastronómicas comprende elementos tangibles como: bienes, recursos e infraestructura y elementos intangibles como: servicios, gestión, imagen de marca, precio y sobre todo el componente cultural, todo esto con el fin de difundir los sabores típicos, platos originales y bebidas de un determinado lugar.

### **2.2. Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación**

#### **2.2.1. Epistemología de Patrimonio Alimentario**

Etimológicamente, la palabra gastronomía es el resultado de la combinación de dos vocablos griegos: el primero gastro, que significa “estomago” y nomos, que significa “ley”, es decir ley del estómago. El primer libro de cocina fue escrito a finales del siglo IV a.C. y se le atribuye al romano Marcus Gavius Apicius, amante del buen comer, se trata de un compendio de recetas que demuestran desde aquel entonces, el valor y la importancia que la humanidad y su relación con el alimento y la cocina, sin embargo, como señala (Petrini, 2007) solo a principios del siglo XIX se empezó a definir

progresivamente la gastronomía, procediendo de la aportación principal de la cultura francesa.

De acuerdo a Prats (1997) el Patrimonio Alimentario, como parte del patrimonio inmaterial se incorpora bajo la visión de artes culinarias, a la vez, puede formar parte del patrimonio etnológico, que, según el autor, hace referencia a como se interpreta la cultura, desde el sentido antropológico. Por otra parte, Expeitx (2004) señala que la vinculación de un producto o plato a un territorio o una sociedad determinada, a lo largo del tiempo, aparecen en primera instancia como algo necesario, donde, las técnicas de producción y las formas de elaboración, deben formar parte de los saberes técnicos, de conocimientos, de prácticas y valores propios de esa sociedad.

### **2.2.2. Epistemología de Turismo gastronómico**

La promoción de la gastronomía asociada al plato ha sido, históricamente, desarrollada por instituciones francesas, sobre todo a partir del momento en que Lyon fue proclamada como Capital mundial gastronómica (Csergo y Lemasson, 2008) mientras que Boniface (2003) manifiesta que ha existido una explosión de actividades de mercado y promoción de nuevos restaurantes, atracciones relacionadas con la alimentación, vacaciones centradas en la alimentación, escuelas de cocina y festivales gourmet. Los productos asociados a la gastronomía son importantes para la diversificación de los destinos, porque de acuerdo con Cooper y Hall (2008) se incrementan las ventas y el aprovechamiento de la ventaja competitiva.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2012) indica que, el turismo gastronómico como fenómeno turístico ha crecido considerablemente y se ha convertido en uno de los elementos más dinámicos y creativos segmentos del turismo, tanto destinos como empresas turísticas se han dado cuenta de la importancia de la gastronomía con el fin de diversificar el turismo y estimular el desarrollo económico local, regional y nacional.

El turismo gastronómico en la actualidad es una de las mejores expresiones de la sociedad posmoderna, donde, el sentido de ver, oler y degustar se convierte en una actividad experiencial, que es generada por industrias como productores, transformadores y restauradores, cuya principal finalidad es otorgar al turista una experiencia que pueda ser vivida a través de la comida.

## **2.3. Estado del Arte**

### **2.3.1. Estado del Arte Variable Independiente: Patrimonio Alimentario**

Según Medina (2017) el papel de la gastronomía dentro de la oferta de los destinos turísticos es cada vez más relevante a nivel nacional e internacional, pues, la alimentación es la construcción de distintas identidades locales, donde, el turismo encuentra en el patrimonio gastronómico un valioso recurso para atraer visitantes, además, ofrece una amplia adaptabilidad a las demandas del mercado, creando negocios en diferentes sectores como la producción, restauración, hotelería y comercio. Forma parte significativa de la identidad de un lugar, así mismo, es susceptible de ser conservado y legado a las próximas generaciones, ya que, los productos y prácticas alimentarias son referencias para la constitución identitaria de un pueblo.

De acuerdo a Contreras, Luco y Ríos (2019) la gastronomía comprende seis manifestaciones que pueden ser patrimoniales; los productos, preparaciones, prácticas, estética, utensilios y tecnologías, donde, se debe destacar rasgos como la tradición, prácticas y saberes en torno a la conformación del plato, los cuales, deben transmitirse de generación en generación por medio de recetarios orales u escritos. La identidad, producción, comercialización a nivel local y experiencia son cualidades que deben estar presentes en una preparación patrimonial, con el propósito de que exista una aprobación de calidad de los productos que se consume.

Por otra parte, Montenegro (2019) indica que la alimentación es un hecho social significativo, contingente, material y simbólico que responde a contextos socioculturales, políticos y económicos, donde, la comida y bebida son potenciales recursos de desarrollo turístico de las comunidades locales en un contexto globalizado. En el marco de las nuevas tendencias del turismo mundial, se reconoce como facilitadores de la experiencia turística, donde, las practicas alimentarias ofrecen la oportunidad de ampliar la oferta del destino, así, los platos tradicionales promueven el desarrollo de rutas alimentarias, circuitos gastronómicos y destinos culinarios, poniendo de relieve el valor de alimentos locales.

### **2.3.2. Estado del arte variable dependiente: Turismo gastronómico**

Navarrete y Muñoz (2018) manifiestan que, una de las actividades que más atrae a los turistas es la comida, ya que se logra despertar el interés de los visitantes por conocer de actividades culturales de la zona, la forma en cómo se siembra, cosecha, produce y elabora

platos típicos de una zona, el turismo gastronómico impulsa el crecimiento de otros sectores económicos y crea puestos de trabajos, donde se promueve los lugares y las costumbres de un sitio determinado, la cual incluye desde pequeños productores agropecuarios, hasta los prestadores de servicios de alimentos, mercados, tiendas y restaurantes.

Según Medina (2017) el turismo gastronómico se enfoca hoy en día como una actividad experiencial generada por agentes productores, transformadores y restauradores, cuya principal finalidad es poder otorgarle al turista una vivencia que pueda ser disfrutada a través de la comida o bebida, pues, la gastronomía es un factor decisivo dentro de la planificación y el desarrollo de un viaje. Es primordial promocionar productos locales, elaboraciones culinarias y marcas alimentarias como un valor y motor de desarrollo socioeconómico de un determinado territorio.

Mientras que Hernández y Dancausa (2018) indica que la gastronomía local puede conformar una parte muy importante de la identidad de un destino turístico, destacando aquellos alimentos que se convierten en un recurso turístico para el desarrollo regional al enfatizar sus valores de autenticidad, posicionamiento y diferenciación. Clasifica al turista gastronómico en cuatro tipologías diferentes: amantes a la gastronomía, tiene un alto grado de educación en temas gastronómicos siendo su principal motivación de viaje catar diferentes productos y platos típicos del lugar que visita., entendidos en gastronomía, conocen relativamente bien el mundo de la alimentación su motivación es llevar a la práctica lo que han leído en revistas especializadas., interesados en la gastronomía, su motivación es conocer algunas platos o productos típicos del lugar y los iniciados en la gastronomía, aquellas personas que por la publicidad de una ruta quieren adquirir nuevas experiencias.

## **2.4. Bases Teóricas**

### **2.4.1. Marco teórico variable independiente: Patrimonio Alimentario**

#### a) Patrimonio

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1972) señala que es el conjunto de bienes culturales y naturales que se ha heredado de nuestros antepasados, donde, se permite descubrir y comprender la historia, costumbres y forma de vida hasta la actualidad.

#### b) Patrimonio Alimentario

Zárate (2014) afirma que “Es todo uso, representación, expresión, conocimiento y técnica vinculado a los alimentos con importancia simbólica, cultural e identitaria para un país o territorio determinado” (p. 48).

#### c) Técnicas culinarias

Según Salas (2015) las técnicas culinarias comprenden procesos que ayudan a transformar los alimentos como; el crudo, frío y calor, con el objetivo de hacerlos digeribles, atractivos y apetecibles a la hora de su presentación final con el comensal (p. 39).

#### d) Cultura alimentaria

De acuerdo a Calderón *et al.* (2017) son los usos, tradiciones, costumbres y elaboraciones simbólicas de los alimentos, donde, influye el ciclo productivo de los alimentos (p. 304).

#### e) Identidad cultural

Molano (2007) menciona que la identidad cultural representa la memoria, la capacidad de reconocer el pasado, los elementos simbólicos o referentes que son propios, los mismos que ayudan a construir el futuro (p. 74).

#### f) Prácticas culturales

Según Pérez y Gardey (2020) las prácticas culturales son actividades y rituales referentes de las tradiciones de una comunidad o pueblo, es decir, se trata de manifestaciones culturales de una colectividad (p. 01).

#### g) Tradiciones

La Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME, 2012) sostiene que es la transmisión de conocimientos y saberes de diversos grupos de generación en generación, la cual, tiene relación directa con relatos de hechos históricos, acontecimientos mitológicos y expresiones del sentir popular (p. 31).

#### h) Saberes ancestrales

De acuerdo a Bastidas y Gutiérrez (2018) son aquellos saberes que han sido transmitidos por siglos de generación en generación, los cuales, han sido conservados por medio de la tradición oral, practicas, costumbres y manifestaciones propias de los pueblos indígenas (p. 02).

i) Importancia simbólica

AME (2014) señala que es la representación que perdura en el presente, pues, se evoca a un personaje, una cultura o un acontecimiento del pasado que por su valor histórico se mantiene a través del tiempo (p. 12)

**2.4.2. Marco teórico variable dependiente: Turismo gastronómico**

a) Turismo

Servicio Nacional de Turismo (Sernatur, 2014) indica que es el conjunto de actividades que realizan un grupo de personas durante sus viajes y estancia en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, sin ejercer actividades remuneradas (p. 21).

b) Turismo gastronómico

Según Hall y Mitchell (2013) es la visita a productores de alimentos, festivales gastronómicos, restaurante y lugares específicos, donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente son el motivo principal para viajar (p. 73).

c) Festivales gastronómicos

De acuerdo a Lee y Arcodia (2011) señala que los festivales gastronómicos son desarrollados por destinos turísticos con el fin de atraer turistas, donde se destaca las especialidades de cada zona o región, a la vez, proporcionan entretenimiento a través de la comida y bebida (p. 355-367).

d) Experiencia turística

Vergopoulos (2010) formula que es el conjunto de emociones o sensaciones interpretadas por los turistas durante el consumo, disfrute y contacto con el producto turístico, las cuales, están relacionadas entre sí, es decir, se considera como un proceso de aprendizaje turístico.

e) Rutas gastronómicas

Según Tresserras y Medina (2008) las rutas gastronómicas consideradas como productos turísticos son valoradas por la ciudadanía, ya que, a través de ellas se pretenden poner en práctica estrategias que promuevan el desarrollo de las localidades anfitrionas.

f) Eventos gastronómicos

Benavides, Jaramillo, Pesantes y Banderas (2009) los eventos gastronómicos son aquellos acontecimientos y reuniones en los cuales se le ofrece a los invitados comida y

bebida, los cuales, tienen un impacto directo en la experiencia y satisfacción general de los visitantes.

g) Atención al cliente

De acuerdo a Torres (2006) la atención al cliente debe ser con cortesía, de manera amable, con el fin de que los comensales se sientan importantes, pues, de esta manera se va superar las expectativas de los mismos referentes a los servicios que consumen.

h) Calidad del servicio

Según Nishizawa (2014) la calidad del servicio es el resultado del proceso de evaluación, donde, los consumidores comparan sus expectativas respecto a percepciones, se mide a través de la diferencia del servicio que espera el cliente y el que recibe la empresa.

i) Seguridad alimentaria

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 1996) afirma que la Seguridad Alimentaria se consigue cuando todas las personas tienen acceso físico y económico a alimentos seguros y nutritivos, para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias, con el objeto de llevar una vida activa y sana (p. 02).

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo y diseño de la investigación**

Para el desarrollo del proyecto de investigación se utilizó la siguiente metodología, misma, que ayudó en la recolección de información. El tipo de la investigación es documental, descriptiva y correlacional. El diseño es no experimental, transeccional o transversal causal y el enfoque mixto.

#### **3.1.1. Tipo de investigación**

##### **Investigación Documental**

La investigación documental detecta, obtiene y consultan materiales bibliográficos o informaciones recogidas, de modo, que puedan ser útiles para los propósitos del estudio (Hernandez Sampieri, 2014). Por otra parte, (Arias, 2006) indica que son procesos basados en la búsqueda, análisis y comprensión de datos secundarios, los cuales, son obtenidos en fuentes documentales, pero, elaborados por diferentes investigadores.

La investigación documental enriqueció y fundamento el desarrollo del estudio a través de la información y datos que se obtuvieron en fuentes documentales como tesis de pregrado y postgrado, artículos científicos, artículos académicos de universidades nacionales e internacionales, revistas gastronómicas de la Asociación de Chefs del Ecuador, entre otros, relacionados en temas como Identidad cultural, patrimonio gastronómico, saberes ancestrales, patrimonio inmaterial, turismo cultural, turismo gastronómico, cultura alimentaria.

##### **Investigación Descriptiva**

Comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza y composición de fenómenos. En el enfoque se describe las conclusiones dominantes, las cuales, conducen al presente (Tamayo, 2003). Por otra parte (Sabino, 1992) menciona que se trabaja sobre realidades y su particularidad es presentar una interpretación adecuada con el fin de descubrir características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómeno.

Este tipo de investigación sirvió para describir la realidad de las variables a estudiar, donde, se identificaron las características y establecieron conclusiones puntuales que lleven al diseño de una propuesta que dé solución a la realidad presente del Patrimonio Alimentario y Turismo Gastronómico.

## **Investigación correlacional**

Esta investigación tiene como propósito principal medir dos o más variables, analizar la relación con el objeto de estudio y correlación de las mismas (Hernandez Sampieri, 2014).

Se analizó la relación entre el Patrimonio Alimentario y el Turismo Gastronómico, con el fin de conocer el grado o nivel de correlación existente entre las dos variables, mediante la aplicación de los instrumentos de evaluación a la población objeto de estudio.

### **3.2. Diseño de la investigación**

#### **3.2.1. No experimental**

Según Kerlinger, Howard, Pineda y Mora (2002) en la investigación no experimental es imposible manipular las variables o alterar sus condiciones. Mientras que, (Hernandez Sampieri, 2014) indica que es aquella investigación en la que únicamente se observan los fenómenos en su naturaleza, de modo, que posteriormente se proceda a analizarlos.

Se analizó la variable independiente y la variable dependiente de acuerdo a su realidad, es decir, no se alteró o modificó sus concepciones o especificaciones técnicas, ya que, la investigación es netamente descriptiva, donde, se especificó cada una de las variables, detallando los problemas que presentan cada una, características singulares y el estado en que como se encuentran.

#### **3.2.2. Transeccional o transversal causal**

Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un tiempo único, su finalidad es describir las variables y analizar su incidencia en un momento específico (Hernandez Sampieri, 2014).

Se realizó la recolección de datos en el mes de marzo, para lo cual, se aplicó los instrumentos de evaluación a los propietarios y/o gerentes de los establecimientos gastronómicos registrados en el catastro turístico referente a la variable independiente, mientras que, para la variable dependiente se aplicó a turistas que ingresaron al cantón, es decir, la obtención de los datos se llevó a cabo en un solo momento, en el tiempo antes mencionado.

### 3.3. Enfoque de la investigación

#### a) Mixto

Los estudios mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008).

Es por ello que, para el estudio, se estableció instrumentos de evaluación con preguntas abiertas y/o cerradas donde se recolectó información valiosa para complementar la investigación. Los datos cuantitativos se obtuvieron de las preguntas en escala de Likert y la información cualitativa a través de entrevistas.

Con el enfoque mixto se puede conocer y analizar de primera mano la realidad que presenta el cantón frente a la problemática existente, donde, se pudo identificar las principales causas, efectos y el estado en que se encuentran las dos variables.

### 3.4. Unidad de análisis

- I. Variable Independiente:** (Patrimonio alimentario) La unidad de análisis en la variable independiente fueron los propietarios y/o gerentes de los establecimientos turísticos gastronómicos del cantón Alausí.

#### Dimensiones

- j) Técnicas culinarias
- k) Cultura alimentaria
- l) Identidad cultural

- II. Variable Dependiente:** (Turismo gastronómico) La unidad de análisis en la variable dependiente fueron los turistas que ingresaron al cantón Alausí en el año 2019.

#### Dimensiones

- Lugares específicos
- Festivales gastronómicos
- Experiencia

### 3.5. Población de estudio

#### 3.5.1. Población variable independiente: Patrimonio Alimentario

La población objeto de estudio para la variable independiente estuvo conformada por 12 establecimientos gastronómicos del cantón Alausí, los cuales están debidamente registrados y constan dentro del catastro turístico de la Unidad de Turismo y Cultura del GADMCA.

**Tabla 1**

*Establecimientos de alimentos y bebidas*

<b>Nro.</b>	<b>Propietario</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>
1	Naranjo Pino Fanny Beatriz	Restaurante	Tercera
2	Silva Fausto Eduardo	Restaurante	Tercera
3	Gallegos Martinez Martha Gloria	Restaurante	Tercera
4	Moreno Calvache Nora Patricia	Restaurante	Tercera
5	Cortez Rosario Nancy Rosario	Restaurante	Segunda
6	Sanchez Arcos Mirian Eliza	Restaurante	Tercera
7	Parada Lara Laura	Restaurante	Tercera
8	Silva Jose Santos Aurelio	Restaurante	Cuarta
9	Silva Vijay Danny Javier	Cafetería	Tercera
10	Samaniego Sañay Angel	Restaurante	Cuarta
11	La Asociacion De Desarrollo Comunitario Tolte	Cafetería	Segunda
12	Trujillo Quezada Edmundo Javier	Restaurante	Tercera

*Fuente:* Catastro turístico - Unidad de Turismo y Cultura del GADMCA, (2020)

*Elaboración:* Autoría propia.

#### a) Selección de la muestra

Para el desarrollo de la investigación y de acuerdo al número de establecimientos de alimentos y bebidas, no se extrajo muestra alguna por lo que se trabajó con el total de la población.

#### 3.5.2 Población de la variable dependiente: Turismo Gastronómico

La población objeto de estudio para la variable dependiente estará conformada por 55.376 turistas que ingresaron al cantón en el año 2019 según la Unidad de Turismo y Cultura del GADMCA.

**a) Selección de la muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró una población de 55.376 turistas. Se utilizó el muestreo probabilístico al ser una población finita se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

*Fuente:* Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos (Álvarez, 2018)

Se trabajó con un nivel de confianza del 90% y un error máximo aceptable del 5% debido a la pandemia Covid 19, pues, no se cuenta con las facilidades y recursos disponibles.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,64^2 * 0,80 * 0,20 * 55376}{(55376)(0,05)^2 + (1,64)^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = 172$$

**Donde:**

**n**= tamaño de la muestra

**N**= tamaño de la población o universo

**E**= error máximo aceptable (0,05)

**p**= probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (0,80)

**q**= probabilidad de no ocurrencia del fenómeno (0,20)

**Z**= Valor tipificado (Nivel de confianza (/ Nc=90%, z=1,64) (Álvarez, 2018)

### 3.6. Variable Independiente – dependiente

#### 3.6.1. Matriz de operacionalización

**Tabla 2**

*Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
<b>VARIABLE I</b> <b>PATRIMONIO ALIMENTARIO</b> Todo uso, representación, expresión, conocimiento y <u>técnica</u> vinculado a los alimentos con importancia simbólica, <u>cultural e identitaria</u> para un país o territorio determinado (Zárate, 2014).	Técnicas culinarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas culturales</li> <li>• Técnicas de transformación</li> <li>• Formas de obtención</li> </ul>	<b>Método:</b> Documental Descriptivo Correlacional
	Cultura alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencias</li> <li>• Tradiciones</li> <li>• Saberes</li> </ul>	<b>Técnica:</b> Encuesta Entrevistas
	Identidad cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costumbres</li> <li>• Origen e historia</li> <li>• Importancia simbólica</li> </ul>	<b>Instrumento:</b> Cuestionario
<b>VARIABLE II</b> <b>TURISMO GASTRONÓMICO</b> Es la visita a productores de alimentos, <u>festivales gastronómicos</u> , restaurante y <u>lugares específicos</u> , donde la degustación de alimentos y toda <u>experiencia</u> inherente son el motivo principal para viajar (Hall & Mitchell, 2013)	Lugares específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores primarios</li> <li>• Mercados locales</li> <li>• Prestadores gastronómicos</li> </ul>	<b>Método:</b> Documental Descriptivo Correlacional
	Festivales gastronómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias turísticas</li> <li>• Rutas gastronómicas</li> <li>• Eventos gastronómicos</li> </ul>	<b>Técnica:</b> Encuesta Entrevistas
	Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Calidad del servicio</li> <li>• Seguridad alimentaria</li> </ul>	<b>Instrumento:</b> Cuestionario

*Elaboración:* Autoría propia

### 3.6.2. Matriz de Consistencia

**Tabla 3**

*Matriz de consistencia*

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>VARIABLE I</b>	<b>DIMENSIONES</b>
¿De qué manera el patrimonio alimentario se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Analizar la relación entre el patrimonio alimentario con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.	El patrimonio alimentario se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.	Todo uso, representación, expresión, conocimiento y <u>técnica</u> vinculado a los alimentos con importancia simbólica, <u>cultural e identitaria</u> para un país o territorio determinado (Zárate, 2014).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas culinarias</li> <li>• Cultura alimentaria</li> <li>• Identidad cultural</li> </ul>
<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>	<b>VARIABLE II</b>	<b>DIMENSIONES</b>
¿De qué manera las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Identificar que las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.	Las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.	Es la visita a productores de alimentos, <u>festivales gastronómicos</u> , restaurante y <u>lugares específicos</u> , donde la degustación de alimentos y toda <u>experiencia</u> inherente son el motivo principal para viajar (Hall & Mitchell, 2011).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugares específicos</li> <li>• Festivales gastronómicos</li> <li>• Experiencia</li> </ul>
¿De qué manera la cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Determinar que la cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.	La cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.		
¿De qué manera la identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Determinar que la identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.	La identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.		

*Elaboración:* Autoría propia

### **3.7. Técnicas e instrumentos de investigación**

El instrumento que se utilizó en la investigación es el cuestionario, tanto para la variable dependiente como independiente, el cual, se aplicó a los propietarios y/o gerentes de los establecimientos gastronómicos registrados en el catastro turístico y a los turistas, se estructuraron preguntas generales y específicas, las cuales sirvieron para la recolección de datos y levantamiento de información a través de una investigación de campo.

#### **3.7.1. Técnicas**

Las técnicas son un conjunto de métodos y herramientas que se utilizan en el desarrollo del proyecto de investigación, con el fin de obtener información pertinente con los objetivos establecidos, es decir, son medios que sirven para recoger y almacenar datos (Arias, 2006).

Las técnicas empleadas para el proyecto de investigación fueron las encuestas y entrevistas, las cuales servirán para recolectar toda la información y datos posibles que ayuden al correcto desarrollo de la investigación.

#### **3.7.2. Instrumentos**

Mediante la matriz de operacionalización de las variables, se procedió a estructurar un cuestionario de 10 preguntas, las cuales se encuentran valoradas bajo una escala de Likert, datos que sirvieron para la comprobación de hipótesis. Se cuenta con preguntas generales como edad, género, nivel de instrucción, ingresos económicos mensuales, preguntas específicas, las mismas, que hacen referencia a las dimensiones de cada indicador tanto de la variable independiente como de la dependiente y finalmente se agregó preguntas complementarias, referente al tema de estudio.

Este instrumento se aplicó a los propietarios y/o gerentes de los prestadores de alimentos y bebidas registrados en el cantón y a turistas, con el fin de evaluar el nivel de conocimiento y nivel de importancia que dan al Patrimonio Alimentario y al Turismo Gastronómico respectivamente.

### **3.8. Validez de los instrumentos**

Al diseñar y estructurar las encuestas de acuerdo a las directrices del tutor se continuó con el proceso de validación de las mismas, mediante los criterios y matrices de evaluación de varios expertos de la Universidad Nacional de Chimborazo, los cuales analizaron y aprobaron los instrumentos de evaluación.

La validez de los instrumentos tiene la aprobación de 4 expertos, docentes de la carrera, quienes son miembros del tribunal.

### **Cuadro 1**

#### *Validación de Expertos*

<b>Nombre</b>	<b>Cargo que desempeña</b>
Dr. José Álvarez	Docente de la carrera de gestión turística y hotelera/turismo
Mgs. Margoth Cali	Docente de la carrera de gestión turística y hotelera/turismo
Mgs. Henry Villa	Docente de la carrera de gestión turística y hotelera/turismo
Mgs. Carlos Fernando Inga	Docente de la carrera de gestión turística y hotelera/turismo

*Fuente:* Validación de Expertos Docentes de la carrera de Gestión Turística y Hotelera

*Elaboración:* Autoría propia.

### **3.9. Confiabilidad de los instrumentos**

#### **3.9.1. Confiabilidad Variable Independiente (*Patrimonio Alimentario*)**

De acuerdo a (George y Mallery, 2003, p.231) sugieren las siguientes recomendaciones para evaluar los coeficientes 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

Mediante el análisis de la fiabilidad del instrumento que corresponde a la variable independiente, aplicado a 12 propietarios y/o gerentes de los establecimientos de alimentos y bebidas, se obtuvieron los siguientes datos:

### **Cuadro 2**

#### *Estadístico Alfa de Cronbach Variable Independiente*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,866</b>	10

*Fuente:* Cálculo grado de confiabilidad del Instrumento según el Alfa de Cronbach

*Elaboración:* Autoría propia.

Se concluye que el instrumento de la variable independiente tiene un grado de confiabilidad de 0,866, por lo que se considera el criterio de aceptación y confiabilidad como **Bueno** de acuerdo a (George y Mallery, 2003).

### 3.9.2. Confiabilidad de la Variable Dependiente (*Turismo Gastronómico*)

Mediante el análisis de la fiabilidad del instrumento que corresponde a la variable dependiente que se ha encuestado a turistas que ingresaron al cantón Alausí, donde se obtuvieron los siguientes datos:

#### **Cuadro 3**

*Estadístico Alfa de Cronbach Variable Dependiente*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,890</b>	10

*Fuente:* Cálculo grado de confiabilidad del Instrumento según el Alfa de Cronbach.

*Elaboración:* Autoría propia.

Se concluye que el instrumento de la variable independiente tiene un grado de confiabilidad de 0,890 por lo que se considera el criterio de aceptación y confiabilidad como **Bueno** de acuerdo a (George y Mallery, 2003).

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

#### 4.1.1. Análisis e interpretación de resultados de la variable independiente

##### Cuadro 4

*Resultados de la Variable Independiente*

No	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
<b>DATOS GENERALES</b>		
a)	<b>Género</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 66,67% masculino</li> <li>• 33,33% femenino</li> </ul> <p>El género masculino predomina en el cantón y por ende son los encargados de la administración los establecimientos de alimentos y bebidas.</p>
b)	<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 41,67% rango de edad de (36 a 46 años)</li> <li>• 41,67% rango de edad de (47 a 57 años)</li> <li>• 16,67% rango de edad de (25 a 35 años)</li> </ul> <p>La edad de los propietarios y/o gerentes de los establecimientos gastronómicos están dentro del rango de 36 a 57 años.</p>
c)	<b>Nivel de Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50,00% nivel de instrucción técnico-tecnológico</li> <li>• 25,00% nivel de instrucción secundaria</li> <li>• 16,67% nivel de instrucción tercer nivel</li> <li>• 08,33% nivel de instrucción primaria.</li> </ul> <p>La mayor parte de los propietarios y/o gerentes poseen un nivel de educación superior.</p>
<b>TÉCNICAS CULINARIAS</b>		
1	<b>¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las prácticas culturales agrícolas y culinarias?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 58,33% nivel de conocimiento medio</li> <li>• 25,00% nivel de conocimiento muy bajo</li> <li>• 18,87% nivel de conocimiento bajo</li> </ul> <p>Los propietarios y/o gerentes tienen escaso conocimiento respecto a las prácticas culturales agrícolas y culinarias.</p>
2	<b>¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las técnicas de transformación y conservación de alimentos?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50,00% nivel de conocimiento medio</li> <li>• 25,00% nivel de conocimiento bajo</li> <li>• 25,00% tienen un nivel entre muy bajo</li> </ul> <p>Los propietarios y/o gerentes tienen un nivel de conocimiento bajo respecto a las técnicas de transformación y conservación de alimentos.</p>
3	<b>¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a la forma de obtención de productos?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 75,00% nivel de conocimiento medio</li> <li>• 08,33% un nivel de conocimiento muy alto</li> <li>• 08,33% un nivel de conocimiento bajo</li> <li>• 08,33% posee un conocimiento muy bajo</li> </ul> <p>Los propietarios y/o gerentes no conocen en su totalidad las diferentes formas de obtención de los productos.</p>
<b>CULTURA ALIMENTARIA</b>		
4	<b>¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las creencias y propiedades nutritivas o medicinales de alimentos y bebidas?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 66,67% nivel de conocimiento medio</li> <li>• 33,33% nivel de conocimiento muy alto</li> </ul> <p>Los propietarios y/o gerentes tienen limitado conocimiento sobre las propiedades nutritivas o medicinales de los alimentos y bebidas.</p>

- 
- 5 **¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las tradiciones referente a la época de consumo de los alimentos?**
- 50,00% nivel de conocimiento muy alto
  - 33,33% nivel de conocimiento alto
  - 16,67% nivel de conocimiento medio
- Los propietarios y/o gerentes conocen la época de consumo de los alimentos respecto a las tradiciones.
- 6 **¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a los saberes relacionado al uso de elementos de la naturaleza en la transformación de alimentos?**
- 41,67% nivel de conocimiento muy alto
  - 41,67% nivel de conocimiento medio
  - 16,67% nivel de conocimiento bajo
- El nivel de conocimiento de los propietarios y/o gerentes se encuentra en un punto medio respecto a los saberes sobre el uso de los elementos de la naturaleza en la transformación de los alimentos.

#### **IDENTIDAD CULTURAL**

- 7 **¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las costumbres en la utilización de utensilios ancestrales?**
- 33,33% nivel de conocimiento muy alto
  - 33,33% nivel de conocimiento alto
  - 33,33% nivel de conocimiento medio
- El nivel de conocimiento de los propietarios y/o gerentes se encuentra en un punto medio respecto a las costumbres en la utilización de utensilios ancestrales como: hornos de leña, ollas de barro, tiestos, entre otros.
- 8 **¿Cuál es su grado de conocimiento respecto al origen e historia de los platos tradiciones del cantón?**
- 58,33% nivel de conocimiento bajo
  - 16,67% nivel de conocimiento muy bajo
  - 16,67% nivel de conocimiento medio
  - 08,33% nivel de conocimiento alto
- Los propietarios y/o gerentes no conocen en su totalidad sobre el origen y la historia de los platos tradicionales del cantón.
- 9 **¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a la importancia simbólica de los platos existentes en la localidad?**
- 41,67% nivel de conocimiento bajo
  - 25,00% nivel de conocimiento medio
  - 25,00% nivel de conocimiento muy alto
  - 08,33% nivel de conocimiento alto
- El nivel de conocimiento de los propietarios y/o gerentes se encuentra en un punto medio respecto a la importancia simbólica de los platos tradicionales de la localidad.
- 10 **¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a la calidad de los productos locales?**
- 41,67% nivel de conocimiento muy alto
  - 41,67% nivel de conocimiento alto
  - 16,67% nivel de conocimiento medio
- Los propietarios y/o gerentes conocen acerca de la calidad de los productos locales.

#### **ÁMBITO GENERAL**

- 11 **¿Considera importante identificar el Patrimonio Alimentario, como base para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón?**
- 91,67% Si consideran importante
  - 08,33% No consideran importante
- Es primordial identificar el Patrimonio Alimentario como base para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón Alausí.
- 12 **¿Qué medios considera usted los más efectivos para difundir el Patrimonio Alimentario del cantón Alausí?**
- 50,00% guías o revistas turísticas
  - 33,33% redes sociales
  - 16,67% festivales gastronómicos.
- Para difundir el Patrimonio Alimentario, se puede diseñar una revista digital, la cual se puede promocionar a través de las redes sociales y festivales gastronómicos.
- 

**Fuente:** Resultados de las encuestas aplicadas a aplicadas a los propietarios y/o gerentes de los establecimientos de alimentos y bebidas

**Elaboración:** Autoría propia.

#### 4.1.2. Análisis e interpretación de resultados de la variable dependiente

**Cuadro 1**

*Resumen e interpretación de resultados - variable dependiente*

No	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
<b>DATOS GENERALES</b>		
a)	<b>Género</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 59,30% masculino</li> <li>• 40,70% femenino</li> </ul> <p>El mayor número de turistas que visitan el cantón son de género masculino.</p>
b)	<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55,23% rango de edad de (25 a 35 años)</li> <li>• 22,67% rango de edad de (36 a 46 años)</li> <li>• 19,19% rango de edad de (47 a 57 años)</li> <li>• 01,74% rango de edad de (menos de 25 años)</li> <li>• 01,16% rango de edad de (más de 57 años)</li> </ul> <p>La edad promedio de los turistas que visitan el cantón están dentro del rango de 25 a 46 años.</p>
c)	<b>Nivel de Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 39,59% nivel de instrucción secundaria</li> <li>• 37,21% nivel de instrucción tercer nivel</li> <li>• 15,70% nivel de instrucción técnico-tecnológico</li> <li>• 06,98% nivel de instrucción cuarto nivel</li> <li>• 00,58% nivel de instrucción primaria</li> </ul> <p>Los turistas que visitan el cantón poseen un nivel de instrucción de secundaria.</p>
d)	<b>Ingresos económicos mensuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 42,44% ingresos mensuales menores de \$400 dólares</li> <li>• 27,33% ingresos mensuales mayores de \$852 dólares</li> <li>• 14,53% ingresos mensuales de \$400 a \$500 dólares</li> <li>• 08,14% ingresos mensuales de \$702 a \$852 solares</li> <li>• 07,56% ingresos mensuales de \$501 a \$701 dólares</li> </ul> <p>Los turistas cuentan con recursos, para visitar el cantón y dejar un rubro por la adquisición de servicios turísticos.</p>
<b>LUGARES ESPECÍFICOS</b>		
1	<b>¿Qué tan importante es para usted, la convivencia con la población local a través de la visita a productores primarios?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 46,51% importante</li> <li>• 33,14% muy importante</li> <li>• 13,95% medianamente importante</li> <li>• 04,07% poco importante</li> <li>• 02,33% sin importancia</li> </ul> <p>Un punto clave para el desarrollo eficiente del turismo gastronómico es la convivencia de la población local a través de la visita a productores primarios.</p>
2	<b>¿Qué tan importante es para usted, la degustación de platos tradicionales en mercados locales?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50,58% muy importante</li> <li>• 34,88% importante</li> <li>• 10,47% medianamente importante</li> <li>• 04,07% poco importante</li> </ul> <p>Es primordial que la degustación de platos tradicionales sea en mercados locales.</p>
3	<b>¿Qué tan importante es para usted, categorizar o certificar a los prestadores de alimentos y bebidas?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 48,26% importante</li> <li>• 41,86% muy importante</li> <li>• 04,65% medianamente importante</li> <li>• 03,49% poco importante</li> <li>• 01,74% sin importancia</li> </ul> <p>Es fundamental que los establecimientos de alimentos y bebidas cuenten con un certificado y a la vez tengan una categorización.</p>
<b>FESTIVALES GASTRÓNOMICOS</b>		

4	¿Qué tan importante es para usted, establecer ferias turísticas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 57,56% muy importante</li> <li>• 06,98% medianamente importante</li> <li>• 02,33% poco importante</li> </ul> <p>Es importante establecer ferias turísticas con el fin de tener un mejor conocimiento acerca de la gastronomía del cantón.</p>
5	¿Qué tan importante es para usted, diseñar rutas gastronómicas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 59,88% muy importante</li> <li>• 30,81% importante</li> <li>• 05,81% medianamente importante</li> <li>• 02,91% poco importante</li> <li>• 00,58% sin importancia</li> </ul> <p>Es necesario que se diseñe rutas gastronómicas enfocadas en el aprovechamiento consciente y responsable de los productos locales.</p>
6	¿Qué tan importante es para usted, desarrollar eventos gastronómicos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 60,47% muy importante</li> <li>• 33,14% importante</li> <li>• 04,07% medianamente importante</li> <li>• 02,33% poco importante</li> </ul> <p>Es relevante que se desarrollen eventos gastronómicos donde se permita la observación y degustación de platos tradicionales.</p>
<b>EXPERIENCIA TURÍSTICA</b>		
7	¿Qué tan importante es para usted, la formación y capacitación de los actores orientada en la atención del cliente?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 57,56% muy importante</li> <li>• 36,05% importante</li> <li>• 04,65% medianamente importante</li> <li>• 01,74% poco importante</li> </ul> <p>Dentro del cantón es fundamental que los actores turísticos tengan una formación y capacitación orientada en la atención del cliente.</p>
8	¿Qué tan importante es para usted, implementar procesos orientados a brindar servicios de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55,81% muy importante</li> <li>• 38,37% importante</li> <li>• 02,91% medianamente importante</li> <li>• 02,33% poco importante</li> <li>• 00,58% sin importancia</li> </ul> <p>Se debe implementar procesos dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas orientados a brindar servicios de calidad.</p>
9	¿Qué tan importante es para usted, la seguridad alimentaria?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 77,33% muy importante</li> <li>• 18,60% importante</li> <li>• 01,16% medianamente importante</li> <li>• 02,33% poco importante</li> <li>• 00,58% sin importancia</li> </ul> <p>Es fundamental que exista una seguridad alimentaria en la elaboración y preparación de alimentos y bebidas.</p>
10	¿Qué tan importante es para usted, crear alianzas estratégicas con establecimientos hoteles y agencias de viajes?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55,81% considera muy importante</li> <li>• 31,40% importante</li> <li>• 09,88% medianamente importante</li> <li>• 02,91% poco importante</li> </ul> <p>Por lo tanto, se concluye que para los turistas es necesario que se creen alianzas estratégicas con establecimientos turísticos como hoteles y agencias de viajes, para conocer sobre la gastronomía local.</p>
<b>ÁMBITO GENERAL</b>		
11	¿Considera usted importante que exista un medio local que difunda el patrimonio alimentario del cantón?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 91,86% Si consideran importante</li> <li>• 08,14% No consideran importante</li> </ul> <p>Es fundamental que dentro del cantón exista un medio que difunda y promueva el Patrimonio Alimentario.</p>

12	<b>¿Qué información le gustaría conocer acerca del Patrimonio Alimentario del cantón?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26,16% historia y origen de los platos</li> <li>• 25,58% productos locales</li> <li>• 24,42% técnicas de transformación y conservación</li> <li>• 23,84% utensilios ancestrales</li> </ul> <p>Es importante diseñar una revista digital, la cual contenga toda la información solicitada por los turistas.</p>
----	---	---

*Fuente:* Resultados de las encuestas digitales aplicadas a turistas, mediante, Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

## 4.2. Prueba de Hipótesis

### 4.2.1. Hipótesis general

#### a.- Planteamiento de hipótesis

**H<sub>0</sub>:** El patrimonio alimentario no se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

**H<sub>1</sub>:** El patrimonio alimentario se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo

#### b.- Establecer el nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

#### c.- Elección del estadístico de prueba

Para determinar la prueba de hipótesis general, se ha considerado la correlación de chi – cuadrado de Pearson y el análisis de dos variables de estudio para poder determinar si se relacionan significativamente.

### Cuadro 5

#### Prueba de hipótesis general

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	<b>Valor</b>	<b>df</b>	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
Chi-cuadrado de Pearson	1,861 <sup>a</sup>	2	<b>,394</b>
Razón de verosimilitud	2,241	2	,326
Asociación lineal por lineal	,055	1	,814
N de casos válidos	12		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,42.

*Fuente:* Nivel de significación hipótesis cálculo Chi – cuadrado de Pearson.

*Elaboración:* Autoría propia.

#### d.- Lectura de P \_ valor

El resultado de P \_ valor = 0,394

### *e.- Decisión*

El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis general, de acuerdo al nivel de significancia ( $0.05 = 5\%$ ), indica que el  $P\_valor = 0,394 > \alpha = 0.05$ , por lo que se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) y se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ). Es decir, el patrimonio alimentario no se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### **4.2.2. Hipótesis específica 1**

#### *a.- Planteamiento de hipótesis*

**H<sub>0</sub>:** Las técnicas culinarias no se relacionan con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

**H<sub>1</sub>:** Las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

#### *b.- Establecer el nivel de significancia*

$$\alpha = 0,05$$

#### *c.- Elección del estadístico de prueba*

Para determinar la prueba de hipótesis específica 1, se ha considerado la correlación de chi – cuadrado de Pearson y el análisis de dos variables de estudio para poder determinar si se relacionan significativamente.

### **Cuadro 6**

#### *Prueba de hipótesis específica 1*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	<b>Valor</b>	<b>df</b>	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
Chi-cuadrado de Pearson	2,126 <sup>a</sup>	3	,547
Razón de verosimilitud	2,840	3	,417
Asociación lineal por lineal	,135	1	,714
N de casos válidos	12		

a. 8 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,42

*Fuente:* Nivel de significación hipótesis cálculo Chi – cuadrado de Pearson.

*Elaboración:* Autoría propia.

#### *d.- Lectura de P \_ valor*

El resultado de  $P\_valor = 0,547$

### *e.- Decisión*

El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 1, de acuerdo al nivel de significancia ( $0.05 = 5\%$ ), indica que el  $P\_valor = 0,547 > \alpha = 0.05$ , por lo que se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) y se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ). Es decir, las técnicas culinarias no se relacionan con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### **4.2.3. Hipótesis específica 2**

#### *a.- Planteamiento de hipótesis*

**H<sub>0</sub>**: La cultura alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

**H<sub>1</sub>**: La cultura alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

#### *b.- Establecer el nivel de significancia*

$$\alpha = 0,05$$

#### *c.- Elección del estadístico de prueba*

Para determinar la prueba de hipótesis específica 2, se ha considerado la correlación de chi – cuadrado de Pearson y el análisis de dos variables de estudio para poder determinar si se relacionan significativamente.

### **Cuadro 7**

#### *Prueba de hipótesis específica 2*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	<b>Valor</b>	<b>df</b>	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
Chi-cuadrado de Pearson	,686 <sup>a</sup>	2	,710
Razón de verosimilitud	,712	2	,701
Asociación lineal por lineal	,531	1	,466
N de casos válidos	12		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,83.

*Fuente:* Nivel de significación hipótesis cálculo Chi – cuadrado de Pearson.

*Elaboración:* Autoría propia.

#### *d.- Lectura de P \_ valor*

El resultado de  $P\_valor = 0,710$

### *e.- Decisión*

El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 2, de acuerdo al nivel de significancia ( $0.05 = 5\%$ ), indica que el  $P\_valor = 0,710 > \alpha = 0.05$ , por lo que se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) y se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ). Es decir, la cultura alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### **4.2.4. Hipótesis específica 3**

#### *a.- Planteamiento de hipótesis*

**H<sub>0</sub>**: La identidad cultural no se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

**H<sub>1</sub>**: La identidad cultural se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

#### *b.- Establecer el nivel de significancia*

$$\alpha = 0,05$$

#### *c.- Elección del estadístico de prueba*

Para determinar la prueba de hipótesis específica 3, se ha considerado la correlación de chi – cuadrado de Pearson y el análisis de dos variables de estudio para poder determinar si se relacionan significativamente.

### **Cuadro 8**

#### *Prueba de hipótesis específica 3*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	<b>Valor</b>	<b>gl</b>	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
Chi-cuadrado de Pearson	,833 <sup>a</sup>	2	,659
Razón de verosimilitud	1,195	2	,550
Asociación lineal por lineal	,189	1	,664
N de casos válidos	12		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,42.

*Fuente:* Nivel de significación hipótesis cálculo Chi – cuadrado de Pearson.

*Elaboración:* Autoría propia.

#### *d.- Lectura de P \_ valor*

El resultado de  $P\_valor = 0,659$

### e.- Decisión

El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 3, de acuerdo al nivel de significancia ( $0.05 = 5\%$ ), indica que el  $P\_valor = 0,659 > \alpha = 0.05$ , por lo que se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) y se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ). Es decir, la identidad cultural no se relaciona con el turismo gastronómico del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### 4.3. Análisis FODA

#### Cuadro 9

##### FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Calidad de los productos locales.	1. Creación de circuitos gastronómicos
2. Diversidad gastronómica.	2. Amplia oferta de atractivos turísticos
3. Alta demanda turística en el cantón.	3. Posicionamiento del turismo gastronómico
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1. Conocimiento bajo respecto al origen e historia de los platos tradicionales.	
2. Escaso reconocimiento de la gastronomía típica.	1. Inestabilidad económica.
3. Limitados establecimientos de alimentos enfocados en la gastronomía tradicional.	2. Pandemia Covid-19
	3. Desastres naturales

*Fuente:* Investigación de campo.

*Elaboración:* Autoría propia.

#### 4.3.1. Estrategias FODA cruzado

#### Cuadro 10

##### Estrategias FODA cruzado

<b>OFENSIVAS</b>	<b>DEFENSIVAS</b>
F1-O1 Diseñar rutas gastronómicas enfocadas el aprovechamiento consciente y seguro de los productos locales, con el fin de realzar la calidad de los mismos.	F1-A3 Realizar un plan de salvaguardia en aquellas zonas de emergencia, para garantizar la calidad de los productos autóctonos.

---

F2-O3 Crear una marca gastronómica con el fin de posicionar la diversidad culinaria mediante el turismo gastronómico.

F3-O2 Estructurar paquetes turísticos con la amplia variedad de atractivos turístico para satisfacer las necesidades de la demanda.

F2-A2 Implementar medidas de bioseguridad en las preparaciones de los platillos, así como en los establecimientos gastronómicos.

F3-A1 Incentivar a la demanda turística a reconocer a Alausí como un referente gastronómico, para contribuir con la economía del cantón.

### **ADAPTATIVA**

D1-O3 Posicionar el turismo gastronómico, con el fin de elevar los conocimientos de la población respecto a los platos típicos.

D2-O2 Generar actividades turísticas culturales donde se genere un reconocimiento de la gastronomía local.

D3-O1 Establecer circuitos gastronómicos con el propósito de dar a conocer las huecas gastronómicas

### **SUPERVIVENCIA**

D1-A3 Implementar jornadas de participación con el fin de conocer la historia respecto a la gastronomía y programas de capacitación respecto a primeros auxilios frente la presencia de desastres naturales.

D2-A1 Desarrollar un plan de marketing enfocado en el reconocimiento de la gastronomía tradicional con el fin primordial de generar ingresos en el cantón

D3-A2 Capacitar y formar al personal de los establecimientos de alimentos y bebidas, referente a las medidas de bioseguridad para el Covid-19

---

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Autoría propia.

## 5. CONCLUSIONES

- Con base en los resultados obtenidos durante el desarrollo de la investigación, se evidencia que los propietarios y/o gerentes de los prestadores turísticos de alimentos y bebidas, así como la población en general tienen un escaso conocimiento acerca del Patrimonio Alimentario, razón por la cual, no se ha tenido un desarrollo eficiente del turismo gastronómico dentro del cantón Alausí.
- Mediante los resultados, se puede evidenciar que las técnicas culinarias no se relacionan con el turismo gastronómico, ya que, los propietarios/gerentes de los prestadores turísticos gastronómicos y la población desconoce las prácticas culturales y culinarias, las diferentes técnicas de transformación y conservación de los alimentos, asimismo, el conocimiento que poseen sobre las formas de obtención de los productos es muy limitado.
- De acuerdo a los resultados obtenidos y analizados se puede constatar que la cultura alimentaria no influye en el turismo gastronómico, puesto que, la población tiene poco conocimiento respecto a las creencias de las propiedades nutritivas y medicinales de ciertos productos, además, se puede notar que el uso de elementos de la naturaleza para las transformación de alimentos se han desplazado, por lo que, en la actualidad se han adoptado nuevas culturas gastronómicas desvalorizando así las tradiciones culinarias ancestrales.
- Con base a la investigación realizada se puede determinar que la población alauseña de a poco va perdiendo su identidad cultural, debido a que, se están desplazando las costumbres ancestrales, pues, en limitados establecimientos gastronómicos registrados es escaso el uso de utensilios ancestrales como cucharas de palo, tiesto, ollas de barro, técnicas de cocción en hornos de leña, entre otros, de igual manera, desconocen acerca del origen, historia e importancia simbólica de los platos tradicionales del cantón.

## **6. RECOMENDACIONES**

- Es necesario que se identifique el Patrimonio alimentario del cantón mediante un levantamiento de datos, mismo, que servirá para el desarrollo de un repositorio que contendrá información altamente relevante sobre dicha variable y así ayudar a enriquecer el conocimiento de futuras generaciones mediante un documento oficial y tangible.
- Analizar las diferentes técnicas de transformación y conservación de los alimentos, así como, las formas de obtención de los productos y las prácticas culturales y culinarias, para evaluar el grado de importancia que le dan la población y los prestadores gastronómicos a esta dimensión.
- Establecer ferias turísticas enfocadas en el aprovechamiento consciente y responsable de los productos locales, con el fin de ampliar los conocimientos relacionados a las propiedades nutritivas y medicinales, creencias o saberes que han intentado permanecer a lo largo de varias generaciones, para así poder revalorizar las tradiciones culinarias ancestrales.
- Realizar un inventario de los platos tradicionales de la localidad, con el fin de determinar el origen, historia, ingredientes, proceso e importancia simbólica de los mismos, pues, de este modo se podrá valorar y rescatar la identidad cultural del cantón.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos*. Riobamba.
- AME. (2012). *Introducción al Patrimonio cultural*. Noción. Obtenido de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Bastidas, J., & Gutiérrez, M. (2018). *Fortalecimiento de los saberes ancestrales en la Universidad*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Benavides, J., Jaramillo, E., Pesantes, F., & Banderas, J. (2009). Inventario gastronómico de recursos con potencial turísticos del cantón nobol. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1719>
- Cabezas, K. (2019). *Potencialidades para la implementación de una ruta turística gastronómica en territorio ciudad Esmeraldas - Tachina - Tabiazo [Tesis de pregrado, Universidad Católica del Ecuador]*. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2023>
- Calderón, M., Taboada, O., Argumedo, A., Ortiz, E., Jacinto, C., & López, A. (2017). Cultura alimentaria: clave para el diseño de estrategias de mejoramiento nutricional de poblaciones rurales. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 14(2). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6058719>
- Carrasco, B. (2019). *Patrimonio Alimentario y desarrollo turístico del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5500>
- Contreras, C., Luco, J., & Ríos, C. (2019). Patrimonio culinario: propuesta para una metodología de distinción patrimonial de las culinarias locales. *Revista Ciencias y Humanidades*, 8(8), 163-181.
- Contreras, Luco, & Ríos. (2019). Patrimonio culinario: propuesta para una metodología de distinción patrimonial de las culinarias locales. *Revista Ciencias y Humanidades*, 8(8), 163-181. Obtenido de <https://revistacienciasyhumanidades.com/index.php/home/article/view/78>

- Fernández, M. (2012). *Temas Dirección de Marketing*. España: Cadiz. Obtenido de <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/14887/libro-dir-mk-en-espa%C3%B1ol.pdf?sequence=1>
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf>
- González, F. (2014). *Mercadotecnia estratégica: teoría e impacto en las unidades de información*. México: Creative Commons. Obtenido de [http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI\\_UNAM/L117/1/mercadotecnia\\_estrategica\\_ui.pdf](http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L117/1/mercadotecnia_estrategica_ui.pdf)
- Hall, M., & Mitchell, R. (2013). *Gastronomic tourism*. Niche tourism.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGrawHill / Interamericana Editores. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R., & Dancausa, M. (2018). TURISMO GASTRONÓMICO: La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 413-430.
- Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355-367. Obtenido de <https://doi.org/10.1002/jtr.852>
- Martínez, A., Ruiz, C., & Escrivá, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>
- Medina, X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de antropología*, 51(2), 106-113. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.antro.2017.02.001>
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Universitat Jaume I.

- Montenegro. (2019). Patrimonio y Alimentación: miradas "otras". *Difusiones*, 17(17), 51-60. Obtenido de <http://revistadifusiones.net/index.php/difusiones/article/view/213>
- Montenegro, M. (2019). Patrimonio y Alimentación: miradas "otras". *Difusiones*, 17(17), 51-60.
- Navarrete, M., & Muñoz, C. (2018). Turismo gastronómico: sabor y tradición. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1(3), 23-40. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7400807>
- OMT. (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2020). *Definición.De*. Obtenido de <https://definicion.de/practicas-culturales/>
- Puebla, J. (2020). *Patrimonio Alimentario y calidad del servicio de las huecas tradicionales del cantón Guano [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]*. Obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6649>
- Ramírez Hernández, O. I., & all, e. (2018). *Universidad de Jaén*. Obtenido de Un acercamiento al capital social y turismo desde un enfoque mixto y mapeo de actores: <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3806/3120>
- Ramírez, F., & Zwerg, A. (2012). Metodología de la Investigación: más que una receta. *AD-minister*(20), 91-111. Obtenido de <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/1344>
- Rodríguez, K. (2017). *Análisis de los recursos turísticos del cantón Naranjito, para el diseño de un producto gastronómico del cantón [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]*. Obtenido de Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/22553>
- Salas, F. (2015). *Técnicas en cocina*. Madrid: SINTESIS. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771914.pdf>

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Sernatur. (2014). *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local*.

Tresserras, J., & Medina, X. (2008). Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo. *Ibertur*, 39-71.

Zárate, E. (2014). *Memorias, II Congreso Continetal de Cocinas Patrimoniales*. .  
Obtenido de  
[https://issuu.com/academiaculinaria/docs/libro\\_memorias/1?ff&fbclid=IwAR1ftJUo4eVjJbfa-FnIToY6l3lsFCZkOVHJD83Jcakmj4u1gRscQHk0PU](https://issuu.com/academiaculinaria/docs/libro_memorias/1?ff&fbclid=IwAR1ftJUo4eVjJbfa-FnIToY6l3lsFCZkOVHJD83Jcakmj4u1gRscQHk0PU)

## **8. ANEXOS**

### **8.1. Propuesta**

#### **1. Título**

Estrategias comunicacionales del Patrimonio Alimentario del cantón Alausí.

#### **1.1. Introducción**

La investigación se fundamenta en la formulación de estrategias comunicacionales con el fin de proteger y difundir el Patrimonio Alimentario, mantener la identidad cultural y la memoria de los pueblos ancestrales de la localidad.

En el Pueblo Mágico de Alausí actualmente se cuenta con costumbres y tradiciones de nuestros antepasados, donde, a través de la comida y bebida se puede percibir las manifestaciones culturales de los pueblos, de igual manera se pretende dar a conocer todo el proceso referente a la gastronomía como es siembra, cosecha, preparación y presentación final.

Para el desarrollo de la propuesta, inicialmente se procedió a realizar un análisis FODA con el fin principal de conocer la situación real de la variable objeto de estudio y de esta manera identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas respecto al Patrimonio alimentario.

Finalmente se planteó estrategias de conservación y difusión, las cuales, fueron establecidas en base al diagnóstico situacional del cantón. Por tal motivo, la propuesta está enfocada en promocionar los diferentes platos típicos de la localidad, a través, de medios digitales.

#### **1.2. Justificación**

La formulación de la propuesta se lo realiza con el propósito de dar solución a la problemática identificada en la investigación. Pues, al existir un nivel de conocimiento bajo-medio por parte de la población alauseña, respecto a las técnicas culinarias, identidad cultural y cultura alimentaria, es fundamental implementar estrategias de comunicación con el fin de contribuir con el desarrollo local e impulsar y promocionar el turismo gastronómico.

Las estrategias formuladas permitirán dar a conocer todo el patrimonio alimentario del cantón a nivel local, nacional e internacional, ya que, mediante los diferentes medios de comunicación se difundirá los saberes ancestrales, conocimientos gastronómicos,

técnicas culinarias, festividades e identidad cultural. A la vez, se puede tomar la propuesta como una herramienta bibliográfica para promover el desarrollo local y generar beneficios para el cantón.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Definir estrategias de comunicación para el Patrimonio alimentario del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Diseñar una marca gastronómica para identificar y difundir los productos y gastronomía local mediante medios digitales.
- Definir estrategias de comunicación interna del Patrimonio Alimentario, para preservar y rescatar las tradiciones ancestrales.
- Establecer estrategias de comunicación externa para difundir el Patrimonio Alimentario a través del diseño de productos.

## **2. Desarrollo de la Propuesta**

### **2.1. Diseño de una marca gastronómica**

#### **Ilustración 1**

*Marca gastronómica*



*Elaboración:* Autoría propia.

La marca está concebida en base a las propuestas más representativas que maneja el cantón “Pueblo Mágico Alausí” y “Alausí Productivo” por lo que, se plantea el naming “Productos Mágicos” mismo que conserva partes tanto cognitivas como fonéticas lo que

ayuda a posicionar la nueva marca de una forma más rápida y con un refuerzo gráfico que pregará en la mente de los potenciales consumidores.

El icono es una abstracción de una flor naciente que se deriva de la geometría de la cruz de la chacana sin embargo hay la variación de una rotación concéntrica y escalable para denotar progreso y crecimiento.

La cromática está pensada en los mismos colores propuestos conceptualmente por el ministerio de Turismo para “Pueblos Mágicos” con los siguientes significados:

- verde = naturaleza;
- amarillo = gastronomía;
- naranja = aventura;
- azul = agua;
- violeta = cultura.

## 2.2. Estrategias de comunicación interna del Patrimonio Alimentario

**Tabla 4**

*Estrategias comunicación interna*

Objetivo	Acción	Indicador	Meta	Responsable	Tiempo	Costo
Identificar el Patrimonio Alimentario	Identificar Productos Primarios y Elaborados	Número de Fichas	Efectuar el Atlas del Patrimonio Alimentario	Departamento de Turismo y Cultura.	1 año	\$200,00
Implementar programas de capacitación	Generar convenios con Instituciones gastronómicas	Cronograma de capacitaciones	Realizar 3 capacitaciones por año	Departamento de Seguridad ocupacional	1 año	\$300,00

*Elaboración:* Autoría propia.

### 2.2.1. Atlas del Patrimonio Alimentario

Dentro del cantón Alausí es primordial identificar los productos primarios y productos elaborados, para lo cual, se realizará un inventario mediante las fichas impartidas en el Manual metodológico para la elaboración del Atlas “Patrimonio Alimentario” del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.

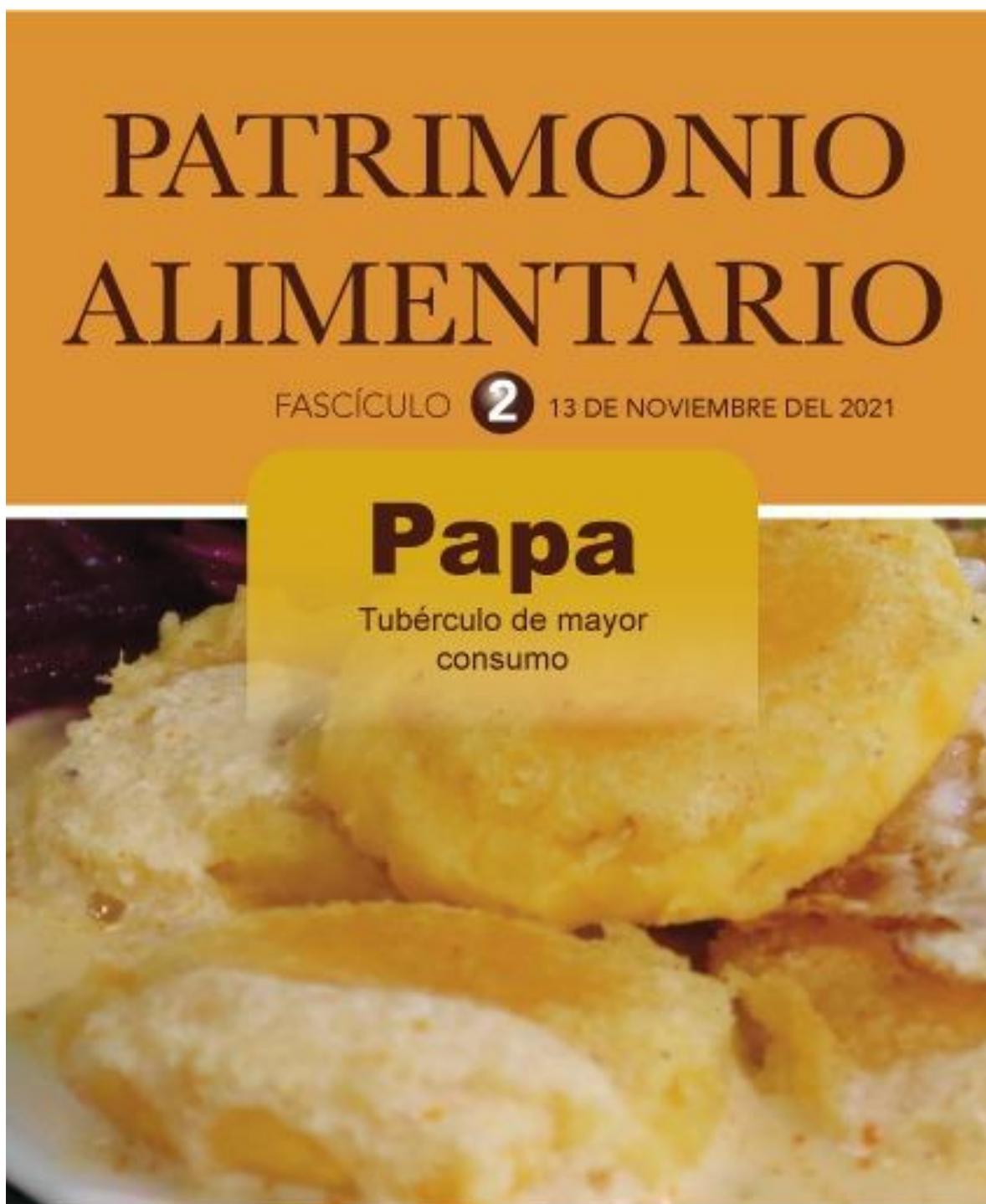
## Ilustración 2

### Ficha productos elaborados

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Llapingachos	
Ancestralidad	Prehispánico, Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Mercado Central Hueca gastronómica Restaurantes	
Descripción	Plato tradicional que consiste en papas rellenas de queso acompañado de lechuga, ensalada de remolacha, huevo, chorizo y salsa de maní.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Alausí	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Papas, cebolla colorada, huevo, queso, aguacate, lechuga, sal, achiote, remolacha, cebolla blanca, ajo y maní.	Picar las papas en trozos homogéneos y cocinarlas en abundante agua con sal al gusto hasta que queden suaves. Aplastar las papas con un poco de manteca de choncho hasta hacer un puré. Formar unas tortillas de papa rellenas de queso. Agregar un poco de achiote en el tiesto y freír las tortillas bajo carbón hasta que queden dorados. Elaborar la salsa de maní y servir los llapingachos con huevo frito, lechuga, aguacate y ensalada de remolacha.	
Propiedades	Nutritivos de las papas	
Estado de conservación	Común	

*Elaboración:* Autoría propia.

**Ilustración 3**  
*Portada Atlas*



*Elaboración:* Autoría propia.

**Ilustración 4**  
**Contenido Atlas**

2

**Papa**

PATRIMONIO ALIMENTARIO

**Papa**

FASCÍCULO 2  
 13 DE NOVIEMBRE DEL 2021

3



Tubérculo de la especie *Solanum Fuberosum*, es una especie herbácea perteneciente al género *Solanum* de la familia de las solanáceas. Se siembra en los meses de junio y julio en la comunidad de Nizag. Territorio que se encuentra entre los 2.0000 y 3.400 m.s.n.m (metros sobre el nivel del mar). Presenta una variedad de pisos climáticos, que por la bondad de su clima templado se realizan actividades agrícolas en una mezcla de productos de la sierra.

Gobierno Autónomo Descentralizado  
 Municipal del Cantón Alausi  
 Dirección: Ricaurte y Av. 5 de Junio  
 Correo: municipalalausi@gmail.com  
 Teléfono: 032 930 153

**PROCESO AGRÍCOLA**

El primer paso para este cultivo es seleccionar un buen terreno, para proceder a preparar el suelo con el fin de que se pueda producir de manera adecuada. Para sembrar se ara el terreno ocho veces con una yunta, posteriormente se procede a realizar rayas, donde las mujeres de la comunidad ponen de dos a tres semillas de papas, luego se coloca un abono orgánico, que es obtenido de las heces del ganado vacuno y ovino, el mismo que es previamente preparado. Con la misma yunta se procede a tapar las rayas. Una vez que empieza a germinar la flor, se riega para luego realizar el deshierbe, que consiste en quitar las primeras hierbas que se encuentran en las plantaciones. La cosecha se realiza en minga donde se disfruta de la comida y bebida tradicional de esta zona.



4

FASCÍCULO 2  
 13 DE NOVIEMBRE DEL 2021

**Papa**

PATRIMONIO ALIMENTARIO

PATRIMONIO ALIMENTARIO

**Papa**

FASCÍCULO 2  
 13 DE NOVIEMBRE DEL 2021

5

**LLAPINGACHOS**

**Ingredientes**

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| - Papas            | - Sal            |
| - Cebolla colorada | - Achiote        |
| - Huevo            | - Veteraba       |
| - Queso            | - Cebolla blanca |
| - Aguacate         | - Ajo            |
| - Lechuga          | - Maní           |

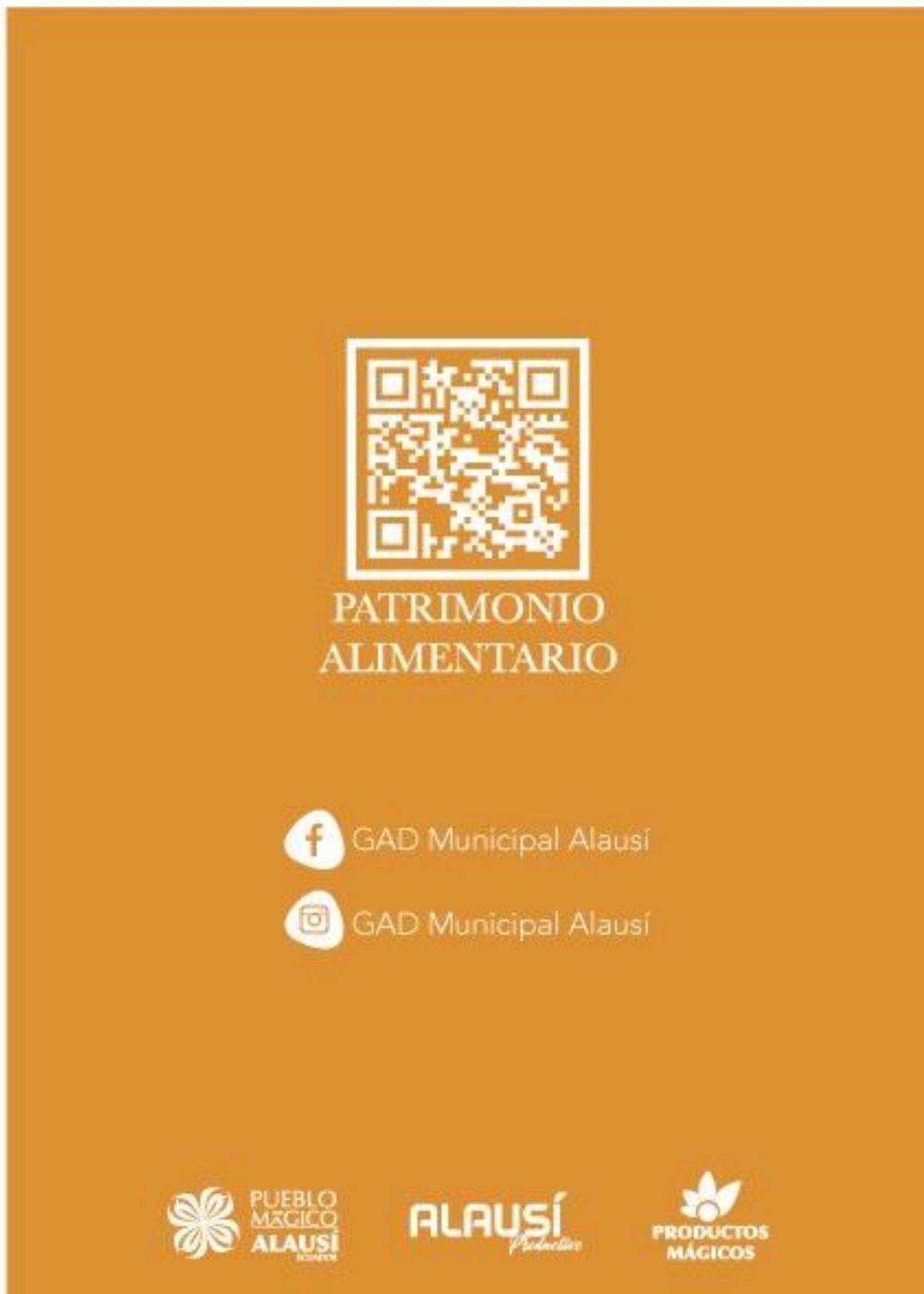
**Preparación**

1. Picar las papas peladas en trozos homogéneos y cocinarlas en abundante agua con sal hasta que estén suaves.
2. Una vez listas, aplastar las papas agregando un poco de manteca de chanco hasta hacer un puré.
3. Formar las tortillas de papas haciendo un hueco en la mitad y rellenarlas con queso.
4. Agregar un poco de achiote y freír las tortillas hasta que estén doradas por ambos lados.
5. Elaborar la salsa de maní dorando la cebolla blanca y ajo finamente picado en achiote, agregar el maní licuado, un poco de leche, dejar cocinar hasta que se espese y sazonar con sal al gusto.
6. Servir los llapingachos con huevo frito, lechuga, aguacate y ensalada de remolacha con cebolla.



**Elaboración:** Autoría propia.

**Ilustración 5**  
*Contraportada Atlas*



**Elaboración:** Autoría propia.

### 2.2.2. Programa de Capacitación y formación

El programa de Capacitación y formación surge por el evidente desconocimiento por parte de la población y prestadores de servicios turísticos, respecto a diferentes temáticas sobre gastronomía, la cual, está enfocado en enriquecer los conocimientos y de este modo brindar servicios de calidad a la demanda turística.

#### **Cuadro 11**

##### *Programa Seguridad alimentaria*

<b>Programa</b>	Seguridad alimentaria y nutricional
<b>Objetivo</b>	Fortalecer los conocimientos, actitudes y prácticas alimentarias dentro de los establecimientos gastronómicos del cantón.
<b>Temáticas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Soberanía alimentaria</li><li>- Producción, consumo y seguridad de los alimentos</li><li>- Nutrición y salud</li><li>- Modelos sustentables agrícolas</li><li>- Situación alimentaria nutricional del país.</li></ul>
<b>Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Computador</li><li>- Proyector</li><li>- Folletos</li><li>- Esferos</li><li>- Material audiovisual</li></ul>
<b>Lugar</b>	Auditorio del GADMCA
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prestadores de servicios de alimentos y bebidas.</li><li>- Población en general</li></ul>
<b>Tiempo</b>	40 horas
<b>Responsables</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Unidad de Turismo y Cultura</li><li>- Departamento de Seguridad Ocupacional</li><li>- Departamento de Comunicación Social</li></ul>
<b>Costo</b>	\$ 100,00

*Elaboración:* Autoría propia.

## **Cuadro 12**

### *Programa Atención y servicio al cliente*

---

<b>Programa</b>	Atención y Servicio al Cliente
<b>Objetivo</b>	Incorporar procesos y prácticas de calidad en forma eficiente con el fin de conseguir la satisfacción y fidelización de los consumidores.
<b>Temáticas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tipos de clientes</li><li>- Retención y fidelización de clientes</li><li>- Reclamos de quejas y sugerencias</li></ul>
<b>Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Computador</li><li>- Proyector</li><li>- Folletos</li><li>- Esferos</li><li>- Material audiovisual</li></ul>
<b>Lugar</b>	Auditorio del GADMCA
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prestadores de servicios de alimentos y bebidas.</li><li>- Población en general</li></ul>
<b>Tiempo</b>	40 horas
<b>Responsables</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Unidad de Turismo y Cultura</li><li>- Departamento de Seguridad Ocupacional</li><li>- Departamento de Comunicación Social</li></ul>
<b>Costo</b>	\$ 100,00

---

*Elaboración:* Autoría propia.

### **Cuadro 13**

#### *Programa Manejo y manipulación de alimentos*

---

<b>Programa</b>	Manejo y manipulación de alimentos
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aplicar medidas y acciones preventivas necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.</li><li>- Generar un adecuado aseo e higiene personal en los trabajadores de los establecimientos de alimentos y bebidas.</li></ul>
<b>Temáticas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Higiene e inocuidad de los alimentos</li><li>- Enfermedades comunes transmitidas por los alimentos</li><li>- Fuentes de contaminación de alimentos</li><li>- Normativa de la higiene de alimentos</li><li>- Higiene personal</li><li>- Recepción y conservación de materias primas</li></ul>
<b>Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Computador</li><li>- Proyector</li><li>- Folletos</li><li>- Esferos</li><li>- Material audiovisual</li></ul>
<b>Lugar</b>	Auditorio del GADMCA
<b>Beneficiarios</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prestadores de servicios de alimentos y bebidas.</li><li>- Población en general</li></ul>
<b>Tiempo</b>	40 horas
<b>Responsables</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Unidad de Turismo y Cultura</li><li>- Departamento de Seguridad Ocupacional</li><li>- Departamento de Comunicación Social</li></ul>
<b>Costo</b>	\$ 100,00

---

*Elaboración:* Autoría propia.

## Ilustración 6

### Certificado programa de capacitación



*Elaboración:* Autoría propia.

## 2.3. Estrategias comunicación externa del Patrimonio Alimentario

Tabla 5

*Estrategias de comunicación externa*

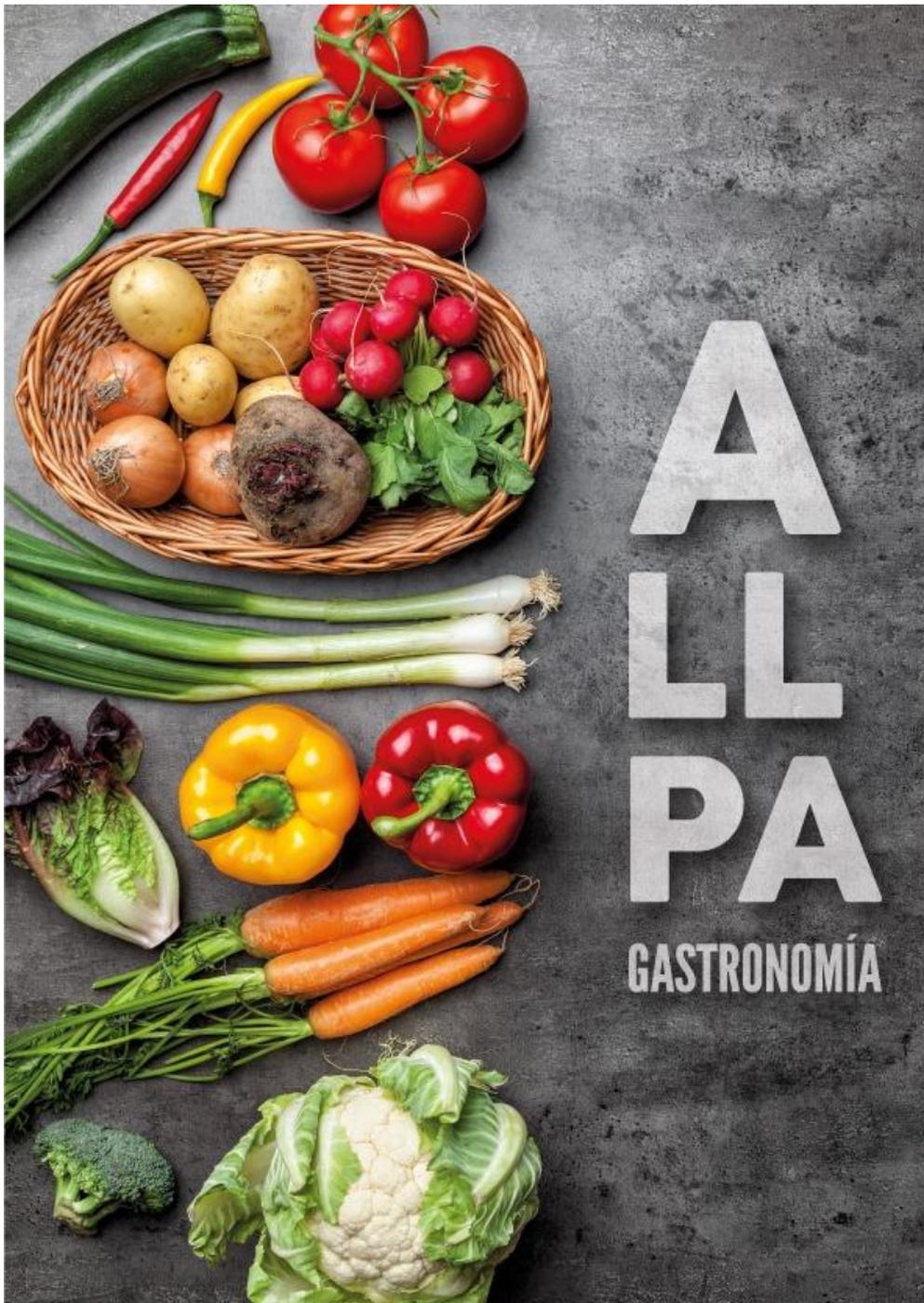
Objetivo	Tarea	Indicador	Meta	Responsable	Tiempo	Costo
Diseñar una revista gastronómica	Diseñar la Revista gastronómica digital "ALLPA"	Porcentaje descargas y número de impresiones	Difundir la revista digital por medios oficiales	Departamento de Turismo y Cultura / Comunicación Social	10 meses	\$200,00
Organizar una feria gastronómica denominada "Delicias de mi Tierrita"	Estructurar las fases del evento	Número participantes	Desarrollar ferias gastronómicas en las principales festividades del cantón	Departamento de Turismo y Cultura / Comunicación Social	1 año	\$600,00
Efectuar un Plan de "Marketing"	Efectuar vallas, tótems, post y videos publicitarios de los platos tradicionales	Número de productos elaborados	Posicionar la marca "Productos Mágicos"	Departamento Comunicación Social	11 meses	\$800,00

*Elaboración:* Autoría propia.

### 2.3.1. Revista gastronómica digital

Una vez identificado el Patrimonio alimentario de Alausí, se procederá a diseñar una revista digital donde se pueda contar con toda la información respecto a la gastronomía, con el fin de contar con un recurso tangible que ayude a los turistas reales o potenciales a conocer la variedad gastronómica del cantón.

**Ilustración 7**  
*Portada revista*



*Elaboración:* Autoría propia.

**Ilustración 8**  
*Contraportada Revista*



*Elaboración:* Autoría propia.

### 2.3.2. Feria gastronómica “Delicias de mi Tierrita”

Realizar ferias turísticas es una estrategia crucial para difundir y promocionar los principales platos de la localidad, pues, mediante estos eventos se pretende tener un acercamiento con los visitantes, ya que, se permitirá participar en la preparación de los platillos y degustar de los mismos.

#### Ilustración 9

Arte publicidad feria gastronómica



Elaboración: Autoría propia.

### 2.3.3. Plan de marketing

Finalmente, se estructura un plan de marketing con el fin de posicionar y dar a conocer la marca gastronómica, a la vez, producir un impacto enriquecedor en los futuros clientes y generar recursos que ayuden al desarrollo local.

#### Ilustración 10

Diseño Valla publicitaria



Elaboración: Autoría propia.

**Ilustración 11**  
*Diseño tótem*



*Elaboración:* Autoría propia.

**Ilustración 12**  
*Post Red Social "Facebook"*



*Elaboración:* Autoría propia.

**Ilustración 13**  
*Post Red Social "Instagram"*



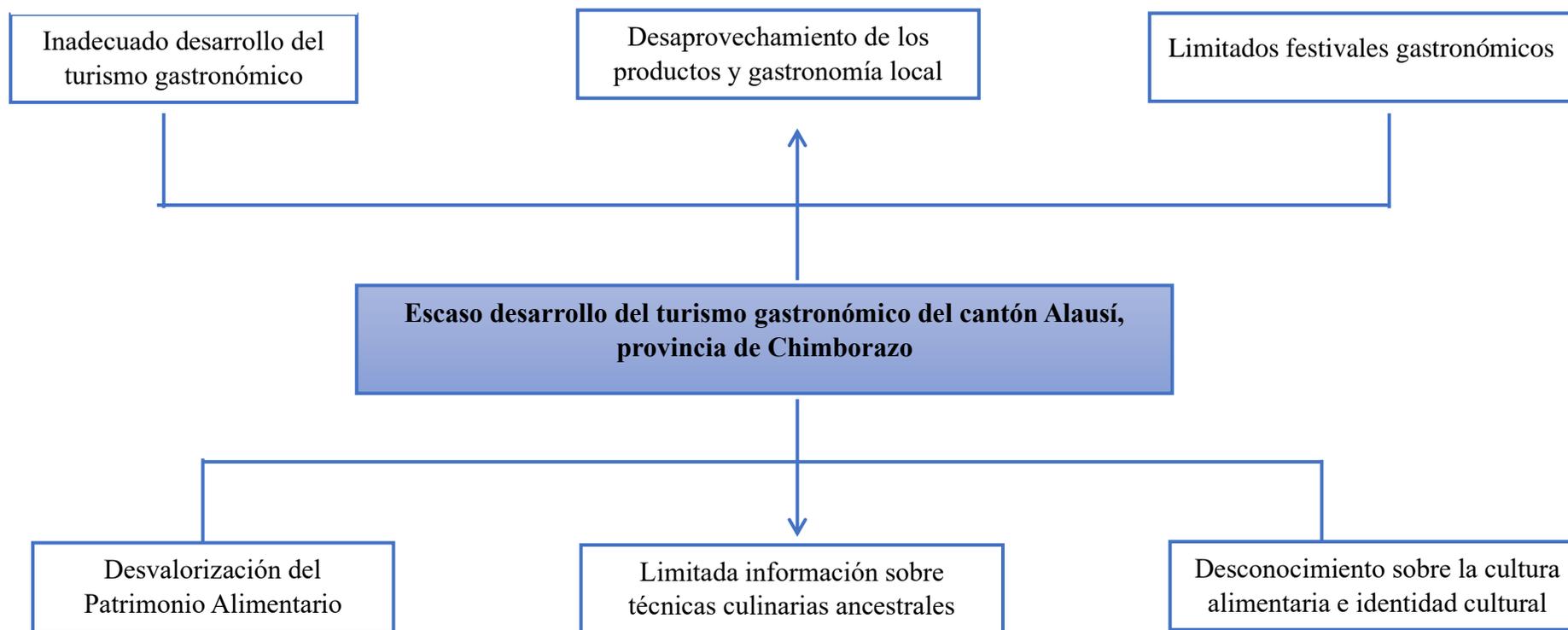
*Elaboración:* Autoría propia.

## 8.2. Anexos varios

### 8.2.1. Árbol de problemas

#### Gráfico 1

Árbol de problemas



*Elaboración:* Autoría propia.

## 8.2.2. Asignación del tribunal



DIRECCIÓN ACADÉMICA  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.03

### ACTA DE APROBACIÓN DEL TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Facultad:** Ciencias Políticas y Administrativas

**Carrera:** Gestión Turística y Hotelera

#### 1. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

**Apellidos:** Chafia Sifuentes

**Nombres:** Julissa Alejandra

**C.I / Pasaporte:** 060581812-9

**Estudiante de la carrera de:** Gestión Turística y Hotelera

**Título del Proyecto de Investigación:** "PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

**Dominio Científica:** Desarrollo Territorial – Productivo y Hábitat Sustentable para mejorar la calidad de vida.

**Línea de Investigación:** Servicios Personales – Servicio de Alimentación.

#### 2. CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS DEL TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

Aspectos	Cumplimiento	Observaciones
Título	Sí	
Introducción	Sí	
Planteamiento del problema	Sí	
Objetivos: Generales y Específicos	Sí	
Referencias Bibliografías	Sí	

En la Ciudad de Riobamba, a los 18 días del mes de Diciembre de 2020 se reúnen los Miembros de la Comisión de Carrera, quienes luego de haber revisado y analizado la petición presentada por el estudiante y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos por la carrera, emiten el **ACTA DE APROBACIÓN** del tema de proyecto de investigación titulado "PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO" y asigna al **Mgs. Fernando Inga**, como **TUTOR** y a los **Mgs. Margoth Call**, **Mgs. Henry Villa** como **Miembros del Tribunal**, y al **Dr. José Álvarez** en calidad de **Presidente** para el desarrollo del perfil, proyecto de investigación y sustentación final.

VICTOR  
MEDARDO  
VELASCO  
SAMANIEGO

Dr. Víctor M. Velasco Samaniego  
**PRESIDENTE-DIRECTOR DE LA CARRERA**

Firmado digitalmente por VICTOR  
MEDARDO VELASCO SAMANIEGO  
DN: cn=VICTOR MEDARDO  
VELASCO SAMANIEGO, o=VIC  
#SECURITY DATA S.A.S  
AUTENTIDAD DE CERTIFICACION  
DE INFORMACION  
Móvil: 98 984646 4646 4646  
1 Dirección: Riobamba  
Fecha: 2020.12.18 08:18:12:02

Mgs. Danilo P. Quintana Puga.  
**MIEMBRO**



**DIRECCIÓN ACADÉMICA**  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.03

Dr. Diego Calvopiña  
**MIEMBRO**

Mgs. César Suárez  
**MIEMBRO**

Mgs. Andrea Garrido.  
**SECRETARIA**

Mgs. Renato H. Herrera Chávez.  
**MIEMBRO**

Mgs. Fernando Inga.  
**MIEMBRO**

Sr. Joel Guevara  
**ESTUDIANTE**

### 8.2.3. Validación de encuestas variable independiente: Patrimonio Alimentario



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: Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo

Título/grado:

Ph.D.....	( )
Doctor.....	( )
Magister.....	(x)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 03/02/2021

#### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN  
ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Patrimonio Alimentario”**

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 **“Patrimonio Alimentario”**

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		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

Sugerencias:

Firma del experto



Firmado digitalmente por:  
**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** Dr. José Medardo Álvarez Román

**Título/grado:**

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	( )
Magíster.....	( )

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 04/02/2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

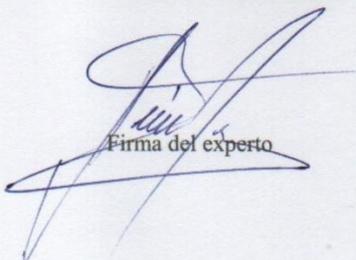
**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN  
ALAUÍS, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Patrimonio Alimentario”**

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 **“Patrimonio Alimentario”**

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		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

**Sugerencias:** \_\_\_\_\_

  
Firma del experto



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira

**Título/grado:**

Ph.D.....	( )
Doctor.....	( )
Magister.....	(x)

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 3 de febrero 2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN  
ALAUÍS, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Patrimonio Alimentario”**

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 **“Patrimonio Alimentario”**

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		
<b>TOTAL:</b>		11		

**Sugerencias:** \_\_\_\_\_



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

Firma del experto



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Henry Mauricio Villa Yánez

**Título/grado:**

Ph.D.....	( )
Doctor.....	( )
Magíster.....	(x)

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 01/02/2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN  
ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Patrimonio Alimentario”**

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 **“Patrimonio Alimentario”**

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		
<b>TOTAL:</b>		11		

**Sugerencias:** \_\_\_\_\_



**Firma del experto**  
Ing. Henry Villa Y., MsC.

## 8.2.4. Validación de encuestas variable dependiente: Turismo Gastronómico



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: Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira

Título/grado:

Ph.D.....	( )
Doctor.....	( )
Magister.....	(x)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 03 febrero 2021

#### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

#### “PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, 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		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

Sugerencias: \_\_\_\_\_



Firmado electrónicamente por:  
MARGOTH  
ISABEL CALI  
PEREIRA

Firma del experto



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo

**Título/grado:**

Ph.D.....	( )
Doctor.....	( )
Magíster.....	(x)

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 03/02/2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN  
ALAUSÍ, 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		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

**Sugerencias:**

Firma del experto



Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez

**Título/grado:**

Ph.D.....	( )
Doctor.....	( )
Magister.....	(x)

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 01/02/2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN  
ALAUÍS, 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		
<b>TOTAL:</b>		11		

**Sugerencias:** \_\_\_\_\_



Firmado electrónicamente por:  
**HENRY  
MAURICIO  
VILLA YANEZ**

**Firma del experto**

Ing. Henry Villa Y., MsC.



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto:** Dr. José Medardo Álvarez Román

**Título/grado:**

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	( )
Magíster.....	( )

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 04/02/2021

#### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

#### “PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUÍS, 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		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

**Sugerencias:** \_\_\_\_\_

  
Firma del experto

## 8.2.5. Oficio Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí



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

*en movimiento*

Riobamba, 01 de marzo del 2021

Ingeniero  
Rodrigo Rea Yáñez  
**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN ALAUSÍ**  
Presente. -

De mi consideración:

Me dirijo a usted, extendiéndole un afectuoso saludo desde la Unidad de Titulación Especial de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto, solicitarle comedidamente, autorice a la Srta. Julissa Alejandra Chafra Sifuentes, estudiante de la carrera, el desarrollo de su proyecto de investigación titulado "**PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**" proyecto en el cual la estudiante levantará información a través de encuestas y entrevistas para posteriormente publicar los resultados obtenidos de las mismas en el Repositorio Digital UNACH.

Por la acogida que se sirva dar al presente, anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Firma digitalizada por  
**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**

Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo

**DOCENTE/RESPONSABLE UTE**

Correo electrónico: ctinga@unach.edu.ec

Teléfono móvil: 0990579026



## 8.2.6. Certificado Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Alausí

**ALAU SÍ** | ADMINISTRACIÓN  
Productiva 2019 - 2023

### **CERTIFICADO**

Ingeniera Valeria Campaña Espinoza, Jefa de la Unidad de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, certifica que:

La información entregada a la señorita **Julissa Alejandra Chafra Sifuentes**, con cédula de identidad No. **060581812-9**, estudiante de la carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, en cuanto al “Número de turistas que visitan Alausí cada año” y la información que se le facilitó sobre el “Catastro de Servidores Turísticos del cantón Alausí”, es información validada por la Unidad de Desarrollo Turístico del Cantón Alausí.

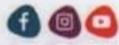
Es todo cuanto puedo certificar de acuerdo a la información que reposa en esta dependencia, facilitando al interesado hacer uso del presente documento para trámites estudiantiles.

Alausí, 19 de marzo de 2021



**Ing. Valeria Campaña Espinoza**  
**JEFA DE LA UNIDAD DE TURISMO**  
**Y CULTURA DEL GADMCA**

Av. 5 de Junio y Ricaurte  
☎ (593) 032 930 153  
Alausí - Ecuador

  
GAD Municipal Alausí

### 8.2.7. Encuesta variable independiente

1. Menos de 400 dólares	1. Primaria		1. Menos de 400 dólares	1. Primaria
2. 400 a 750 dólares	2. Secundaria		2. 400 a 750 dólares	2. Secundaria
3. 751 a 101 dólares	3. Técnico/tecnológico		3. 751 a 101 dólares	3. Técnico/tecnológico
4. 102 a 822 dólares	4. Tercer nivel		4. 102 a 822 dólares	4. Tercer nivel
5. Más de 823 dólares	5. Cuarto Nivel		5. Más de 823 dólares	5. Cuarto Nivel

#### ENCUESTA DIRIGIDA A: PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

#### GASTRONÓMICOS DEL CANTÓN ALAUSÍ

Formulario N°:      Fecha de la encuesta:      Encuestadora: Julissa Chafra

#### OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar información cuantitativa para determinar el nivel de conocimiento que poseen los propietarios/gerentes de los establecimientos turísticos gastronómicos referente al patrimonio alimentario.

#### INSTRUCCIONES GENERALES

- Lea detenidamente cada una de las preguntas.
- Marque con una X la respuesta, según su criterio.
- Las preguntas específicas tienen únicamente una respuesta según la siguiente escala de valoración:

1	2	3	4	5
Muy Bajo (MB)	Bajo (B)	Medio (M)	Alto (A)	Muy Alto (MA)

#### CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos son de uso exclusivo para el desarrollo de la investigación.

#### 1. Información General

<b>Género:</b>	1. Masculino	
	2. Femenino	
	3. Otros	

<b>Edad:</b>	Menos de 25 años	
	25 a 35 años	
	36 a 46 años	
	47 a 57 años	
	Más de 57 años	

<b>Nivel de instrucción:</b>	Primaria	
	Secundaria	
	Técnico/tecnológico	
	Tercer nivel	
	Cuarto Nivel	

2. Información específica – Patrimonio Alimentario

No.	Preguntas	1	2	3	4	5
		MB	B	M	A	MA
<b>Determine el grado de conocimiento respecto a los siguientes ítems</b>						
<b>Técnicas Culinarias</b>						
1.	Prácticas culturales agrícolas y culinarias.					
2.	Técnicas de transformación y conservación (cocción en agua, vapor, asoleado, fermentado, macerado o ahumado, entre otros)					
3.	Formas de obtención de productos (siembra, recolección, caza, pesca, entre otros)					
<b>Cultura alimentaria</b>						
4.	Creencias respecto a las propiedades nutritivas o medicinales de los alimentos y bebidas.					
5.	Tradiciones referentes a la época de consumo de los alimentos (cotidiana, festiva, religiosa)					
6.	Saberes o conocimiento relacionado al uso de elementos de la naturaleza para la transformación de alimentos (agua, fuego, humo, hojas de árboles, entre otros)					
<b>Identidad cultural</b>						
7.	Costumbres en la utilización de utensilios ancestrales (horno de leña, paila, tiesto, entre otros).					
8.	Origen e historia de los platos típicos del cantón.					
9.	Valor e importancia simbólica de los platos existentes en la localidad.					
10.	Calidad de los productos locales.					

3. Información complementaria

11. ¿Considera importante identificar el Patrimonio Alimentario, como base para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón Alausí?

1. Si	
2. No	

12. ¿Qué medios considera usted los más efectivos para difundir el Patrimonio Alimentario del cantón Alausí?

1. Festivales gastronómicos	
2. Guías o revistas turísticas	
3. Redes sociales	
4. Rutas gastronómicas	

	Masculino	
	Femenino	
	Otros	
	Menos de 18 años	
	18 a 28 años	
	29 a 39 años	
	40 a 50 años	
	Más de 50 años	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### 8.2.8. Encuesta variable dependiente: Turismo Gastronómico



2. Información específica – Encuestario

Determine el grado de conocimiento respecto a los siguientes ítems									
Técnicas Culinarias									
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A: TURISTAS</b>									
<b>Formulario N°:</b>		<b>Fecha de la encuesta:</b>		<b>Encuestadora: Julissa Chafía</b>					
<b>OBJETIVO DE LA ENCUESTA</b>									
Recopilar información cuantitativa para conocer el grado de importancia referente al turismo gastronómico del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.									
<b>INSTRUCCIONES GENERALES</b>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lea detenidamente cada una de las preguntas</li> <li>- Marque con una X la respuesta, según su criterio</li> <li>- Las preguntas específicas tienen únicamente una respuesta según la siguiente escala de valoración:</li> </ul>									
1	2	3	4	5					
Sin importancia (SI)	Poco importante (PI)	Medianamente importante (MI)	Importante (I)	Muy importante (MI)					

**CONFIDENCIALIDAD**

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos son de uso exclusivo para el desarrollo de la investigación.

**1. Información General**

<b>Género:</b>	Masculino	
	Femenino	
	Otros	

<b>Edad:</b>	Menos de 18 años	
	18 a 28 años	
	29 a 39 años	
	40 a 50 años	
	Más de 50 años	

GRACIAS POR SU COLABORACION

<b>Nivel de instrucción:</b>	1. Primaria		<b>Ingresos económicos mensuales:</b>	1. Menos de 400 dólares	
	2. Secundaria			2. 400 a 550 dólares	
	3. Técnico/ tecnológico			3. 551 a 701 dólares	
	4. Tercer nivel			4. 702 a 852 dólares	
	5. Cuarto Nivel			5. Más de 852 dólares	

## 2. Información específica – Turismo Gastronómico

No.	Preguntas	1	2	3	4	5
		SI	PI	MI	I	MI
<b>Determine el grado de importancia respecto a los siguientes ítems</b>						
<b>Lugares específicos</b>						
1.	Convivencia con la población local a través de la visita a productores primarios.					
2.	Degustación de platos tradicionales en mercados locales.					
3.	Categorizar o certificar a los prestadores de servicios turísticos gastronómicos.					
<b>Festivales gastronómicos</b>						
4.	Establecer ferias turísticas con el fin de ampliar los conocimientos relacionados a la gastronomía del cantón.					
5.	Diseñar rutas gastronómicas enfocándose en el aprovechamiento consciente y responsable de los productos locales.					
6.	Desarrollar eventos gastronómicos donde se permita la observación y degustación de productos y platos tradicionales.					
<b>Experiencia</b>						
7.	Formación y capacitación de los actores orientado en la atención del cliente					
8.	Implementar procesos orientados a brindar servicios de calidad.					
9.	Seguridad alimentaria en la elaboración y preparación de alimentos y bebidas.					
10.	Crear alianzas estratégicas con establecimientos hoteleros y agencias de viajes.					

## 3. Información complementaria

11. ¿Considera usted importante que exista un medio local que difunda el patrimonio alimentario del cantón?

1. Si	
2. No	

12. ¿Qué información le gustaría conocer acerca del Patrimonio Alimentario del cantón?

1. Materias primas (ingredientes)	
2. Utensilios	
3. Técnicas de transformación y conservación de alimentos	
4. Historia y valor simbólico de los platos tradicionales	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## 8.2.9. Cronograma del trabajo investigativo



**DIRECCIÓN ACADÉMICA**  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.10

### PLANIFICACION DE TUTORÍAS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Facultad:** Ciencias Políticas y Administrativas  
**Carrera:** Gestión Turística y Hotelera  
**Período académico:** Noviembre 2020 – Abril 2021  
**Título del proyecto de investigación:** "PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

**Tutor:** Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo  
**Estudiante:** Julissa Alejandra Chafra Sifuentes  
**Cédula/Pasaporte:** 060581812-9

**Estado de Titulación:**

<input checked="" type="checkbox"/> Último Ciclo <input type="checkbox"/> Primera prórroga (gratuita) <input type="checkbox"/> Segunda prórroga (pagada)	<input type="checkbox"/> Actualización de Conocimiento <b>SIN</b> curso Primera prórroga (gratuita) <input type="checkbox"/> Actualización de Conocimiento <b>SIN</b> curso Segunda prórroga (pagada) <input type="checkbox"/> Aprobar Curso de Actualización de Conocimientos <input type="checkbox"/> Primera prórroga (gratuita) Actualización de Conocimiento Aprobado <input type="checkbox"/> Segunda prórroga (pagada) Actualización de Conocimiento Aprobado
--	--

Nº	PARAMETROS DE REVISION	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				META / RESULTADO ESPERADO	OBSERVACIONES
		1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S		
1	Revisión del perfil de la investigación		X	X														2%	
2	Revisión del desarrollo del proyecto de investigación		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	3%	
2.1	Introducción / cumplimiento de objetivos				X													3%	
2.2	Estado del arte / Marco Teórico					X	X	X	X									25%	
2.3	Metodología						X	X	X	X								25%	
2.4	Resultados y discusión										X	X						25%	
2.5	Conclusiones y recomendaciones													X				10%	
2.6	Referencias bibliográficas													X				2%	
3	Revisión final del proyecto de investigación														X	X		5%	



**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**

Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo  
**Tutor (a)**



Julissa Alejandra Chafra Sifuentes  
**Estudiante**

Campus Norte | Av. Antonio José de Sucre, Km 1 1/2 vía a Guano | Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1255 - 2212

Página 1 de 2

## 8.2.10. Tabulación y gráficos de la variable independiente: Patrimonio Alimentario

### a) Género

**Tabla 6**

*Género*

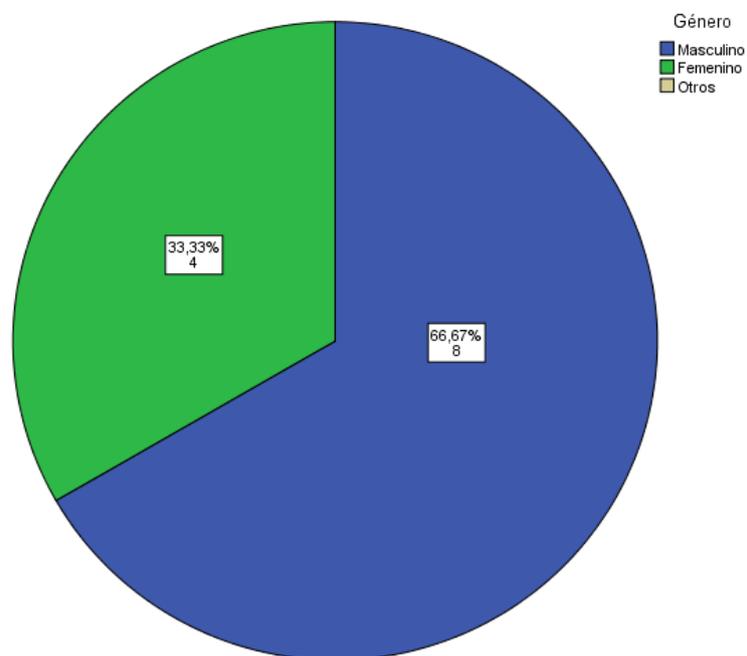
Género	Prestadores	Porcentaje
Masculino	8	66,67%
Femenino	4	33,33%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 2**

*Género*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## b) Edad

**Tabla 7**

*Edad*

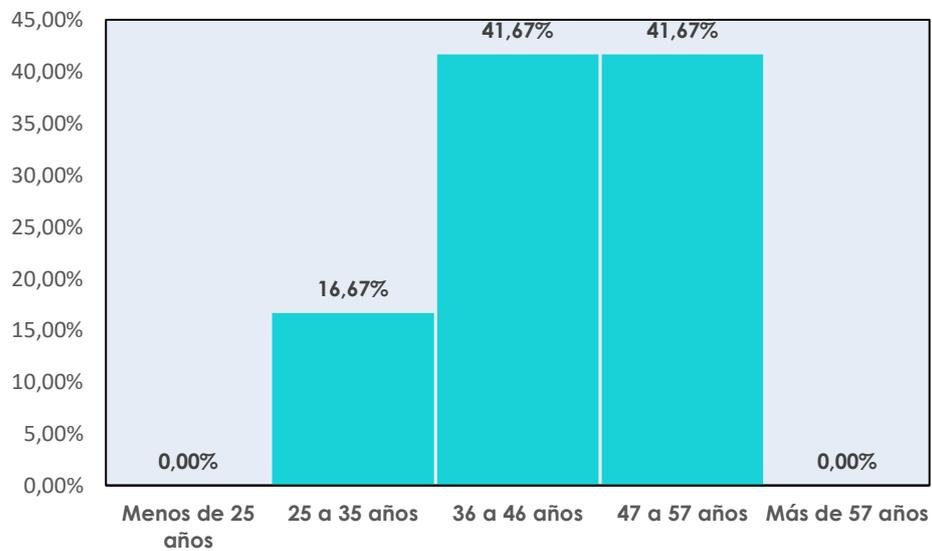
<b>Edad</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 25 años	0	0,00%
25 a 35 años	2	16,67%
36 a 46 años	5	41,67%
47 a 57 años	5	41,67%
Más de 57 años	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

**Elaboración:** Autoría propia.

**Gráfico 3**

*Edad*



**Fuente:** Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

**Elaboración:** Autoría propia.

### c) Nivel de Educación

**Tabla 8**

*Nivel de instrucción*

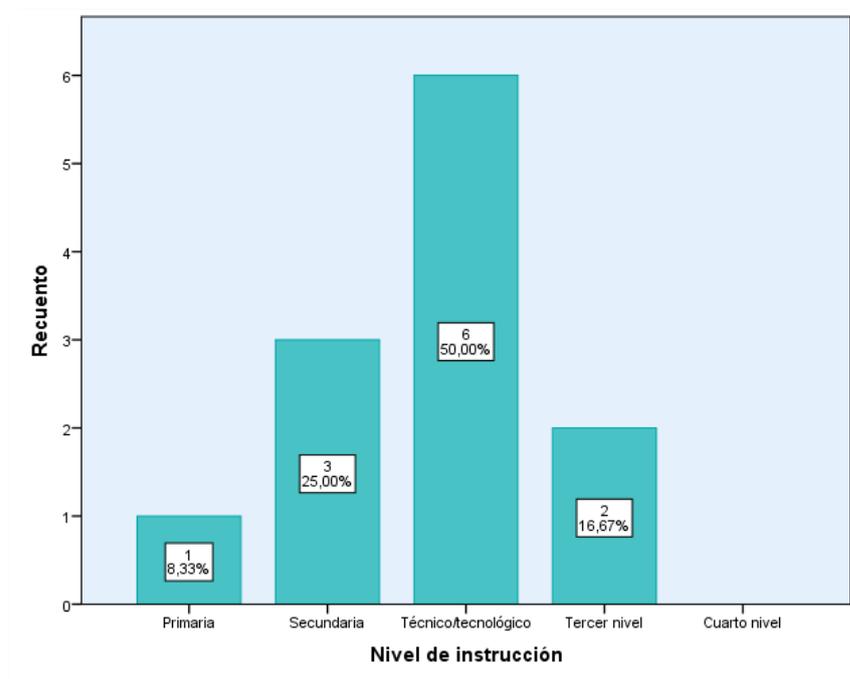
Instrucción	Prestadores	Porcentaje
Primaria	1	8,33%
Secundaria	3	25,00%
Técnico/tecnológico	6	50,00%
Tercer nivel	2	16,67%
Cuarto nivel	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 4**

*Nivel de instrucción*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## Dimensión Técnicas culinarias

### 1. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las prácticas culturales agrícolas y culinarias?

**Tabla 9**

*Prácticas culturales, agrícolas y culinarias*

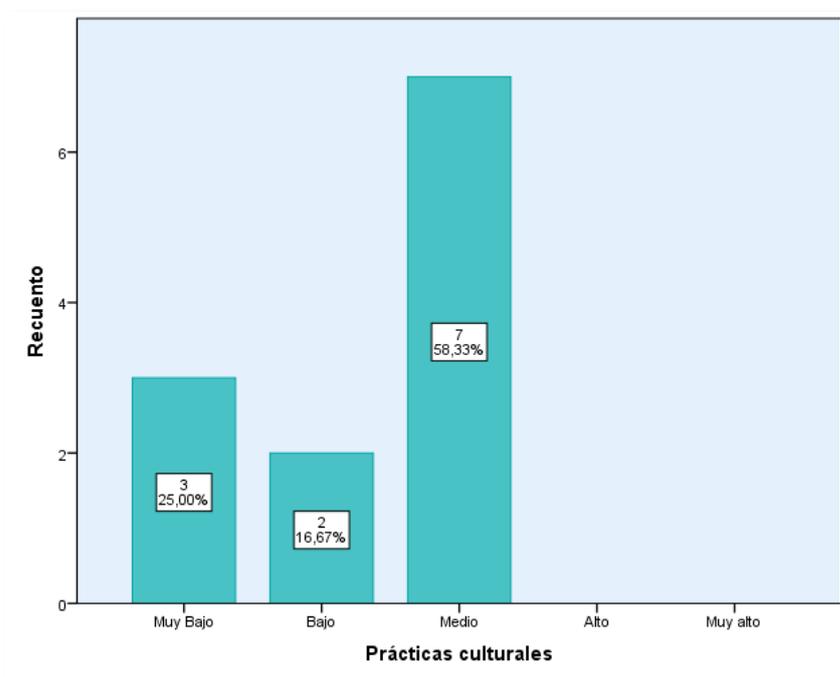
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	3	25,00%
Bajo	2	16,67%
Medio	7	58,33%
Alto	0	0,00%
Muy alto	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 5**

*Prácticas culturales, agrícolas y culinarias*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## 2. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las técnicas de transformación y conservación de alimentos?

**Tabla 10**

*Técnicas de conservación y transformación de alimentos*

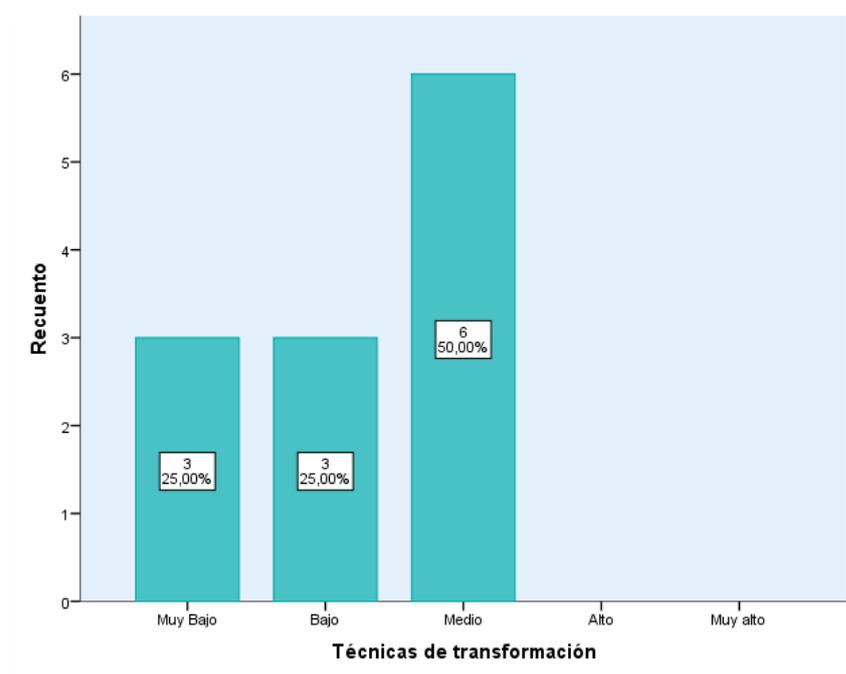
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	3	25,00%
Bajo	3	25,00%
Medio	6	50,00%
Alto	0	0,00%
Muy alto	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 6**

*Técnicas de conservación y transformación de alimentos*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

### 3. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a la forma de obtención de productos?

**Tabla 11**

*Formas de obtención de los productos*

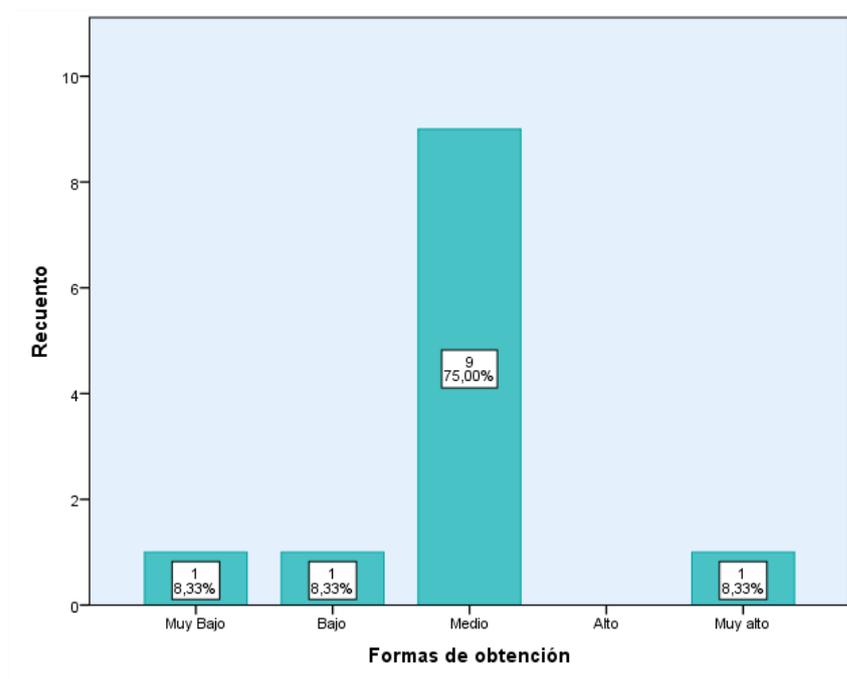
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	1	8,33%
Bajo	1	8,33%
Medio	9	75,00%
Alto	0	0,00%
Muy alto	1	8,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 7**

*Formas de obtención de los productos*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## Dimensión cultura alimentaria

### 4. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las creencias y propiedades nutritivas o medicinales de alimentos y bebidas?

**Tabla 12**

*Creencias y propiedades nutritivas o medicinales*

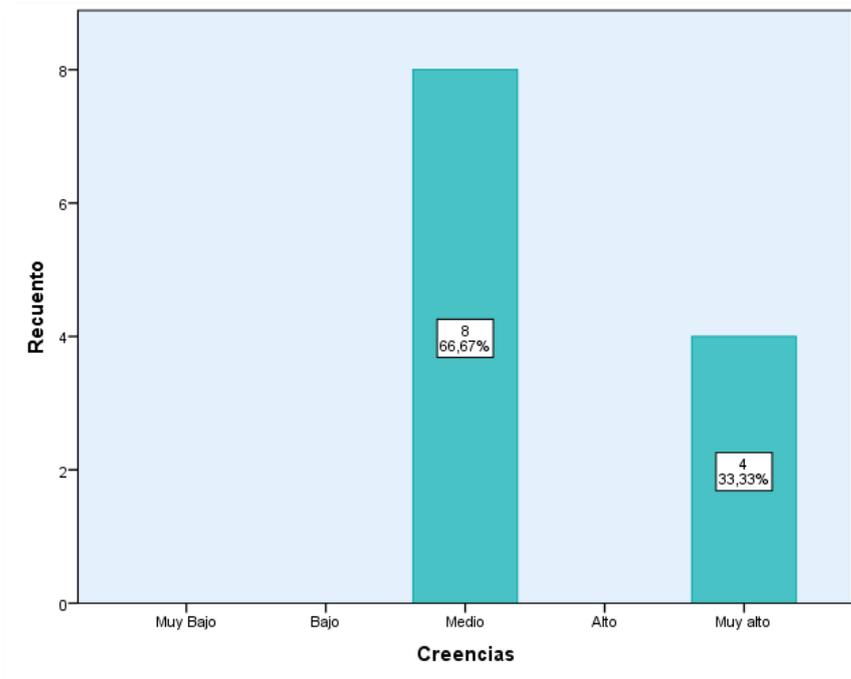
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	0	0,00%
Medio	8	66,67%
Alto	0	0,00%
Muy alto	4	33,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 8**

*Creencias y propiedades nutritivas o medicinales*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

5. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las tradiciones referente a la época de consumo de los alimentos?

**Tabla 13**

*Tradiciones época de consumo de alimentos*

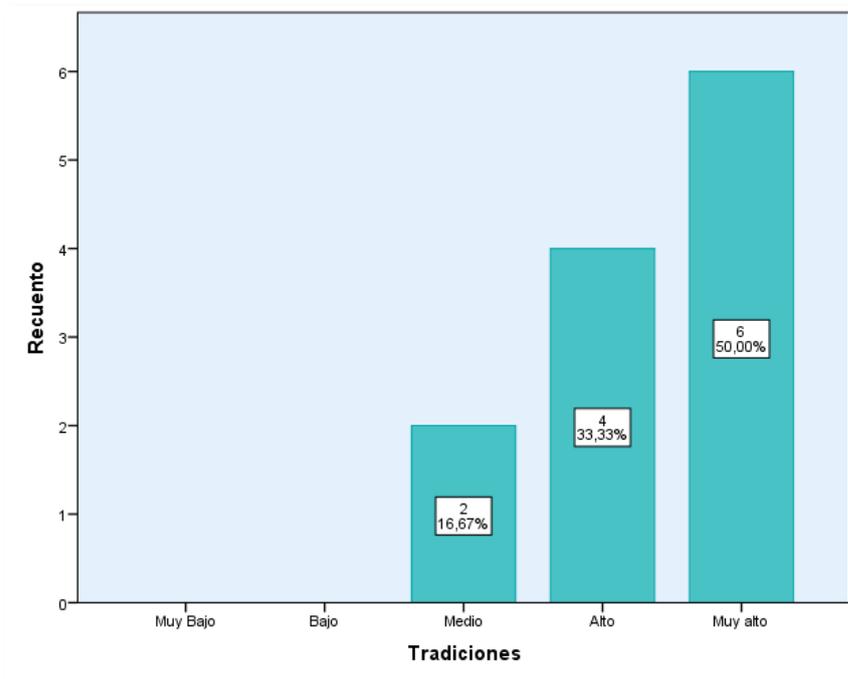
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	0	0,00%
Medio	2	16,67%
Alto	4	33,33%
Muy alto	6	50,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 9**

*Tradiciones época de consumo de alimentos*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**6. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a los saberes relacionado al uso de elementos de la naturaleza en la transformación de alimentos?**

**Tabla 14**

*Saberes elementos de la naturaleza*

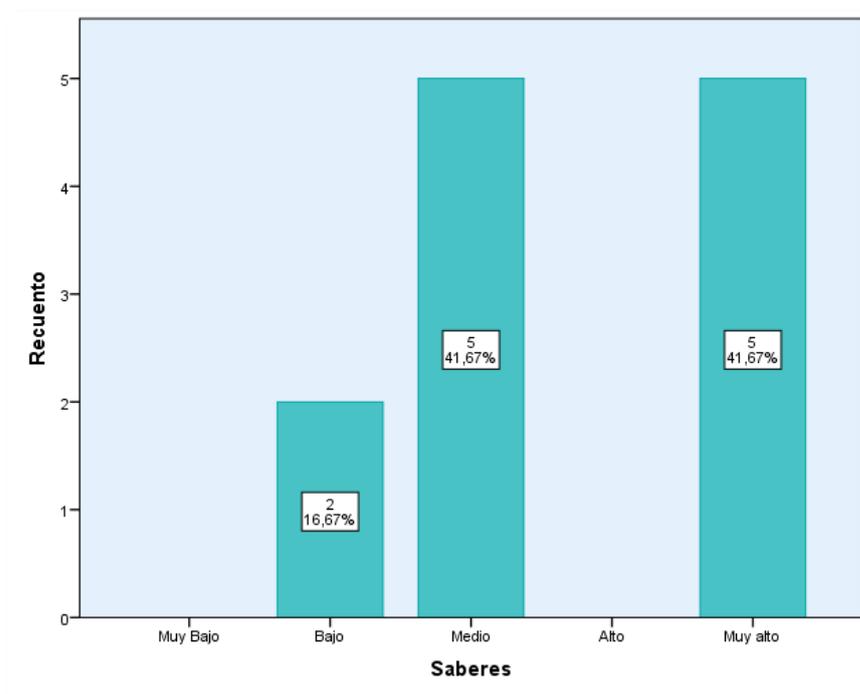
<b>Escala</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	2	16,67%
Medio	5	41,67%
Alto	0	0,00%
Muy alto	5	41,67%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 10**

*Saberes elementos de la naturaleza*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## Dimensión Identidad cultural

### 7. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a las costumbres en la utilización de utensilios ancestrales?

**Tabla 15**

*Costumbres utilización de productos*

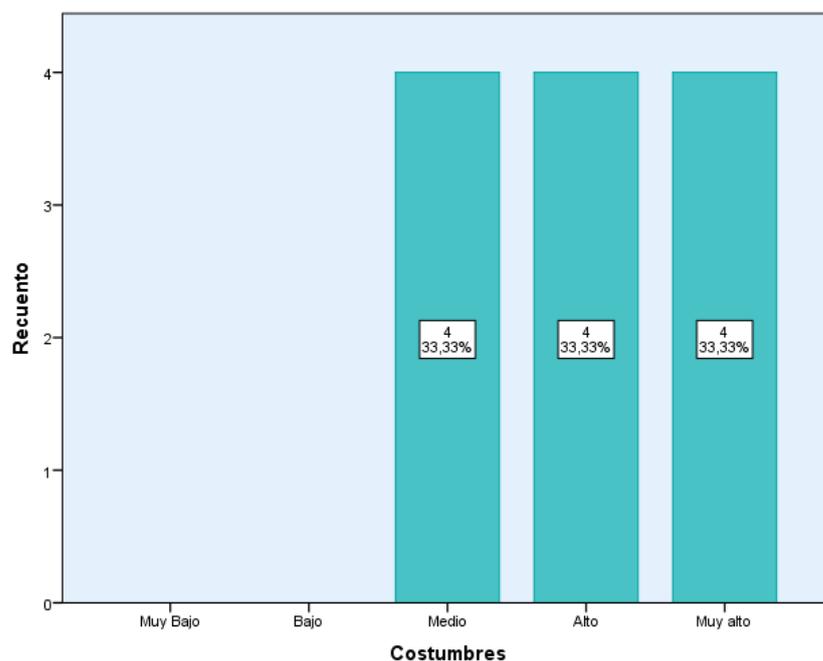
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	0	0,00%
Medio	4	33,33%
Alto	4	33,33%
Muy alto	4	33,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 11**

*Costumbres utilización de productos*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**8. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto al origen e historia de los platos tradicionales del cantón?**

**Tabla 16**

*Origen e historia de los platos tradicionales*

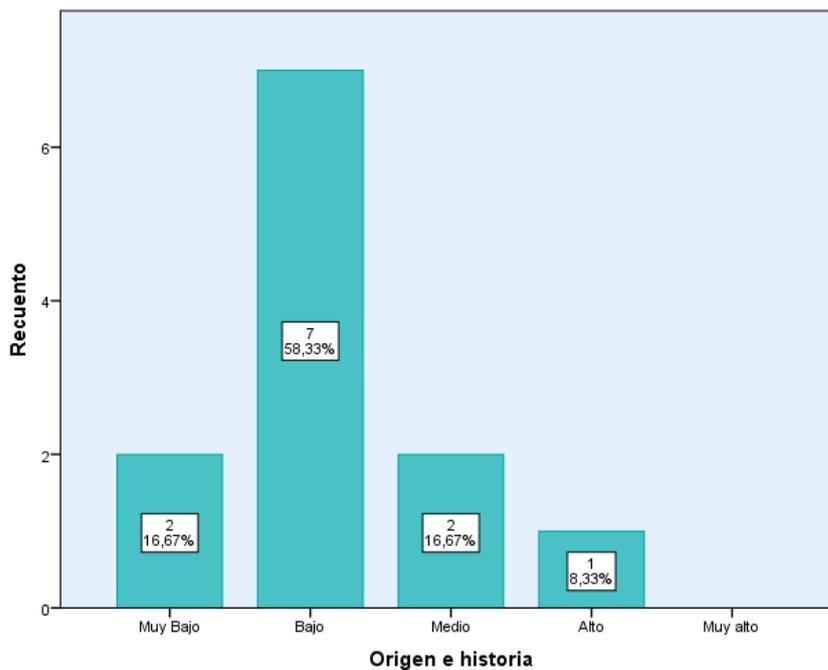
<b>Escala</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bajo	2	16,67%
Bajo	7	58,33%
Medio	2	16,67%
Alto	1	8,33%
Muy alto	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 12**

*Origen e historia de los platos tradicionales*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## 9. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a la importancia simbólica de los platos existentes en la localidad?

**Tabla 17**

*Importancia simbólica de los platos*

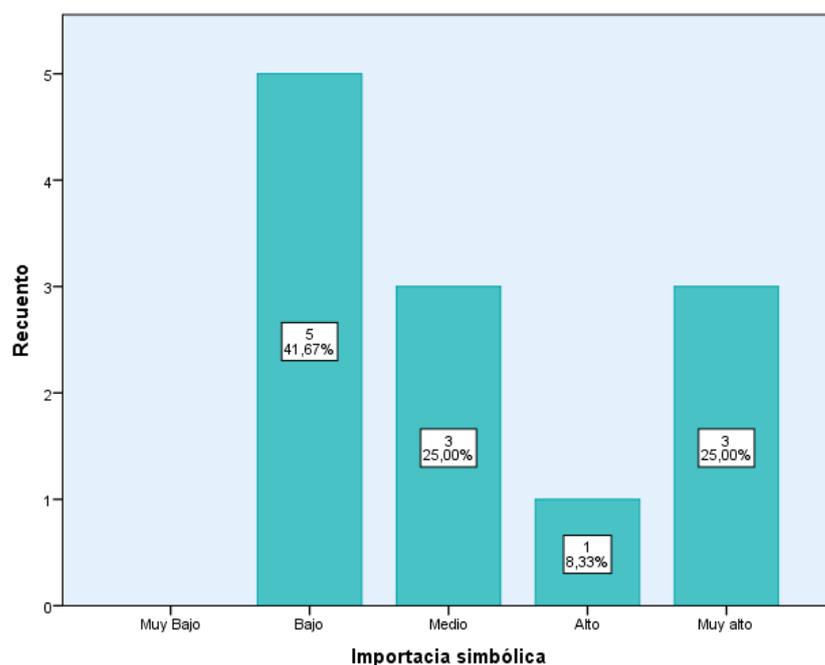
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	5	41,67%
Medio	3	25,00%
Alto	1	8,33%
Muy alto	3	25,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 13**

*Importancia simbólica de los platos*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

## 10. ¿Cuál es su grado de conocimiento respecto a la calidad de los productos locales?

**Tabla 18**

*Calidad de los productos locales*

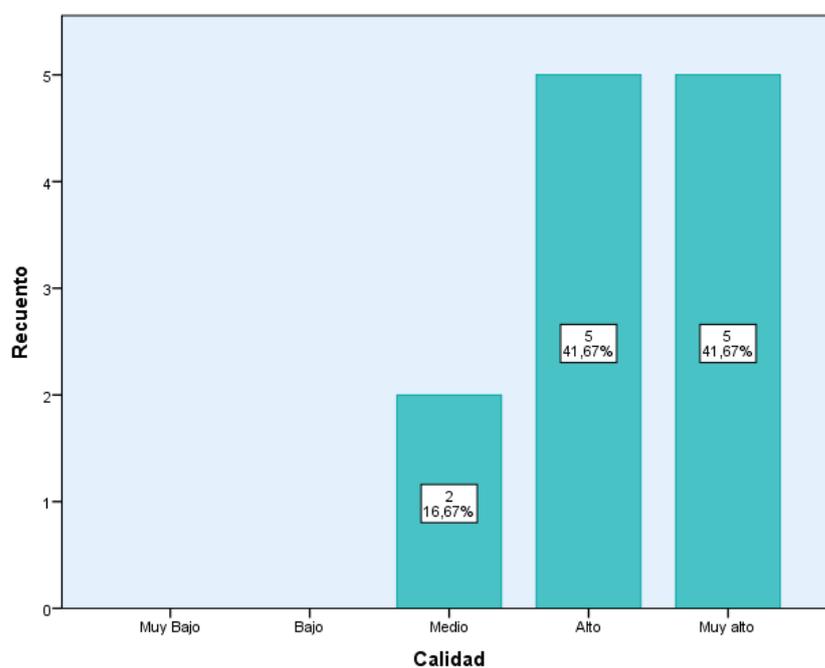
Escala	Prestadores	Porcentaje
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	0	0,00%
Medio	2	16,67%
Alto	5	41,67%
Muy alto	5	41,67%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 14**

*Calidad de los productos locales*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**11. ¿Considera importante identificar el Patrimonio Alimentario, como base para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón Alausí?**

**Tabla 19**

*Identificación del Patrimonio Alimentario*

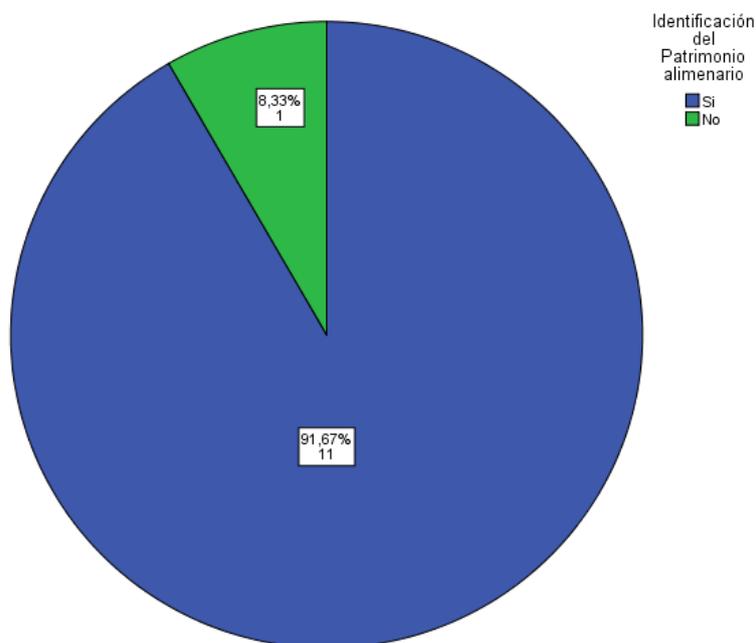
<b>Escala</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	1	8,33%
No	11	91,67%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 15**

*Identificación del Patrimonio Alimentario*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.

*Elaboración:* Autoría propia.

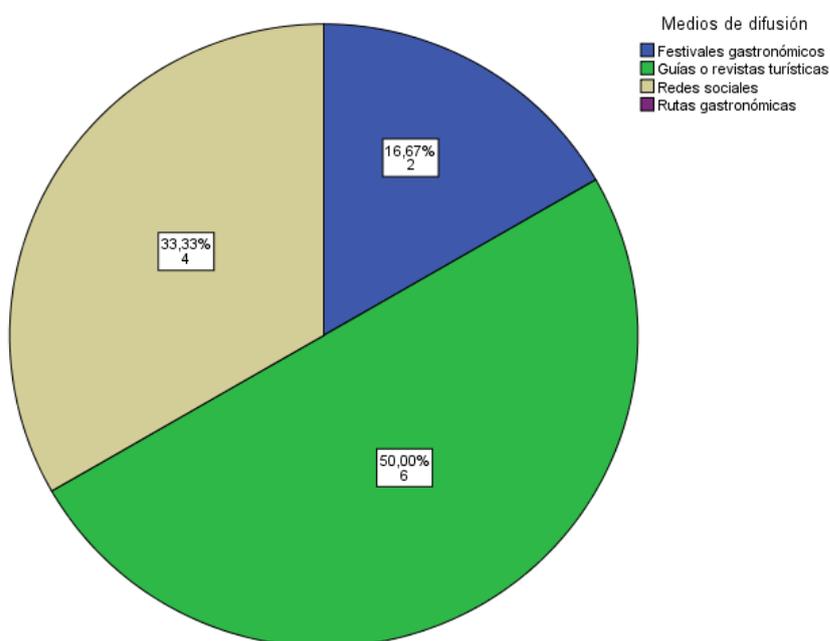
## 12. ¿Qué medios considera usted los más efectivos para difundir el Patrimonio Alimentario del cantón Alausí?

**Tabla 20**  
*Medios de difusión*

Esca	Prestadores	Porcentaje
Festivales gastronómicos	2	16,67%
Guías o revistas turísticas	6	50,00%
Redes sociales	4	33,33%
Rutas gastronómicas	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.  
*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 16**  
*Medios de difusión*



*Fuente:* Encuestas aplicadas a propietarios de los establecimientos gastronómicos.  
*Elaboración:* Autoría propia.

## 8.2.11. Gráficos de la variable dependiente: Turismo Gastronómico

### a) Género

**Tabla 21**

*Género*

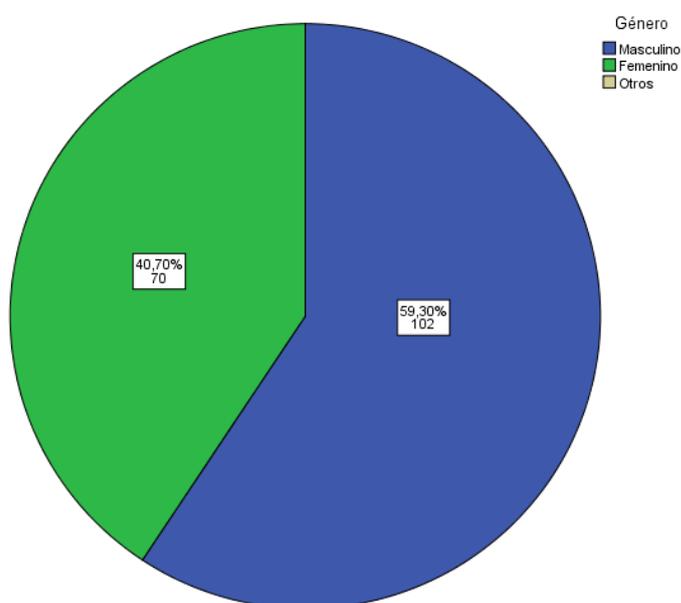
<b>Género</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	102	59,30%
Femenino	70	40,70%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 17**

*Género*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

## b) Edad

**Tabla 22**

*Edad*

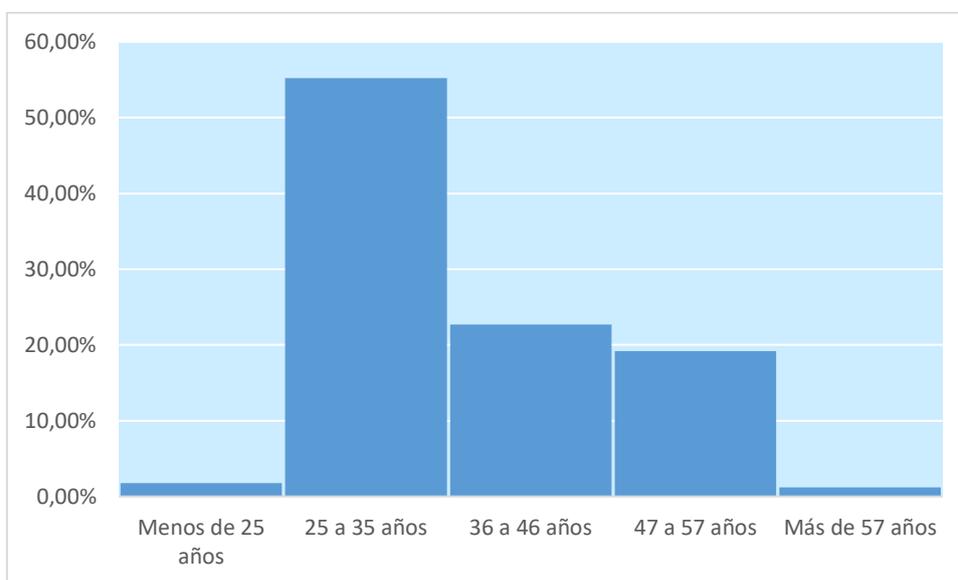
<b>Edad</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 25 años	3	1,74%
25 a 35 años	95	55,23%
36 a 46 años	39	22,67%
47 a 57 años	33	19,19%
Más de 57 años	2	1,16%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 18**

*Edad*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

### c) Nivel de Educación

**Tabla 23**

*Nivel de instrucción*

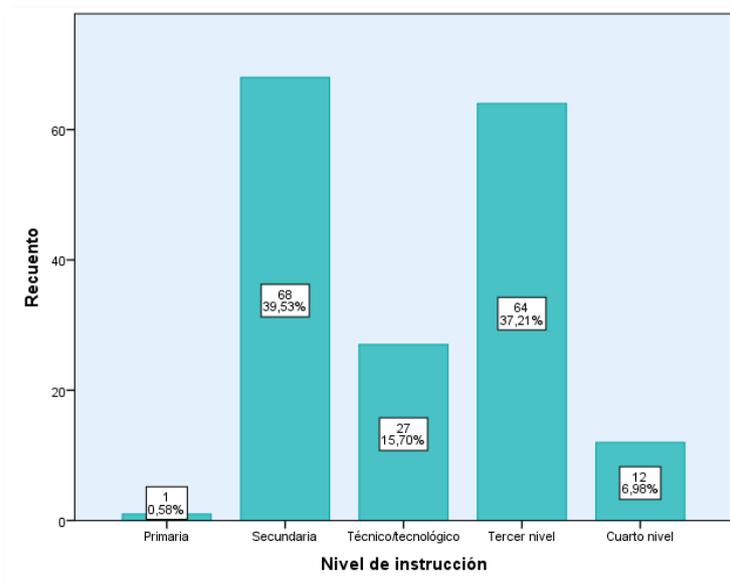
Instrucción	Prestadores	Porcentaje
Primaria	1	0,58%
Secundaria	68	39,53%
Técnico/tecnológico	27	15,70%
Tercer nivel	64	37,21%
Cuarto nivel	12	6,98%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 19**

*Nivel de instrucción*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

#### d) Ingresos Económicos mensuales

**Tabla 24**

*Ingresos económicos*

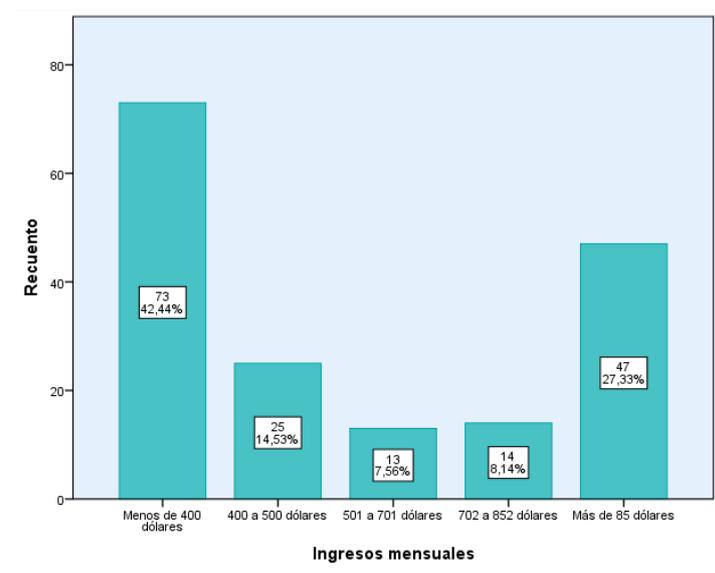
Instrucción	Prestadores	Porcentaje
Menos de 400 dólares	73	42,44%
400 a 500 dólares	25	14,53%
501 a 701 dólares	13	7,56%
702 a 852 dólares	14	8,14%
Más de 852 dólares	47	27,33%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 20**

*Ingresos económicos*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

## Dimensión Lugares específicos

### 1. ¿Qué tan importante es para usted, la convivencia con la población local a través de la visita a productores primarios?

**Tabla 25**

*Productos primarios*

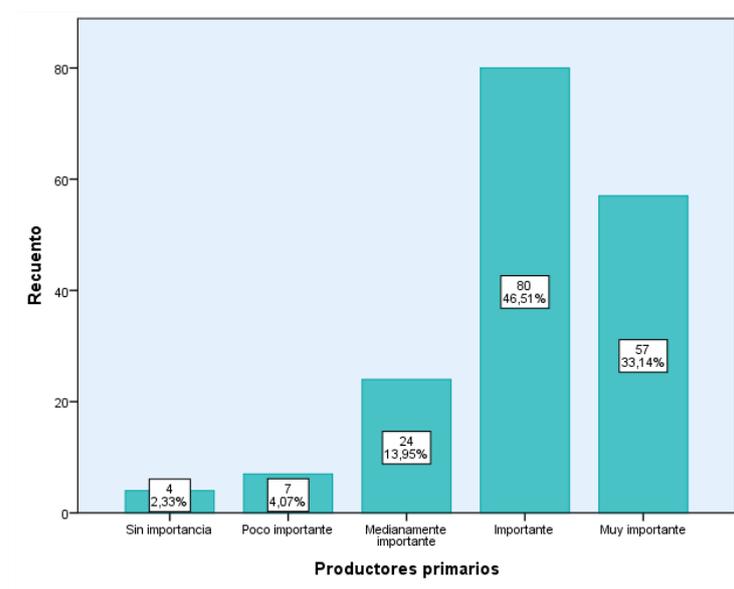
Escala	Prestadores	Porcentaje
Sin importancia	4	2,33%
Poco importante	7	4,07%
Medianamente importante	24	13,95%
Importante	80	46,51%
Muy importante	57	33,14%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.h

**Gráfico 21**

*Productos primarios*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**2. ¿Qué tan importante es para usted, la degustación de platos tradicionales en mercados locales?**

**Tabla 26**

*Mercados locales*

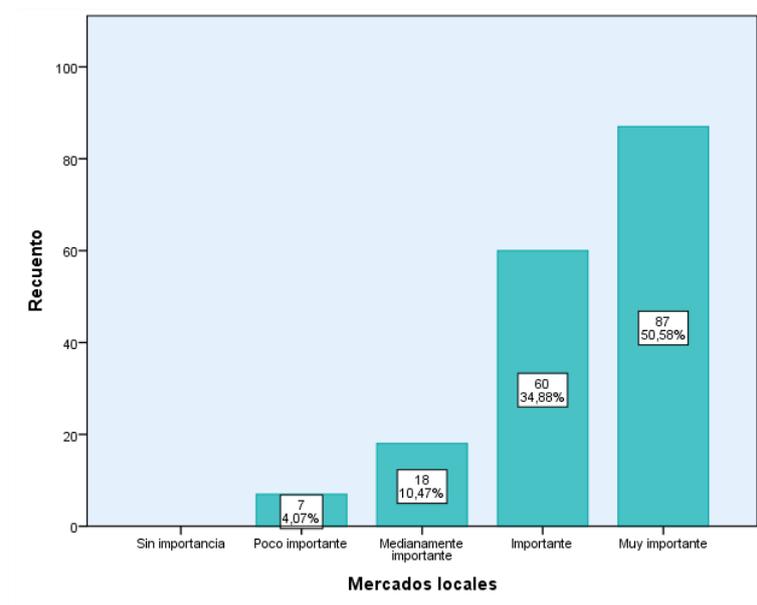
<b>Escala</b>	<b>Prestadores</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	0	0,00%
Poco importante	7	4,07%
Medianamente importante	18	10,47%
Importante	60	34,88%
Muy importante	87	50,58%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 22**

*Mercados locales*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

### 3. ¿Qué tan importante es para usted, categorizar o certificar a los prestadores de alimentos y bebidas?

**Tabla 27**

*Prestadores de alimentos y bebidas*

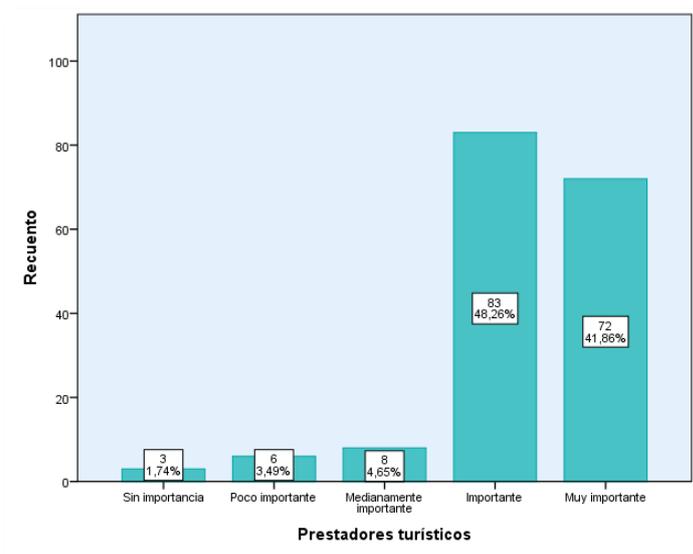
<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	3	1,74%
Poco importante	6	3,49%
Medianamente importante	8	4,65%
Importante	83	48,26%
Muy importante	72	41,86%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

**Elaboración:** Autoría propia.

**Gráfico 23**

*Prestadores de alimentos y bebidas*



**Fuente:** Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

**Elaboración:** Autoría propia.

## Dimensión Festivales gastronómicos

### 4. ¿Qué tan importante es para usted, establecer ferias turísticas con el fin de ampliar conocimientos relacionados a la gastronomía del cantón?

**Tabla 28**

*Ferias turísticas*

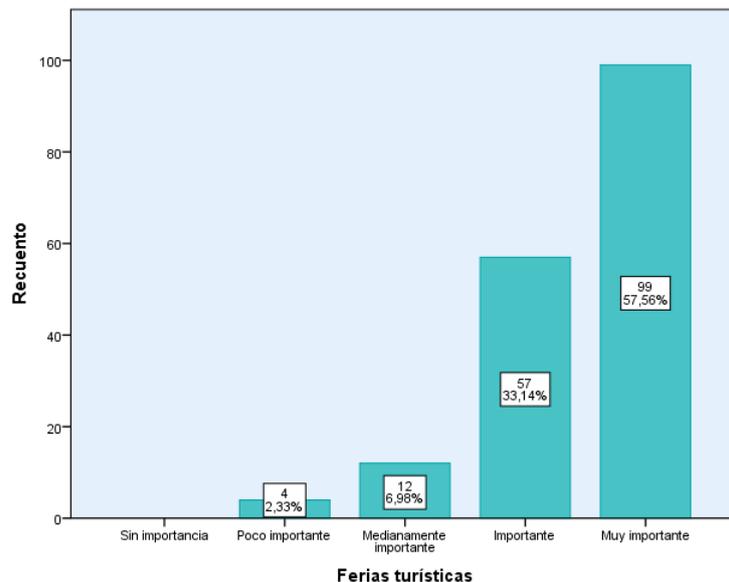
Escala	Turistas	Porcentaje
Sin importancia	0	0,00%
Poco importante	4	2,33%
Medianamente importante	12	6,98%
Importante	57	33,14%
Muy importante	99	57,56%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 24**

*Ferias turísticas*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**5. ¿Qué tan importante es para usted, diseñar rutas gastronómicas enfocándose en el aprovechamiento consciente y responsable de los productos locales?**

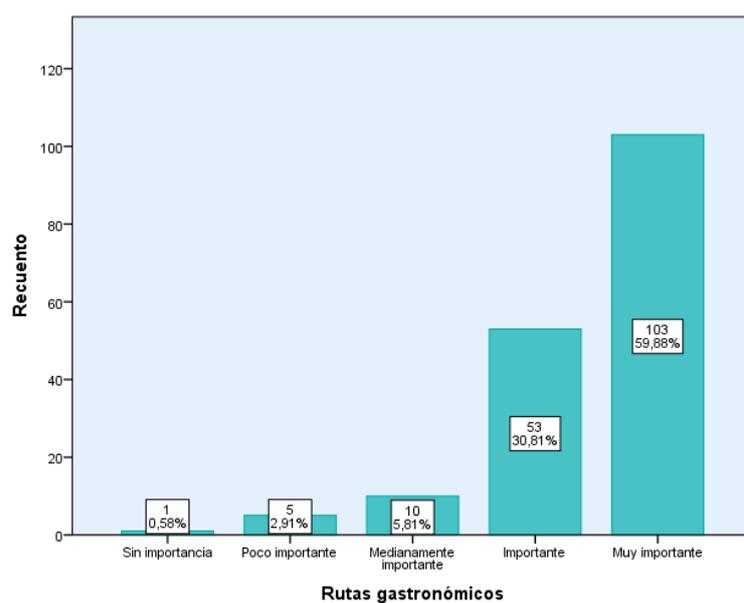
**Tabla 29**  
*Rutas gastronómicas*

<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	1	0,58%
Poco importante	5	2,91%
Medianamente importante	10	5,81%
Importante	53	30,81%
Muy importante	103	59,88%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 25**  
*Rutas gastronómicas*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**6. ¿Qué tan importante es para usted, desarrollar eventos gastronómicos donde se permita la observación y degustación de platos tradicionales?**

**Tabla 30**

*Eventos gastronómicos*

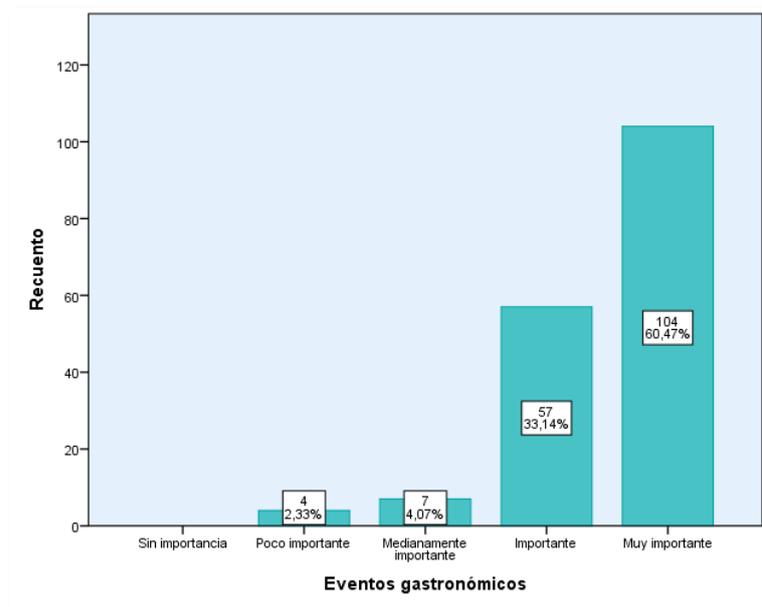
<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	0	0,00%
Poco importante	4	2,33%
Medianamente importante	7	4,07%
Importante	57	33,14%
Muy importante	104	60,47%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 26**

*Eventos gastronómicos*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

## Dimensión Experiencia turística

### 7. ¿Qué tan importante es para usted, la formación y capacitación de los actores orientad en la atención del cliente?

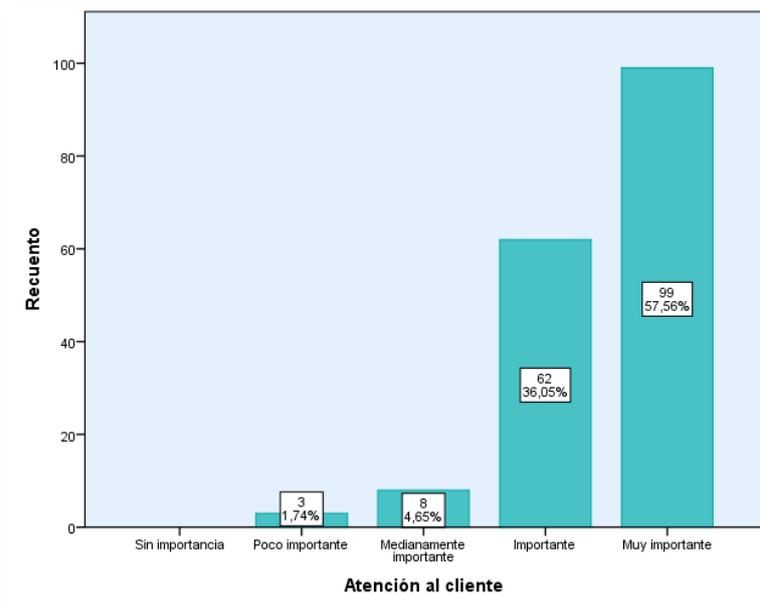
**Tabla 31**  
*Atención al cliente*

Escala	Turistas	Porcentaje
Sin importancia	0	0,00%
Poco importante	3	1,74%
Medianamente importante	8	4,65%
Importante	62	36,05%
Muy importante	99	57,56%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 27**  
*Atención al cliente*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**8. ¿Qué tan importante es para usted, implementar procesos orientados a brindar servicios de calidad?**

**Tabla 32**

*Servicios de calidad*

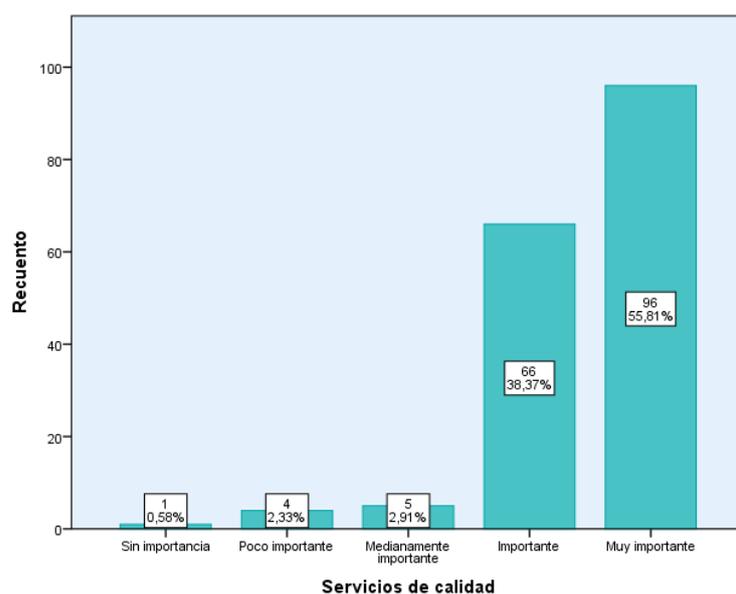
<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	1	0,58%
Poco importante	4	2,33%
Medianamente importante	5	2,91%
Importante	66	38,37%
Muy importante	96	55,81%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 28**

*Servicios de calidad*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**9. ¿Qué tan importante es para usted, la seguridad alimentaria en la elaboración y preparación de alimentos y bebidas?**

**Tabla 33**

*Seguridad alimentaria*

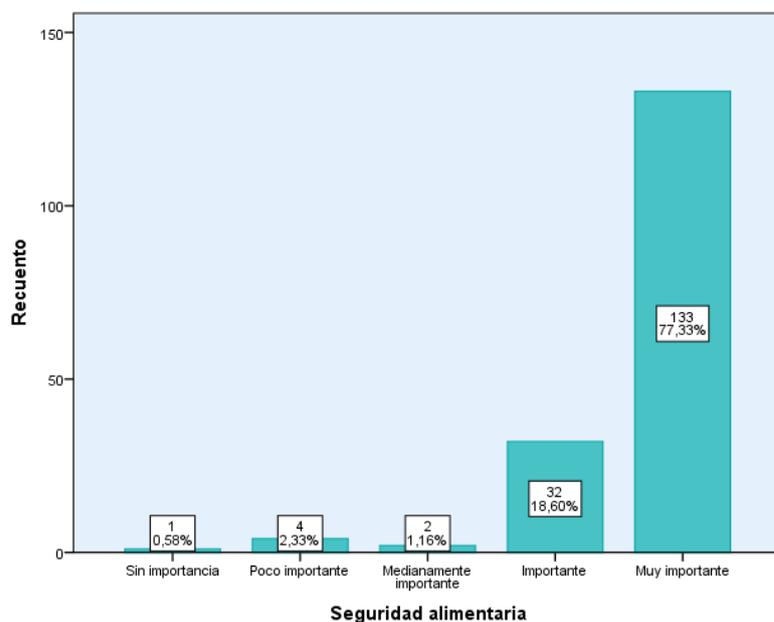
<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	1	0,58%
Poco importante	4	2,33%
Medianamente importante	2	1,16%
Importante	32	18,60%
Muy importante	133	77,33%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 29**

*Seguridad alimentaria*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**10. ¿Qué tan importante es para usted, crear alianzas estratégicas con establecimientos hoteles y agencias de viajes?**

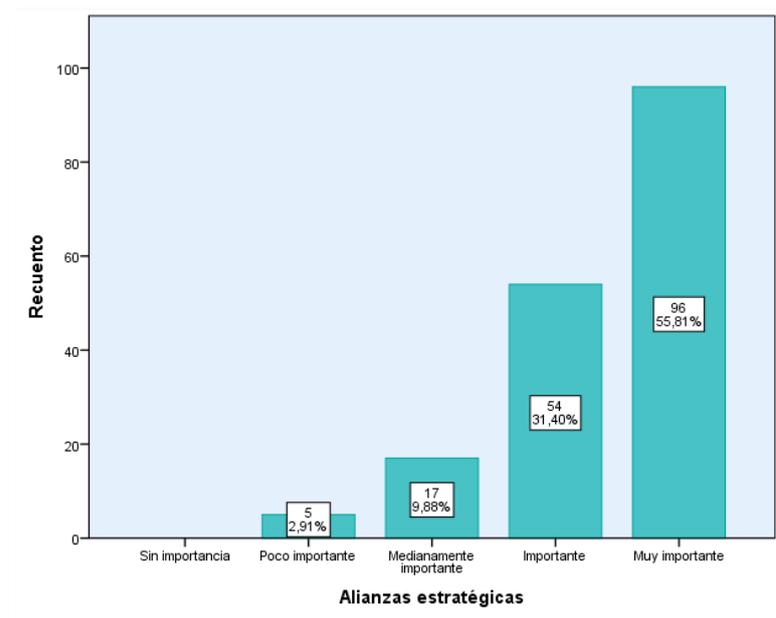
**Tabla 34**  
*Alianzas estratégicas*

<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin importancia	0	0,00%
Poco importante	5	2,91%
Medianamente importante	17	9,88%
Importante	54	31,40%
Muy importante	96	55,81%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 30**  
*Alianzas estratégicas*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**11. ¿Considera usted importante que exista un medio local que difunda el patrimonio alimentario del cantón?**

**Tabla 35**

*Difusión del Patrimonio Alimentario*

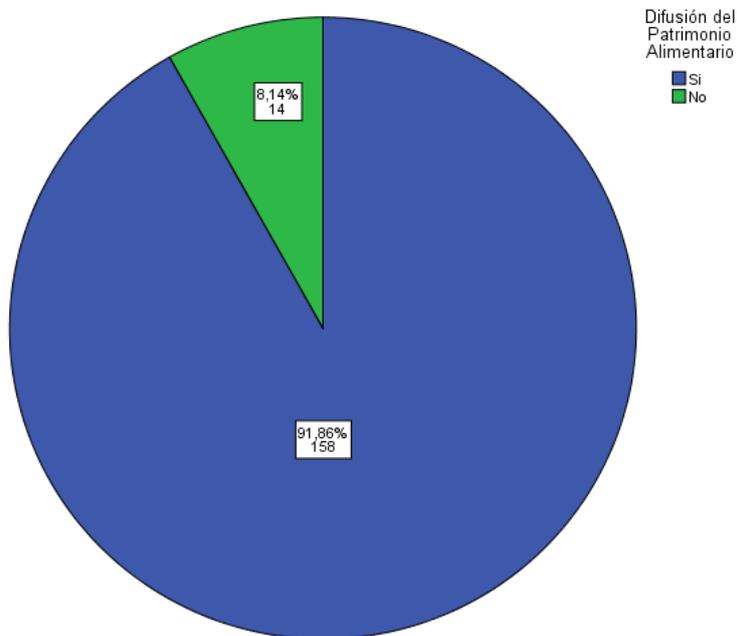
<b>Escala</b>	<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	158	91,86%
No	14	8,14%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 31**

*Difusión del Patrimonio Alimentario*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

## 12. ¿Qué información le gustaría conocer acerca del Patrimonio Alimentario del cantón?

**Tabla 36**

*Información del Patrimonio Alimentario*

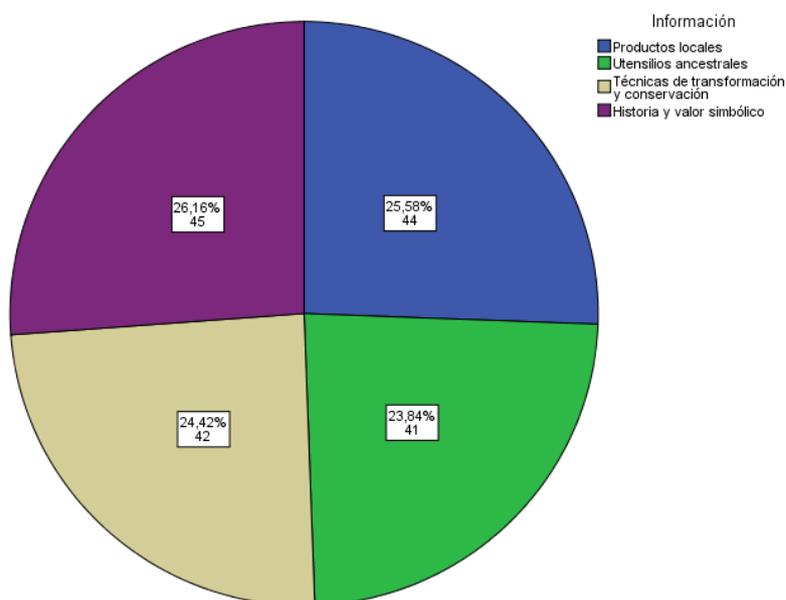
Escala	Turistas	Porcentaje
Productos locales	44	25,58%
Utensilios ancestrales	41	23,84%
Técnicas de transformación	42	24,42%
Historia de los platos	45	26,16%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Tabulación de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.

**Gráfico 32**

*Información del Patrimonio Alimentario*



*Fuente:* Resultados de encuestas aplicadas a turistas-Google Forms.

*Elaboración:* Autoría propia.