



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

Título

**OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura de Turismo

Autor:

Parra Velázquez Ailen Elena

Tutor: Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Ailen Elena Parra Velázquez, con cédula de ciudadanía 175856544-2, autor (a) del trabajo de investigación titulado: Oferta y Turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 16 de mayo del 2023.



Ailen Elena Parra Velázquez

C.I: 175856544-2



ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la Ciudad de Riobamba, a los 16 días del mes de mayo de 2023, luego de haber revisado el Informe Final del Trabajo de Investigación presentado por el estudiante **AILEN ELENA PARRA VELÁZQUEZ** con CC: **1758565442**, de la carrera **DE TURISMO** y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado **“OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, por lo tanto se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.



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

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
TUTOR(A)

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

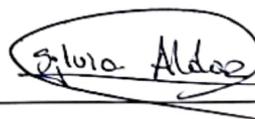
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Oferta y Turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, presentado por Ailen Elena Parra Velázquez, con cédula de identidad número 175856544-2, bajo la tutoría de Mg. Renato Hernán Herrera Chávez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 15 de junio, 2023

Fanny Lascano, PhD./Mgs.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Silvia Aldaz, PhD./Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Henry Villa, PhD./Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **PARRA VELÁZQUEZ AILEN ELENA** con CC: **1758565442**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 2 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 05 de junio de 2023



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

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Esta investigación se la dedico a Dios primeramente, por permitirme culminar mis estudios y desarrollarme como profesional; seguidamente a mis padres quienes siempre me apoyaron y brindaron su mano para que yo pudiese llegar hasta aquí hoy. A mi novio, quien ha estado durante todo este proceso junto a mí, y dándome las fuerzas para no rendirme en el camino.

A mi familia, dispersa por el mundo quienes nunca dejaron de creer en mí y el potencial que tengo, y aun en la distancia siempre estuvieron presentes en cada recorrido y cada paso para finalmente estar aquí.

A mi mejor amiga, la cual me regalo este hermoso país al abrirme sus puertas y más aún la Universidad Nacional de Chimborazo.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, amigos y pareja sentimental por brindarme su apoyo y compañía incondicional durante todo la vida estudiantil y personal.

Agradezco al Ecuador, por abrirme sus puertas y permitirme crecer y formarme profesionalmente como una más de sus hijas. A la Universidad Nacional de Chimborazo, por haberme permitido formar parte de esta familia, a sus docentes que durante toda la carrera de licenciatura de Turismo, me brindaron sus conocimientos sin egoísmo para forjar lo que ahora soy.

Finalmente mis agradecimientos sinceros a mi tutor Mgs. Renato Herrera por formar parte de este proceso tanto en la vida estudiantil, como para el desarrollo de mi proyecto de investigación.

Ailen E. Parra V.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	18
1. Introducción	18
1.1 Antecedentes de la investigación	20
1.2 Problema	21
1.2.1 Formulación del problema	21
1.3 Justificación	21
1.3.1 Justificación Teórica	22
1.3.2 Justificación Práctica	22
1.3.3 Justificación Metodológica	22
1.4 Objetivos	22
1.4.1 General	22
1.4.2 Específicos	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	24
2.1 Estado del arte de la oferta	24
2.2 Estado del arte del turismo gastronómico	25
2.3 Marco teórico	26
2.3.1 Oferta	26
2.3.2 Turismo Gastronómico	29
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	32
3.1 Investigación descriptiva	32
3.2 Investigación Correlacional	32
3.2.1 Tipos de investigación correlacional	32
3.3 Diseño de Investigación	33
3.3.1 No experimental	33
3.4 Técnicas de recolección de datos	33
3.4.1 Técnicas	33
3.4.2 Instrumentos	33
3.5 Población de estudio y tamaño de muestra	34
3.5.1 Población	34
3.5.2 Muestra	34

3.6	Hipótesis	35
3.6.1	Hipótesis General	35
3.6.2	Hipótesis Específicas	35
3.7	Métodos de análisis	35
3.8	Procesamiento de datos	36
3.9	Validez de los instrumentos	36
3.10	Confiabilidad de los instrumentos	37
3.10.1	Confiabilidad Variable Independiente – Oferta	37
3.10.2	Confiabilidad Variable Dependiente– Turismo gastronómico	37
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		39
4.1	Comprobación de hipótesis	49
4.1.2	Hipótesis General	49
4.1.3	Hipótesis Específica 1	50
4.1.4	Hipótesis Específica 2	51
4.1.5	Hipótesis Específica 3	52
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		54
5.	Conclusiones	54
7.	Recomendaciones	55
8.	Referencias	56
CAPITULO VI. PROPUESTA		60
9.1	Título de la propuesta	60
9.2	Introducción	60
9.3	Objetivos	60
9.3.1	Objetivo General	60
9.3.2	Objetivos Específicos	60
9.4	Desarrollo de la propuesta	61
9.4.1	Características generales de la ciudad de Riobamba	61
9.4.2	Ubicación Geográfica	61
9.4.3	Descripción de contenidos	62
9.4.4	Continuidad y coherencia	62
9.4.5	Cumplimiento de normativas	62
9.4.6	Análisis FODA	63
8.4.7	Estrategias FODA Cruzado	64

9.4.7	Diseño del manual de manejo e higiene alimentaria	66
10.	Anexos-Varios	68
10.1	Validación de Expertos	72
10.2	Encuesta Variable Independiente	78
10.3	Encuesta Variable Dependiente	82
10.4	Tablas y gráficos de la variable independiente	86
10.5	Tablas y gráficos de la variable dependiente	133

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Validación de Expertos	36
Tabla 2. Estadístico Alfa de Cronbach Variable Independiente.....	37
Tabla 3. Estadístico Alfa de Cronbach Variable Dependiente	37
Tabla 4. Resumen de análisis de resultados de encuestas de los establecimientos de alimentos y bebidas.....	39
Tabla 5. Resumen de análisis de resultados de las encuestas de los habitantes de la ciudad de Riobamba.....	44
Tabla 6. Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis General.....	50
Tabla 7. Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis Específica 1.....	51
Tabla 8. Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis Específica 2.....	51
Tabla 9. Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis Específica 3.....	52
Tabla 10. Descripción de contenidos.....	62
Tabla 11. Continuidad y coherencia	62
Tabla 12. Cumplimiento de normativas	62
Tabla 13. Análisis FODA	63
Tabla 14. FODA Cruzado.....	64
Tabla 15. Matriz de Operacionalización de Variables.....	69
Tabla 16. Matriz de Consistencia	71
Tabla 17. Sexo.....	86
Tabla 18. Edad.....	87
Tabla 19. Nivel de instrucción.....	88
Tabla 20. Higiene y salubridad.....	90
Tabla 21. Nivel de limpieza.....	91
Tabla 22. Regularidad de visitas del ARCSA	93
Tabla 23. Consumo de productos de origen orgánico en la elaboración de los menús ofertados	95
Tabla 24. Responsabilidad del establecimiento en la salud de los consumidores	97
Tabla 25. Importancia de la higiene personal.....	99
Tabla 26. Relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.....	101
Tabla 27. Técnicas de conservación de los alimentos.	103
Tabla 28. Etapas de preparación de alimentos adecuada.....	105
Tabla 29. Beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas.....	107
Tabla 30. Competitividad	109
Tabla 31. Estándares de presentación.....	111
Tabla 32. Técnicas de conservación alimentaria	113
Tabla 33. Conservación alimentaria	115
Tabla 34. Normas sanitarias para el manejo de alimentos.	117
Tabla 35. Exigencia de la higiene del personal.	119
Tabla 36. Capacitaciones a empleados.....	121
Tabla 37. Estándares de calidad	123
Tabla 38. Satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores.	125
Tabla 39. Responsabilidad del personal en la satisfacción del cliente.	127
Tabla 40. Variedad gastronómica.....	129
Tabla 41. Importancia de la variedad de productos.....	131
Tabla 42. Sexo.....	133
Tabla 43. <i>Edad</i>	134

Tabla 44. Nivel de instrucción.....	136
Tabla 45. Importancia económica del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	138
Tabla 46. Presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.....	140
Tabla 47. Viabilidad turística del turismo gastronómico.	142
Tabla 48. Motivación de los turistas por disfrutar la gastronomía local.	144
Tabla 49. Afluencia turística en la ciudad de Riobamba por su gastronomía.	146
Tabla 50. Operadores turísticos y la promoción gastronómica.	148
Tabla 51. Influencia de los operadores turísticos en el desarrollo del turismo gastronómico.....	150
Tabla 52. Experiencias culinarias.....	152
Tabla 53. Locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes.	154
Tabla 54. Potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas.....	156
Tabla 55. Productos y servicios con el cumplimiento de estándares de higiene y salubridad.....	157
Tabla 56. Planificación pública	159
Tabla 57. Importancia del turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico.	160
Tabla 58. Importancia de la sensorialidad en la mejora de servicios.	162
Tabla 59. Relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad.....	164
Tabla 60. Nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos.	166
Tabla 61. Conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.....	168
Tabla 62. Calidad de servicio	170
Tabla 63. Identidad cultural.....	172
Tabla 64. Valor histórico.....	173
Tabla 65. Importancia del legado culinario.....	175
Tabla 66. Valoración del legado culinario.....	177

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Sexo.....	86
Gráfico 2. Edad.....	88
Gráfico 3. Nivel de Instrucción	89
Gráfico 4. <i>Higiene y Salubridad en los servicios</i>	91
Gráfico 5. Nivel de limpieza	92
Gráfico 6. Regularidad de visitas del ARCSA	94
Gráfico 7. Consumo de productos de origen orgánico en la elaboración de los menús ofertados	96
Gráfico 8. Responsabilidad del establecimiento en la salud de los consumidores	98
Gráfico 9. Importancia de la higiene personal.....	100
Gráfico 10. Relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.....	102
Gráfico 11. Técnicas de conservación de los alimentos.	104
Gráfico 12. Etapas de preparación de alimentos adecuada.....	106
Gráfico 13. Beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas.....	108
Gráfico 14. Competitividad	110
Gráfico 15. Estándares de presentación.....	112
Gráfico 16. Técnicas de conservación alimentaria.	114
Gráfico 17. Conservación alimentaria.....	116
Gráfico 18. Normas sanitarias para el manejo de alimentos.	118
Gráfico 19. Exigencia de la higiene del personal.	120
Gráfico 20. Capacitaciones a empleados.....	122
Gráfico 21. Estándares de calidad.	124
Gráfico 22. Satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores.	126
Gráfico 23. Responsabilidad del personal en la satisfacción del cliente.	128
Gráfico 24. Variedad gastronómica.....	130
Gráfico 25. Importancia de la variedad de productos.....	132
Gráfico 26. <i>Sexo</i>	134
Gráfico 27. <i>Edad</i>	135
Gráfico 28. <i>Nivel de instrucción</i>	137
Gráfico 29. Importancia económica del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	139
Gráfico 30. Presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	141
Gráfico 31. Viabilidad turística del turismo gastronómico.	143
Gráfico 32. Motivación de los turistas por disfrutar la gastronomía local.	145
Gráfico 33. Afluencia turística en la ciudad de Riobamba por su gastronomía.	147
Gráfico 34. Operadores turísticos y la promoción gastronómica.	149
Gráfico 35. Influencia de los operadores turísticos en el desarrollo del turismo gastronómico.....	151
Gráfico 36. Experiencias culinarias.....	153
Gráfico 37. Locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes.	155
Gráfico 38. Potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas.....	157
Gráfico 39. Productos y servicios con el cumplimiento de estándares de higiene y salubridad.....	158
Gráfico 40. Planificación pública	160
Gráfico 41. Importancia del turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico.	161
Gráfico 42. Importancia de la sensorialidad en la mejora de servicios.	163
Gráfico 43. Relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad.	165

Gráfico 44. Nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos.	167
Gráfico 45. Conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.	169
Gráfico 46. Calidad de servicio.	171
Gráfico 47. Identidad cultural.	172
Gráfico 48. Valor histórico.	174
Gráfico 49. Importancia del legado culinario.	176
Gráfico 50. Valoración del legado culinario.	178

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Técnicas de cocción.....	28
Ilustración 2. Ubicación geográfica de la ciudad de Riobamba.....	61
Ilustración 3. Fases del diseño	66
Ilustración 4. Bosquejo del manual.....	66
Ilustración 5. CANVA	67
Ilustración 6. Árbol de problema	68

RESUMEN

La ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo es una de la primeras ciudades patrimoniales, por lo cual, guarda mucha historia, cultura, tradición y gastronomía, esta última, con el pasar de los años no se ha sabido posicionar dentro del país como una oportunidad de crecimiento económico y turístico para el territorio. Es por ello, que la investigación tiene por objetivo general analizar la influencia de la oferta en el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

Ahora bien, la investigación se realizó con carácter descriptivo y correlacional, debido a que, se describen detalles de los análisis y de la misma manera, se comprueba si existe relación de una variable con la otra. Por tal motivo, se recabo información bibliográfica por medio de artículos, revistas científicas y otros, con la finalidad de servir como apoyo para el desarrollo de la presente investigación en la cual se hizo uso de las encuestas dirigida a dos tipos de público diferente, por un lado los habitantes de la ciudad y por el otro los prestadores de servicio/dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas, con el objetivo de indagar acerca de las falencias o impedimentos que ha tenido el turismo gastronómico para su desarrollo en la ciudad de Riobamba.

Finalmente, contando con los resultados de las encuestas aplicadas, se obtuvo como respuesta que dentro de las falencias, la más importante era el equivocado uso en el manejo e higiene alimentaria, lo cual desencadena riesgos de enfermedades a los consumidores y/o turistas. Además, se pudo comprobar la influencia que tiene la oferta y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, constatando entonces que las ofertas gastronómicas repercuten sobre el desarrollo del turismo gastronómico.

Por tal motivo, se planteó una propuesta viable para dar solución a las problemáticas encontradas, la cual consiste en diseñar un manual de manejo e higiene alimentario con un lenguaje educativo simple capaz de transmitir la información a cualquier persona, así mismo, sin ser muy invasivos o con contenidos tan extensos, para que incentive a los lectores hacia la investigación y aplicación de los distintos procesos y estrategias, con el fin de promover el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.

Palabras claves: Oferta, Turismo Gastronómico, Seguridad Alimentaria, Experiencia Culinaria.

ABSTRACT

The city of Riobamba, capital of the province of Chimborazo is one of the first patrimonial cities, therefore, it keeps a lot of history, culture, tradition and gastronomy, the latter, over the years, has not been able to position itself within the country as an opportunity for economic and tourism growth for the territory. For this reason, the general objective of this research is to analyze the influence of the gastronomic tourism offer in the city of Riobamba, province of Chimborazo. The research was descriptive and correlational in nature, since details of the analysis are described and, in the same way, it is verified whether there is a relationship between one variable and the other. For this reason, bibliographic information was collected through articles, scientific journals and others, in order to serve as support for the development of this research, which made use of surveys aimed at two different types of public, on the one hand the inhabitants of the city and on the other the service providers/owners of food and beverage establishments, in order to inquire about the shortcomings or impediments that gastronomic tourism has had for its development in the city of Riobamba. Finally, based on the results of the surveys applied, it was found that among the shortcomings, the most important was the wrong use of food handling and hygiene, which triggers risks of disease to consumers and / or tourists. In addition, it was possible to verify the influence of the gastronomic offer and tourism in the city of Riobamba, confirming that the gastronomic offer has an impact on the development of gastronomic tourism. For this reason, a viable proposal was proposed to solve the problems found, which is to design a manual of food management and hygiene with a simple educational language capable of transmitting information to anyone, without being too invasive or with such extensive content, to encourage readers to investigate and apply the various processes and strategies, in order to promote gastronomic tourism in the city of Riobamba.

Key words: Offer, Gastronomic Tourism, Food Safety, Culinary Experience.



SANDRA LILIANA
ABARCA GARCÍA

Reviewed by:

Lic. Sandra Abarca Mgs.

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0601921505

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1. Introducción

La oferta de productos alimentarios tradicionales en la región de cualquier país representa la identidad arraigada del lugar, además permite a los turistas conocer de forma indirecta las costumbres, tradiciones y el estilo de vida de un pueblo, todo esto por medio de los sabores y platillos representativos del lugar. En este sentido, el turismo gastronómico es una de las formas de turismo más excepcionales, ya que, permite conocer un destino al mismo tiempo que se aprende sobre las variadas formas del consumo de alimentos y la historia detrás de estos.

Ahora bien, la investigación busca demostrar la importancia de la oferta gastronómica en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, esto debido a que en los últimos tiempos el turismo alimentario ha subido en los peldaños del turismo, siendo este indirecto en todos los destinos del mundo, pues los alimentos son necesarios para el diario vivir, por lo cual, se hace imprescindible contar con variedad de ofertas que den paso al desarrollo del turismo gastronómico en un destino o región.

En esta perspectiva, la ciudad de Riobamba cuenta con escasos establecimientos de alimentos y bebidas típicos que además no cuentan con las normas de higiene y seguridad debidas, lo que perjudica enormemente el desarrollo eficaz del turismo gastronómico en la región, de igual manera, se ve afectado con el crecimiento de locales de comida rápida o callejera.

Por tanto, el objetivo general de la investigación es analizar la influencia de la oferta en el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Por lo que, es fundamental evidenciar las falencias existentes en cuanto a la preparación y el manejo de los alimentos.

Ahora bien, con el desarrollo del presente proyecto de investigación se pueden beneficiar los establecimientos existentes de comida en la ciudad, para que con ello puedan realizar modificaciones en sus menús y en sus procesos de mantenimiento y preparación de alimentos, para promover el turismo gastronómico, así mismo, puede beneficiar a cualquier interesado en emprender en el sector turístico gastronómico pues le da un precedente de la situación real y actual de la ciudad.

En este sentido, la investigación se estructura de la siguiente forma:

- **Capítulo I.** Hace énfasis en el planteamiento del problema, el cual está relacionado a la oferta y el turismo gastronómico, de esta manera se desglosan los antecedentes de la investigación, las problemáticas y los objetivos del presente proyecto.
- **Capítulo II.** Hace referencia al marco teórico, dentro del cual se manejan datos e información bibliográfica de diferentes fuentes, como pueden ser libros, artículos científicos y/o revistas.
- **Capítulo III.** Se enfoca en la metodología de la investigación, se consideran los tipos y el diseño de investigación, así como también, los métodos, técnicas e instrumentos que permitan recolectar la información.
- **Capítulo IV.** Este capítulo permite visualizar los resultados y discusión de la investigación.
- **Capítulo V.** Se reflejan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, basándose en el capítulo anterior.

1.1 Antecedentes de la investigación

El turismo gastronómico a nivel mundial busca conectar los diferentes sabores con experiencias y recuerdos encontrados en el turista (**Montecinos, 2017**). La gastronomía incluye a los diferentes sectores como la agricultura, la pesca, la ganadería, que son beneficiados al momento de aprovechar este recurso.

Las modificaciones existentes alrededor del mundo han sido el foco principal de la valoración de la gastronomía, se ha podido considerar la importancia de la diversidad cultural, la biodiversidad al igual que la sostenibilidad. Es importante que se mencione, la escasa existencia de investigaciones que relacionen la gastronomía con la experiencia turística o el turismo en sí mismo, sin embargo, hay investigaciones sobre la búsqueda gastronómica como un interés de un destino.

La Organización Mundial del Turismo igualmente ha incluido estudios en esta rama, en su informe del año 2017 sobre turismo gastronómico incluyó 70 buenas prácticas de diversas naciones, con temáticas como: la estacionalidad, la formación y la innovación, las iniciativas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación e itinerarios relacionados con el vino.

Entonces se podría decir de manera general que, los eventos gastronómicos a nivel mundial son de gran concurrencia turística, ya que, los turistas si han demostrado interés por conocer y probar platillos y sabores diferentes a los de su lugar de residencia.

En este sentido, el turismo gastronómico es uno de los puntos más importantes de la promoción turística de un país, región y localidad, debido a que es una particularidad que suele ser muy evaluada y considerada por los turistas que visitan los destinos. Por ende, los lugares con mayor tradición, captadores de porcentajes elevados de turistas, donde justamente se ha prestado menos atención al desarrollo de este valor añadido, y es por este motivo que, la creación de estrategias para ampliar el segmento puede dar paso a resultados positivos, tanto para aumentar el gasto de los visitantes, como para mejorar la calidad y los números de ingresos, estancias y consumo.

Riobamba es una de las ciudades de Ecuador con mayores potencialidades en cuanto a recursos gastronómicos típicos y tradicionales, los mismos que no son explotados correctamente, por lo que el déficit del turismo gastronómico es notorio, perdiendo grandes oportunidades de impulsar el desarrollo turístico en la ciudad.

1.2 Problema

En la ciudad de Riobamba, el turismo gastronómico no se ha desarrollado eficaz y eficientemente, en gran parte se debe a la insuficiente existencia de establecimientos de alimentos y bebidas que cuenten con las normativas de salubridad e higiene necesarias para el consumo seguro de los alimentos, lo cual conlleva a malas experiencias antes, durante y después de que el turista/visitante consume alimentos en dichos establecimientos, ocasionando problemas de salud como intoxicaciones alimentarias (por estafilococos, y otros tipos de bacterias); toxiinfecciones (Salmonella y otros); infecciones (por bacterias, virus o protozoos) o infestaciones (parásitos), causando un impacto negativo en el desarrollo de esta actividad turística, haciendo que pierda su valor, por el miedo de los consumidores a tener estas malas experiencias en un establecimiento.

De esta manera, se ve desperdiciado un factor clave que puede contribuir con el desarrollo de la ciudad, ya que, en estos tiempos el turismo gastronómico ha escalado bastante en los peldaños del turismo nacional e internacional en sí mismo, sin embargo, esta actividad solo podrá dar frutos si los prestadores de estos servicios muestran el interés que corresponde en mejorar sus productos y la manufactura de los mismos, visualizándolo como una oportunidad y no como un negocio netamente.

1.2.1 Formulación del problema

1.2.1.1 General

- ¿Cuál es la influencia de la oferta en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.2.1.2 Específicas

- ¿Cuál es la influencia de la seguridad alimentaria en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba?
- ¿Cuál es la influencia de las técnicas culinarias en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba?
- ¿Cuál es la influencia del servicio en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba?

1.3 Justificación

La ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, también conocida como “La Sultana de los Andes” es la urbe más grande y poblada de la misma. Cuenta con gran variedad de atractivos naturales como lo es la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo y el desierto de Palmira, sumado a otros de igual índole, sin embargo, también está dotada de gran variedad

culinaria desperdiciada en mayor parte por el uso informal de los establecimientos de alimentos y bebidas, por lo cual, no cuentan con una buena regulación de la higiene y salubridad en la producción de dichos platillos, cuestión que perjudica enormemente al desarrollo del turismo gastronómico, por tal motivo, se plantea dentro de los objetivos específicos determinar la influencia de la seguridad alimentaria en el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, así como también, las técnicas culinarias y el servicio.

1.3.1 Justificación Teórica

La presente investigación se realiza con la finalidad de aportar al conocimiento actual acerca de la oferta y del turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, del funcionamiento del mismo y de acuerdo a los resultados obtenidos, plantear alguna propuesta que se acople a la situación presentada con el objetivo de ayudar en el crecimiento económico de la ciudad por medio del turismo y la gastronomía.

1.3.2 Justificación Práctica

La presente investigación se realiza, ya que, existe la necesidad de mejorar el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, esto con ayuda de los organismos públicos como GAD de Riobamba, universidades, ARCSA, entre otros, así como de entes privados tales como institutos gastronómicos los cuales trabajando conjuntamente, pueden lograr optimizar e impulsar el desarrollo del turismo gastronómico.

1.3.3 Justificación Metodológica

La elaboración de la presente investigación se realiza con el objetivo de plantear una propuesta aplicable para los siguientes investigadores interesados en el mismo orden de ideas y temáticas tratadas, esto gracias al uso de métodos de investigación aceptados y posteriormente demostrando la validez y la confiabilidad de los instrumentos utilizados y los resultados obtenidos.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

- Analizar la influencia de la oferta en el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.4.2 Específicos

- Determinar la influencia de la seguridad alimentaria en el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

- Determinar la influencia de las técnicas culinarias en el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Determinar la influencia del servicio en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2. Estado del arte

2.1 Estado del arte de la oferta

Según el autor (Ávila, 2006), en su trabajo de Economía en la ciudad de Jalisco, México, resalta que la oferta es el comportamiento tipo de los productores o fabricantes se debe a la relación que existe entre el precio (P) y la cantidad ofrecida (CO); es decir, incrementar la producción en cantidades (+CO) y aumentar el precio (+P) del producto o disminuir la producción (-CO) y reducir el precio (-P).

Desde los conceptos comerciales, la oferta no tiene que ser concebida como una promoción o descuento por temporada; para los autores (Hoyer & Macinnis, 2013) en su trabajo de investigación Consumer Behavior en Ohio, Estados Unidos, señalan que este término está considerado en el tipo de producto, servicio o experiencia que una organización ofrece a los consumidores. Estos consumidores a su vez tienen diversos comportamientos que perfilan la forma de compra ya sean al instante de adquirir, al momento de usar y posteriormente, al desechar una oferta. La primera se encuentra en relación con el tiempo y el dinero (Ávila, 2006); la segunda se establece según la utilidad y beneficio que se obtenga sobre la oferta; y la tercera cuando el consumidor tiene presente que ya es el momento de dejar de lado una oferta y que existe una oportunidad para esperar o buscar una próxima (Hoyer & Macinnis, 2013).

Según los autores (Suárez, Ramón, & Izquierdo, 2018), en el artículo científico titulado la gastronomía como agente motivador de viaje, señalan que, la oferta gastronómica se ha convertido en uno de los principales motivos para viajar a otro destino, ya sea nacional o internacional, logrando convertir el lugar en un atractivo turístico gastronómico, pues permite conocer otras culturas a través de los alimentos que se degustan.

2.2 Estado del arte del turismo gastronómico

Según el autor (Richards, 2002) en su trabajo titulado *Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?* Señala que, en la actualidad, la gastronomía es un factor de suma importancia dentro del turismo, por tanto, permite al turista tener cercanía con la identidad cultural de los destinos visitados al mismo tiempo que, vive una experiencia sensorial y cultural satisfactoria. De modo que, la gastronomía para los turistas implica mucho más que una necesidad básica humana, sino parte central de la experiencia turística.

Según los autores (Chang, Kivela, & Mak, 2010) en su artículo de revista titulado *Food preferences of chinese tourists*, señalan que, el patrimonio culinario local contribuye a reforzar y diferenciar la imagen de los destinos turísticos.

Por otra parte los autores (Ellis, Park, Kim, & Yeoman, 2018) en su artículo titulado *What is food tourism?* Indican que, además de ampliar y enriquecer la oferta turística, atrae a una demanda específica principalmente motivada por la degustación y disfrute de los productos y platos regionales y la búsqueda de experiencias culturales asociadas y de carácter auténtico.

De acuerdo con los autores (Hwang, Kim, Choe, & Chung, 2018) en su artículo titulado *Exploration of the successful glocalization of ethnic food: a case of korean food*, indican que, el turismo gastronómico proporciona, asimismo, todo un estímulo a toda la cadena productiva y de valor de la gastronomía, debido a que, genera de manera directa e indirecta numerosas y variadas actividades tales como visitas a productores de agroalimentarios, restaurantes y establecimientos de comidas, festivales gastronómicos, rutas temáticas especializadas y visitas a lugares e instalaciones relacionados con los atributos más característicos de la cultura culinaria local.

2.3 Marco teórico

2.3.1 Oferta

“La oferta son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (Fischer & Espejo Callado, 2004). En este orden de ideas, se puede decir que, la oferta es la cantidad de un producto o servicio puesto a disposición de los consumidores a cambio de un beneficio económico o algún otro valor.

En otras palabras, la oferta es la cantidad de un producto o servicio que se encuentra al alcance de los consumidores en un mercado determinado por un precio específico. Ahora bien, es necesario conocer la definición de producto; “un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” (Stanton, 2004).

Ahora bien, la oferta culinaria es aquella ofrecida por un establecimiento dedicado a los alimentos bebidas en un mercado determinado y competitivo. La oferta culinaria no se somete únicamente al tipo de servicio, sino que, comprende el análisis y eficiencia que se le dé a los procesos, es por ello que hay aspectos internos considerados dentro de la oferta culinaria, como lo es la seguridad alimentaria, las técnicas y el servicio mismo.

En este sentido, el concepto de seguridad alimentaria ha estado sujeto a varios cambios a través de la historia desde su aparición (Rodríguez Quirós, 2017). Continuar los estudios sobre seguridad alimentaria solamente desde un enfoque teórico o una metodología específica conlleva el riesgo de cosificar el concepto, resultando inevitable la cuantificación y descripción, y contribuir desde la ciencia a mejorar las condiciones de vida de las personas (Pérez Garcés & Silva Quiroz, 2019).

El concepto de Seguridad Alimentaria Familiar surge a finales de los años ochenta y se ha mantenido dominante desde entonces en los debates teóricos, al ser progresivamente asumido por círculos académicos y por diferentes organismos internacionales (Flores, 2019). La seguridad alimentaria es una idea que data del siglo XX (Féliz-Varduzco, Aboites-Manrique, & Castro-Lugo, 2018).

En la cumbre mundial de alimentos 1974 se definió la seguridad alimentaria limitándola solo a la disponibilidad de alimentos, concepto que se amplía en 1986 cuando se agrega que se requieren

recursos económicos para lograr el acceso a dichos alimentos. Posteriormente se presenta un concepto integral abarcando disponibilidad alimentaria, acceso a los alimentos, estabilidad de los alimentos y utilización biológica (Ramirez, Vargas, & Cardenas, 2020).

Entonces, la seguridad alimentaria no debe limitarse a considerar lo relacionado con la producción y disponibilidad de alimentos, sino que debe garantizar el consumo adecuado de los alimentos que se dispone, aun así, tiene gran relación con el tema de producción de los alimentos y las condiciones en las que se preparan, sobre todo en espacios como lo son los establecimientos de alimentos y bebidas.

Es por ello, que la seguridad alimentaria pretende alcanzar una alimentación saludable con características culturales y regionales natas, debido a que la visión es fortalecer la producción local, para con esto cumplir con una alimentación que sea saludable, nutritiva y que sea de beneficio para toda la población, independiente de su estatus.

En el mismo orden de ideas, las técnicas culinarias son los procesos que se llevan a cabo para la preparación de los distintos alimentos en sus distintas etapas (limpieza, eliminación de partes no aptas para el consumo, cortes y cocción). En otras palabras, son las manipulaciones a las que se somete a los alimentos para prepararlos y dejarlos listos para su consumo.

Por medio del uso de las técnicas culinarias se logra eliminar los gérmenes de los alimentos, además de facilitar el proceso de digestión del consumidor, mejora el aspecto visual, olfativo y gustativo (Tipos de técnicas culinarias, s.f).

Existen gran variedad de técnicas culinarias, sin embargo, las principales técnicas son:

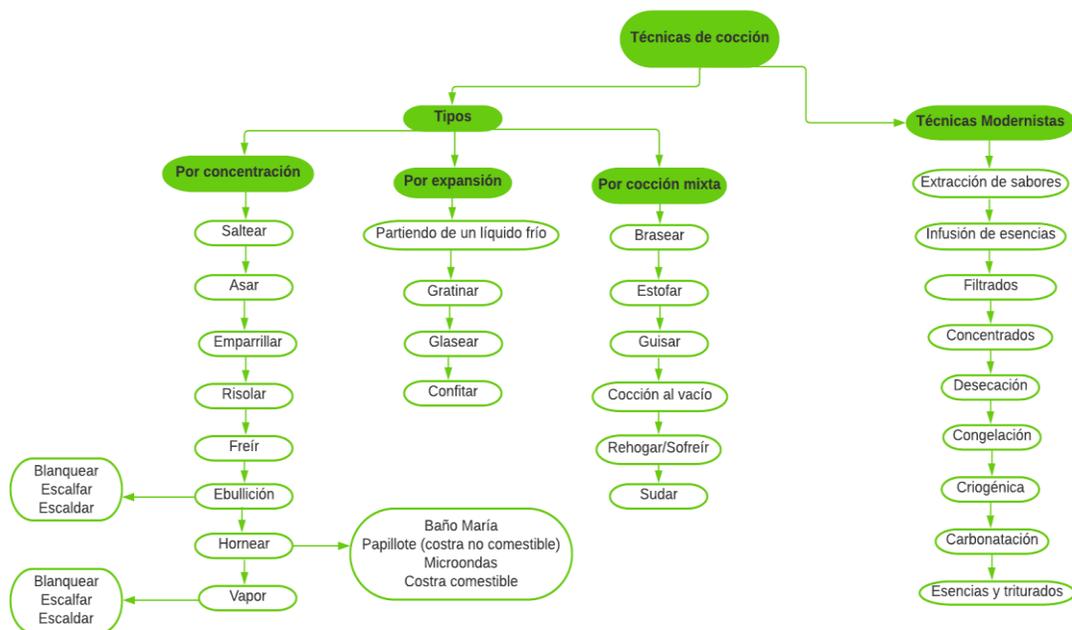
- Cocción por disolución o expansión: en este caso los alimentos se introducen en un líquido frío y cuando va calentándose van soltando sus jugos. Se consiguen alimentos menos sabrosos pero fáciles de digerir.
- Cocción por concentración: en este caso se somete el alimento a una fuente de calor intensa, lo que provoca que se forme una costra superficial y los jugos permanezcan en el interior del alimento.
- Hervir: consiste en cocinar los alimentos en agua hirviendo. Se pueden dar dos procesos diferentes, introducir el alimento en el agua fría, como por ejemplo en los fondos, las

legumbres (salvo los garbanzos) o el marisco si está vivo. O introducir los alimentos en el agua ya hirviendo como las verduras, las pastas, las aves tiernas, etc.

- **Blanquear:** consiste en cocer brevemente un alimento en agua o aceite para ablandarlo, precocinarlo o eliminar sabores demasiado intensos.
- **Freír:** en este caso se introducen los alimentos en grasa o aceite a alta temperatura, si el alimento no suelta agua lo fríe directamente pero si suelta agua se tienen que utilizar algunos de los diferentes tipos de rebozados.
- **Saltear:** A través de esta técnica se cocinan los alimentos con muy poca grasa y a fuego vivo, haciendo saltar los ingredientes en el recipiente. Es una técnica habitual de la cocina oriental. (Tipos de técnicas culinarias, s.f)

Como se mencionó anteriormente, existen gran variedad de tipo de técnicas culinarias de cocción, por ello y para tener una mejor idea de lo que se plantea se presenta la siguiente figura que engloba la gran mayoría de estas:

Ilustración 1.
Técnicas de cocción



Nota. Parra (2022)

Sabiendo esto, el autor (Salas García, 2015) indica que, la mayoría de las elaboraciones emplean el calor como medio de transformación de los alimentos, aunque existen técnicas básicas que se ejecutan en crudo o empleando el frío. Por eso, la primera idea que hay que desterrar es que los alimentos sólo se transforman por el calor, aunque sea este medio el más utilizado con el objeto de hacer más digeribles y sustanciosos los alimentos para su consumo.

Por otro lado, de acuerdo con la definición de los autores (Kotler, Bloom, & Hayes, El marketing de servicios profesionales, 2004) “un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”.

Según (Sandhusen, 2002), “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.

Para (Sánchez Galán , 2016), un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

En gastronomía el servicio de alimento, es el área encargada de la elaboración y cocción de los alimentos practicando estrictas normas sanitarias en la manipulación de los alimentos y las condiciones de higiene del personal que labora en una cocina.

Así mismo, engloba el servicio de restaurante, en donde un personal capacitado lleva los alimentos listos para ingerirse a la mesa de los comensales, e incluso debido a la pandemia de COVID-19 que desató la modalidad de comida para llevar, donde dichos alimentos son empacados adecuadamente para el posterior consumo.

2.3.2 Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico es un tipo de turismo orientado a la gastronomía y cultura culinaria de la región que se visita, en los últimos tiempos ha aumentado el interés de los viajeros por este tipo de turismo, ya que, realmente es vital en la experiencia turística, pues de alguna manera siempre es necesaria la alimentación en cada viaje que se realiza, incluso si no se pernocta en el lugar.

El objetivo de esta modalidad de turismo es conocer las especialidades gastronómicas de un lugar en específico; motivo por el cual, se han creado alrededor del mundo varias rutas gastronómicas de diversos tipos, un claro ejemplo de esto es la ruta del vino en Mendoza, Argentina, la ruta del café en Colombia, la ruta del Taco en México, entre otros.

El turismo gastronómico es el desplazamiento de visitantes, tanto turistas como excursionistas, cuyo motivo principal es la gastronomía, y que involucra prácticas que van desde el mero desplazamiento del lugar de residencia hacia un restaurante donde degustar un plato; el desplazamiento hacia un determinado destino para aprender a preparar determinados alimentos; y hasta la realización de rutas gastronómicas con la intención de aprender algo más sobre cierta gastronomía; entre otros (Oliveira, 2008).

Para el turismo, la gastronomía es vista como una evolución de la culinaria, donde se “entiende que el alimento es patrimonio, con un potencial atractivo para convertirse en producto turístico y, como tal, todos los destinos con ricos patrimonios culinarios pueden convertirse en centros gastronómicos” (Kesimoglu, 2015).

Se puede decir que, desde la perspectiva del turismo gastronómico los alimentos no son únicamente para satisfacer la necesidad de alimentar a las personas, sino una herramienta que brinda al turista una nueva experiencia, incluso haciéndolo partícipe en la preparación de los alimentos y todo lo que acarrea que los platillos terminen con éxito y sean presentados a sus consumidores, además, les permite aprender de la cultura de dicha localidad, de sus tradiciones y costumbres entorno a los alimentos.

Debido a que se aprende la gastronomía como un elemento de la cultura de un pueblo, el ritual de las comidas y el placer de los sabores diferenciados hacen de la cocina un atractivo turístico cultural. El turismo gastronómico incluye el conocimiento de las técnicas culinarias como el modo de preparación, la combinación y la degustación de los alimentos. (Schlüter, 2006).

La preparación de platillos tradicionales es vista turísticamente no solo como un complemento sino como un atractivo turístico que favorece la permanencia, regreso y nuevas visitas por parte de turistas. Esto se considera como un producto turístico.

En este sentido, es importante también hacer mención a la actividad turística, la cual comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico.

El turismo es una actividad dinámica y cambiante. Uno de los principales agentes de cambio son los empresarios que, mediante la combinación de perspicacia, creatividad y la confluencia de acontecimientos fortuitos están identificando, permanentemente oportunidades. Sin embargo, a pesar del papel central de los emprendedores en la actividad turística y en la evolución de los destinos turísticos en concreto en el turismo rural, son muy pocos los trabajos de investigación al respecto que han analizado dicho papel (Russell & Faulkner, 2004).

Por último y siguiendo la misma línea de ideas, las tradiciones son costumbres, rituales, usos sociales, ideas, valores y normas de comportamiento formadas en la historia y transmitidas de generación en generación; elementos del patrimonio cultural social que se han conservado en la sociedad o en diferentes grupos sociales durante mucho tiempo.

La tradición no se hereda genéticamente; se transmite socialmente y deriva de un proceso de selección cultural. La parte de la cultura seleccionada en el tiempo con una función de uso en el presente sería la tradición. El pasado, decantado, es continuamente reincorporado al presente (Arévalo, 2004).

Podemos decir entonces que, la tradición alimentaria se encuentra altamente vinculada al patrimonio cultural, así como la alimentación está ligada a la supervivencia de todo ser vivo, pues las costumbre alimentarias que engloban la tradición poseen en sí profundas raíces en la identidad social de las personas y las naciones.

Dicha tradición forma parte del sistema cultural inundado de simbología, significados y clasificaciones, de manera que, ningún alimento se encuentra separado de las diferentes asociaciones culturales que son atribuidas por la sociedad.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3. Tipo de investigación

3.1 Investigación descriptiva

(Martínez , 2018) Indica que, el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes. Es por ello que esta investigación es de carácter descriptivo, debido a que se presentan las características de la población en cuestión.

3.2 Investigación Correlacional

(Mejía, 2017) “La investigación correlacional es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre las mismas (correlación), sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones relevantes”. Por tanto, la presente investigación también es correlacional porque, se estudia la relación entre las dos variables en cuestión.

3.2.1 Tipos de investigación correlacional

3.2.1.1 Observación natural

(Mejía, 2017) “El primero de los tres tipos de investigación correlacional es la observación natural. De esta manera, el investigador observa y registra las variables dentro de un ambiente natural, sin interferir en el decurso de las mismas.”

3.2.1.2 Encuestas y cuestionarios

(Mejía, 2017) “Otro tipo de investigación correlacional se da cuando se llevan a cabo encuestas y cuestionarios de los cuales es recopilada la información. Dentro de este tipo de investigación se debe elegir una muestra o grupo aleatorio de participantes.”

3.2.1.3 Análisis de información

(Mejía, 2017) “El ultimo tipo de investigación correlacional que puede ser llevado a cabo consiste en analizar datos recolectados previamente por otros investigadores. Por ejemplo, se puede

consultar el registro judicial de una población para predecir cómo las estadísticas criminales influyen la economía local.”

3.3 Diseño de Investigación

3.3.1 No experimental

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2017) la investigación no experimental, consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. En este tipo de investigación no pueden existir estímulos ni condiciones que permitan la flexibilidad de resultados, sino por el contrario, deben encontrarse en condiciones del entorno natural al que siempre están expuestas las variables. Por este motivo, la presente investigación es de diseño no experimental, puesto que no serán manipuladas deliberadamente las variables, sino que serán estudiadas en el estado natural para posteriormente proceder con el respectivo análisis.

3.4 Técnicas de recolección de datos

Para los instrumentos de investigación se aplicó la encuesta a través de un cuestionario que se estructuró con preguntas bajo la escala de Likert tanto para la variable independiente como para la variable dependiente, las cuales fueron aplicadas a 124 establecimientos de alimentos y bebidas; y a 246 habitantes de la ciudad, las cuales sirvieron para la recolección de datos y dar continuidad a la investigación.

3.4.1 Técnicas

(Hernández Mendoza , 2020), menciona que cualquier instrumento utilizado para recolectar información debe ser confiable, objetivo y que cumple con la validez necesaria, de lo contrario no será útil para la investigación debido a la ilegitimidad de los resultados.

Como técnica en esta investigación se aplicó la encuesta para ambas variables del estudio, siendo útiles para la recolección de datos e información.

3.4.2 Instrumentos

(Caro, 2019), menciona que los instrumentos se utilizan para medir y reunir información de manera organizada y con un objetivo puntual y específico.

En el caso de la presente investigación, se hizo uso de la matriz de operacionalización de variables para diseñar el instrumento. Tanto en la variable independiente como en la dependiente,

los instrumentos constan con 30 preguntas bajo la escala de Likert, las cuales sirvieron para dar continuidad a la investigación.

3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

3.5.1 Población

La población de la presente investigación está conformada de la siguiente manera:

Población 1:

Se focaliza específicamente en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, siendo estos 250 establecimientos de acuerdo con el GADM de Riobamba, provincia de Chimborazo.

Población 2:

De acuerdo con la densidad demográfica, la ciudad de Riobamba cuenta con 264.048 habitantes (INEC, 2020).

3.5.2 Muestra

Muestra 1:

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró una población de 250, dato obtenido del Catastro de los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Riobamba 2020, por ende, se utilizó la fórmula estadística de poblaciones finitas:

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

Donde:

N= población (250)

E= margen de error admisible (0,05)

p= 0,80

q= 0,20

Nc= 95% > Z= 1,96

n= tamaño de la muestra

Entonces, tenemos que la muestra es de:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,8 * 0,2 * 250}{250 * (0,05)^2 + 1,96^2 * 0,8 * 0,2} = 124$$

Muestra 2:

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró una población de 264.048, dato obtenido del PDOT 2020 del cantón Riobamba, por ende, se utilizó la fórmula estadística de poblaciones finitas:

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

Donde:

N= población (264.048)

E= margen de error admisible (0,05)

p= 0,80

q= 0,20

Nc= 95% > Z= 1,96

n= tamaño de la muestra

Entonces, tenemos que la muestra es de:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,8 * 0,2 * 264,048}{264,048 * (0,05)^2 + 1,96^2 * 0,8 * 0,2} = 246$$

3.6 Hipótesis

3.6.1 Hipótesis General

- La oferta influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

3.6.2 Hipótesis Específicas

- La seguridad alimentaria influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.
- Las técnicas culinarias influyen en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.
- El servicio influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

3.7 Métodos de análisis

Se adopta el método de análisis de las tablas y gráficos dinámicos en Microsoft Excel, donde los criterios desde el punto de vista de género, etario y de instrucción educacional son interpretados. Así mismo, el análisis estadístico descriptivo a los criterios de los establecimientos de alimentos y bebidas, al igual que el criterio de los habitantes de la ciudad, son interpretados mediante el paquete

estadístico SPSS-25, Por último, se hizo uso del Chi Cuadro de Pearson para la comprobación de hipótesis.

3.8 Procesamiento de datos

Se diseñaron encuestas para los habitantes de la ciudad y para los establecimientos de alimentos y bebidas, se procedió a corregir errores y posteriormente se validó el instrumento; luego se prosiguió a la aplicación de las encuestas a las diferentes muestras, por medio digital. Posterior a la obtención de las respuestas, se procedió a tabular la información con la ayuda de programas estadísticos, finalmente se generaron tablas y gráficos de cada pregunta en ambas encuestas, las cuales permitieron analizar e interpretar los datos finales.

3.9 Validez de los instrumentos

Al contar con los instrumentos de evaluación terminados, se procedió con la guía y consentimientos del tutor siguiendo con el proceso de validación de expertos de las Universidad Nacional de Chimborazo, tomando en consideración sus conocimientos y su amplia experiencia en investigaciones científicas desarrolladas en el área turística, por ende, revisaron y posteriormente, se procedió con la aprobación profesional la validez de los instrumentos.

A continuación, se presentará la validez de los instrumentos con la aprobación de los 3 expertos asignados para esta investigación, los cuales además son docentes de la carrera, que, por sus conocimientos en este ámbito académico, fueron seleccionadas para ejecutar dicha evaluación.

Tabla 1.
Validación de Expertos

Función	Nombre	Cargo que desempeña
Presidenta del tribunal	Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera	Docente de la carrera de turismo
Miembro del tribunal	Dra. Silvia Marieta Aldaz Hernández	Docente de la carrera de turismo
Miembro del tribunal	Mgs. Henry Mauricio Villa Yanez	Docente de la carrera de turismo
Tutor	Mgs. Renado Hernán Herrera Chávez	Docente de la carrera de turismo

Fuente: Docentes Expertos Turismo, UNACH

3.10 Confiabilidad de los instrumentos

De acuerdo a (González Alonso & Pazmiño Santacruz, 2015), es recomendable utilizar los siguientes valores para poder evaluar la confiabilidad basada en el alfa de Cronbach y con la ayuda del programa estadístico IBM SPSS se obtiene:

Coefficiente alfa >9 Excelente

Coefficiente alfa >8 Bueno

Coefficiente alfa >7 Aceptable

Coefficiente alfa >6 Cuestionable

Coefficiente alfa >5 Pobre

Coefficiente alfa <5 Inaceptable

3.10.1 Confiabilidad Variable Independiente – Oferta

Tabla 2.

Estadístico Alfa de Cronbach Variable Independiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,972	22

Nota: Adaptado del Trabajo de Titulación con datos SPSS Statistics, por Parra (2022)

Se concluye que el instrumento de la variable independiente tiene un grado de confiabilidad de **0,972** por lo tanto, se considera el criterio de aceptación y confiabilidad como **Excelente**.

3.10.2 Confiabilidad Variable Dependiente– Turismo gastronómico

Tabla 3.

Estadístico Alfa de Cronbach Variable Dependiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,907	22

Nota: Adaptado del Trabajo de Titulación con datos SPSS Statistics, por Parra (2022)

Se concluye que el instrumento de la variable independiente tiene un grado de confiabilidad de **0,907** por lo tanto, se considera el criterio de aceptación y confiabilidad como **Excelente**.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. Resultados

- Encuesta dirigida a los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.

Tabla 4.

Resumen de análisis de resultados de encuestas de los establecimientos de alimentos y bebidas

No.	Pregunta	Interpretación
Parte 1. Información General		
1	Género	Mediante la información obtenida de las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, se puede observar que el mayor porcentaje de encuestados es de género femenino con un 66%, mientras que del género masculino se obtuvo un 34%.
2	Edad	Mediante la información obtenida de las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, se puede observar que: 20% de los encuestados tienen edades entre los 18 y 29 años, 22% de los encuestados tienen edades comprendidas entre los 30 y 39 años, 33% de los encuestados tienen edades entre los 40 y 49 años, otro 20% tiene edades comprendidas entre los 50 y 59 años, finalmente un 5% tiene edades de 60 en adelante. Siendo las edades de entre 40 y 49 años los de mayor frecuencia.
3	Nivel de Instrucción	De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que el nivel de instrucción varía de la siguiente manera; primaria 0%, secundaria 42%, posgrado 14%, educación superior 19%, otro nivel de educación 25%. Siendo la educación secundaria el de mayor frecuencia con un 42%.
Parte 2. Información Específica		
Seguridad Alimentaria		
4	Califique el nivel de higiene y salubridad en los servicios de alimentos y bebidas que brinda en su establecimiento al público.	De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que la higiene y salubridad que manejan para servir al público es muy bajo en 1%, bajo en un 3%, medio en un 62%, alto en un 28% y muy alto en un 6%.

5	Califique el nivel de limpieza frecuente del área de preparación de alimentos en su establecimiento.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de limpieza del área de preparación de alimentos es muy bajo en un 0%, bajo en un 2%, medio en un 57%, alto en un 32%, y muy alto en un 8%.
6	Califique el nivel de regularidad de las visitas de la entidad controladora de la salubridad e higiene (ARCSA) de los prestadores de servicios alimentarios a su establecimiento.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de regularidad de la visitas del ente controlador de la salubridad e higiene (ARCSA) se encuentra en la siguiente escala, muy bajo en un 2%, bajo en un 5%, medio con un 65%, alto en un 23%, muy alto en un 6%
7	Califique el nivel de consumo de productos de origen orgánico en la elaboración de los menús ofertados.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de consumo de productos orgánicos para la elaboración de los menús que ofertan es muy bajo en un 1%, bajo en un 4%, medio en un 65%, alto en un 25%, muy alto en un 6%.
8	Califique el nivel de responsabilidad que tiene su establecimiento en la salud del cliente post consumo.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de responsabilidad del establecimiento en la salud de los clientes posterior al consumo es muy bajo en 1%, bajo en un 2%, medio en un 64%, alto en un 26%, muy alto en un 8%.
9	Califique el grado de importancia que tiene la higiene personal al momento de preparar alimentos para el consumo de terceros.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el grado de importancia de la higiene personal para la preparación de los alimentos es muy bajo en un 0%, bajo en 1%, medio en un 63%, alto en un 27%, muy alto en un 10%.
10	Califique el nivel de relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de relevancia de la higiene en las áreas de preparación de alimentos es muy baja en un 0%, bajo en un 2%, medio en un 56%, alto en un 31%, muy alto en un 10%.
Técnicas Culinarias		
11	Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las técnicas de conservación de los alimentos.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de conocimiento sobre los técnicas de conservación de los alimentos es muy bajo en 1%, bajo en 2%, medio en un 65%, alto en un 27% y muy alto en un 6%.

12	Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las etapas de preparación de los alimentos adecuadas para el consumo saludable.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de conocimiento sobre las etapas de preparación de los alimentos es muy bajo en 1%, bajo en un 3%, medio en un 58%, alto en un 30%, muy alto en un 8%.
13	Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre los beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de conocimiento sobre los beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas son muy bajo en 1%, bajo en 2%, medio en un 65%, alto en 27% y muy alto en un 6%
14	Califique el nivel de competitividad que tiene la producción culinaria de su establecimiento en relación a los demás locales.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de competitividad que tiene la producción culinaria en relación a los demás establecimientos es de 1% para muy bajo, 2% para bajo, 57% para medio, 31% para alto, 9% para muy alto.
15	Califique el nivel con el que cuenta la producción culinaria, en base a los estándares de presentación de los platos de su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de producción culinaria basados en los estándares de presentación de los platillos es muy bajo en 2%, bajo en 2%, medio en 63%, alto en 27%, muy alto en 6%.
16	Califique el nivel de aplicación de las diferentes técnicas de conservación alimentaria dentro de su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de aplicación de las técnicas de conservación alimentaria son muy bajas y bajas en 1% respectivamente, media en 61%, alto en 29% y muy alto en 8%.
17	Califique el nivel de prioridad que le dan a la conservación alimentaria dentro de su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de prioridad que le dan a la conservación alimentaria es de 1% para muy bajo, 0% para bajo, 58% para medio, 35% alto y 6% para muy alto.
Servicio		
18	Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las normas sanitarias para el manejo de alimentos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de conocimiento sobre las normas sanitarias para el manejo de alimentos es muy bajo 2%, bajo 6%, medio 48%, alto 38% y muy alto 6%.
19	Califique el nivel de exigencia que tiene con su personal y la higiene de los mismos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de exigencia que tienen sobre el personal y el higiene de estos es de 0% en muy bajo, 2% en bajo, 50% en medio, 41% en alto y 7% en muy alto.

20	Califique el nivel de actualización de capacitación que le brinda a sus empleados para mejorar la elaboración y manipulación de alimentos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de actualización de capacitaciones a los empleados para mejorar el desempeño de los mismos en la elaboración y manipulación de los alimentos es muy bajo en 2%, bajo en 23%, medio en 39%, alto en 27%, muy alto en 9%.
21	Califique el nivel de cumplimiento de estándares de calidad implementados en su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de cumplimiento de los estándares de calidad implementados en el establecimiento son muy bajo en 0%, bajo en 2% medio en 56%, alto en 33% muy alto en 8%.
22	Califique el nivel de cumplimiento de la satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores de su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de cumplimiento de la satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores es muy bajo en 1%, bajo en 0%, medio en 64%, alto en 27%, muy alto en 9%.
23	Califique el nivel de responsabilidad que tiene el personal de su establecimiento en la satisfacción del cliente.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de responsabilidad del personal en la satisfacción del cliente es muy bajo y bajo en 1% respectivamente, medio en 27%, alto en 63% y muy alto en 8%.
24	Califique el nivel de la variedad gastronómica con la que cuenta su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de variedad gastronómica con la que cuentan en sus establecimientos es muy bajo en 1%, bajo en 2%, medio en 59%, alto en 30%, muy alto en 9%.
25	Califique el nivel de importancia que tiene la variedad de productos para atraer a más comensales a su establecimiento.	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de importancia de la variedad de productos para atraer más comensales es muy bajo en 1%, bajo en 5%, medio en 56%, alto en 31%, muy alto en 7%.

Parte 3. Información Complementaria

<p>26</p> <p>¿Considera que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Riobamba debería interesarse más por el cumplimiento de las normas de higiene y salubridad alimentaria por parte de los establecimientos de alimentos y bebidas?</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el 70% de los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) sí debería interesarse más por el cumplimiento de las normas de higiene y salubridad alimentaria, por otro lado, el 11% de los encuestados considera que no es necesario este tipo de interés, y el 19% restante opina que tal vez sea necesario.</p>
<p>27</p> <p>¿Cuál sería una solución viable a la temática del manejo correcto de los alimentos para los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba?</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el 16% de los encargados y/o propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas encuestados considera que las actualizaciones regulares son una solución viable a la temática del manejo de alimentos, por otro lado, un 14% cree que los instructivos de manejo son la mejor opción, otro grupo compuesto por el 13% opina que los cursos anuales son la respuesta más idónea, sin embargo un 47% de los encuestados coincide con la respuesta que las incluye a todas las anteriormente mencionadas y solo un 10% considera que ninguna de éstas es opción para solventar esta temática.</p>
<p>28</p> <p>¿Las escuelas de gastronomía serían una opción para formar a todos los emprendedores del área culinaria de la ciudad?</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el 55% de los encargados y/o propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas encuestados opina que las escuelas gastronómicas son una opción para formar emprendedores del área culinaria en la ciudad, un 13% considera que no es una opción viable, y un 34% indica que tal vez sea una opción a considerar.</p>
<p>29</p> <p>¿Cree usted como prestador del servicio de alimentos y bebidas que la actualización de conocimientos, servirían para mejorar temáticas como el manejo de alimentos, higiene y conservación de alimentos?</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el 61% de los encargados y/o propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas encuestados considera que la actualización de conocimientos sí serviría para mejorar temáticas como el manejo de alimentos, higiene y conservación de alimentos, por otro lado, un 7% opina que no es una opción viable y el 31% restante opina que tal vez es una opción que se puede considerar.</p>

30	¿Considera que dichas actualizaciones de conocimiento deberían contar con una certificación avalada por alguna entidad de valor?	De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el 69% de los encargados y/o propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas encuestados considera que sí es necesario que las actualizaciones de conocimiento cuenten con una certificación avalada por alguna entidad de valor, por otro lado, un 3% opina que no es necesario y finalmente el 27% restante indica que tal vez sea necesario.
----	--	--

Nota: Adaptado de los datos encuesta a establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, por Parra (2022)

- Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

Tabla 5.

Resumen de análisis de resultados de las encuestas de los habitantes de la ciudad de Riobamba

No.	Pregunta	Interpretación
Parte 1. Información General		
1	Género	De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que el 47% de los habitantes encuestados es del género masculino, dejando el 53% restante del género femenino.
2	Edad	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, los rangos de edad de los habitantes encuestados se encuentran de la siguiente manera, entre los 18 y 29 años se encuentra el 34%, entre los 30 y 39 años se encuentra el 43%, entre los 40 y 49 años se encuentra el 19%, entre los 50 y 59 años el 3% y de 60 años en adelante únicamente el 2%.
3	Nivel de Instrucción	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de instrucción de los habitantes encuestados se encuentra de la siguiente manera, primaria 0%, secundaria 34%, posgrado 10%, superior 50%, otro 7%.
Parte 2. Información Específica		
Actividad Turística		

4	Califique el nivel de importancia económica que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de importancia económica que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es de 3% para nivel muy bajo, 6% para nivel bajo, 10% para nivel medio, 14% para nivel alto y 67% para nivel muy alto.
5	Califique el nivel de presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy alto en 4%, alto en 9%, medio en 21%, bajo en 11% y muy bajo en 56%.
6	Califique el nivel de viabilidad turística que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la viabilidad turística del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy bajo 1%, bajo 5%, medio 16%, alto 74%, muy alto 3%.
7	Califique el nivel de motivación que tiene los turistas por disfrutar de la gastronomía local.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la motivación de los turistas por consumir la gastronomía local es muy bajo con 2%, bajo con 65%, medio con 17%, alto con 13% y muy alto con 3%.
8	Califique el nivel de afluencia turística a la ciudad de Riobamba con motivo de la gastronomía local.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la afluencia turística en la ciudad de Riobamba por motivos de la gastronomía local es muy bajo con 2%, bajo con 51%, medio con 33%, alto con 13%, muy alto con 2%.
9	Califique el nivel de eficacia que tienen los operadores turísticos para promocionar la gastronomía de la ciudad y a los mejores establecimientos para degustar los platillos.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la eficacia de los operadores turísticos para promocionar la gastronomía local y a los mejores establecimientos para degustar platillos es muy bajo en 2%, bajo en 10%, medio en 74%, alto en 11% y muy alto en 3%.
10	Califique el nivel de influencia que tienen los operadores turísticos para el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la influencia de los operadores turísticos para el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy bajo con 2%, bajo con 7%, medio con 17%, alto con 72%, muy alto con 1%.

Experiencia Culinaria

11	Califique el nivel de las experiencias culinarias que brinda la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, las experiencias culinarias que brinda la ciudad de Riobamba son de nivel muy bajo en 2%, bajo 67%, medio 18%, alto 11%, muy alto 2%.
12	Califique el nivel de existencia de locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes a sus consumidores.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, la existencia de locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes es muy bajo en 1%, bajo 61%, medio en 23%, alto en 13%, muy alto en 2%.
13	Califique el nivel del potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el potencial gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy bajo en 2%, bajo en 8%, medio en 55%, alto en 31%, muy alto en 4%.
14	Califique el nivel de productos y servicios que cumple con estándares de higiene y salubridad en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de productos y servicios que cumple con estándares de higiene y salubridad en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales es muy bajo con 1%, bajo con 42%, medio con 43%, alto con 12%, muy alto con 1%.
15	Califique el nivel de planificación pública que existe en la ciudad para desarrollar el turismo gastronómico.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de planificación pública que existe en la ciudad para desarrollar el turismo gastronómico es 2% para muy bajo, 8% para bajo, 79% para medio, 9% para alto y 1% para muy alto.
16	Califique el nivel de importancia que tiene el turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de importancia que tiene el turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Riobamba es 1% para muy bajo, 6% para bajo, 20% para medio, 69% para alto y 4% para muy alto.
17	Califique el nivel de importancia que tiene la sensorialidad para mejorar los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de importancia que tiene la sensorialidad para mejorar los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas es 1% para muy bajo, 3% para bajo, 25% para medio, 66% para alto y 5% para muy alto.

18	Califique el nivel de relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad es de 1% para muy bajo, 4% para bajo, 20% para medio, 69% para alto y 5% para muy alto.
Tradición		
19	Califique el nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales, considerando que son la base fundamental para la difusión de la cultura y ancestralidad.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales, considerando que son la base fundamental para la difusión de la cultura y ancestralidad es del 2% para muy bajo, 68% para bajo, 20% para medio, 7% para alto y 2% para muy alto.
20	Califique el nivel de conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba es del 1% en muy bajo, 54% en bajo, 30% en medio, 13% en alto y 3% en muy alto.
21	Califique el nivel de la calidad de servicio que tienen usted y su familia a locales de comida tradicional de la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de la calidad de servicio que han recibido en locales de comida tradicional de la ciudad de Riobamba es del 1% para muy bajo, 35% para bajo, 52% para medio, 7% para alto y 4% para muy alto.
22	Califique el nivel de identidad cultural que trasmite la historia de cada uno de los platos típicos de la ciudad.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de identidad cultural que trasmite la historia de cada uno de los platos típicos de la ciudad es del 1% para muy bajo, 7% para bajo, 75% para medio, 14% para alto y 4% para muy alto.
23	Califique el nivel del valor histórico que demuestran los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen platos tradicionales con respecto a sus competidores.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de valor histórico que demuestran los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen platos tradicionales es del 1% para muy bajo, 5% para bajo, 78% para medio, 12% para alto y 4% para muy alto.

24	Califique el nivel de importancia del legado culinario en la promoción del turismo gastronómico de la ciudad.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de importancia del legado culinario en la promoción del turismo gastronómico de la ciudad es del 1% para muy bajo, 2% para bajo, 53% para medio, 39% para alto y 5% para muy alto.
25	Califique el nivel de valoración del legado culinario en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, el nivel de valoración del legado culinario en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba es del 1% para el nivel muy bajo, 3% para el nivel bajo, 33% para el nivel medio 60% para el nivel alto, 3% para el nivel muy alto.

Parte 3. Información Complementaria

26	Usted como consumidor, ¿considera que para que los establecimientos de alimentos y bebidas funcionen mejor y en pro del desarrollo del turismo gastronómico...?	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, los habitantes encuestados consideran que para que los establecimientos de alimentos y bebidas funcionen mejor y en pro del desarrollo del turismo gastronómico deben contar con actualizaciones de conocimientos regulares, un 23% de las votaciones, otro 12% considera que deben contar con instructivos de manejo, recibir cursos anuales es una opción que de igual manea cuenta con el 12% de las votaciones, sin embargo, el 52% considera que deben contar con las tres opciones anteriores por igual, y el 1% restante considera que ninguna es buena opción.
27	¿Usted como consumidor, se sentiría más seguro si los cursos/ capacitaciones/ actualizaciones de conocimiento, etc. contarán con el aval de una entidad supervisora?	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, los habitantes encuestados consideran que se sentirían más seguro si los cursos/ capacitaciones/ actualizaciones de conocimiento, etc. contarán con el aval de una entidad supervisora, con un 79% de las votaciones, solo un 8% considera que no se sentirían más seguros, y el 13% restante cree que tal vez es una opción.

28	¿Cree usted que contar con diferentes herramientas que permitan la evolución de los establecimientos de alimentos y bebidas en pro del desarrollo del turismo gastronómico, atraiga más turistas a la ciudad?	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, los habitantes encuestados consideran que contar con diferentes herramientas sí permitiría la evolución de los establecimientos de alimentos y bebidas en pro del desarrollo del turismo gastronómico, atrayendo más turistas a la ciudad, con un total de 70% de las respuestas, únicamente el 6% difiere del enunciado indicando que no están de acuerdo, y el 24% restante cree que tal vez sea una opción viable.
29	¿Cree usted que es fundamental que los propietarios de estos establecimientos permitan el crecimiento de conocimiento de su personal, tanto para el desarrollo del local como del personal mismo?	De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos decir que, los habitantes encuestados consideran que sí es fundamental que los propietarios de los establecimientos permitan el crecimiento de conocimiento de su personal, tanto para el desarrollo del local como del personal mismo con un 71% de los votos, un 4% de los votos niega que sea fundamental este tipo de avance personal y el 24% restante considera que tal vez es necesario.
30	¿Considera importante que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Riobamba se involucre en la evolución de los establecimientos de alimentos y bebidas en pro del desarrollo del turismo gastronómico de la ciudad?	De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos decir que, los habitantes encuestados consideran que sí es importante que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Riobamba se involucre en la evolución de los establecimientos de alimentos y bebidas en pro del desarrollo del turismo gastronómico de la ciudad con un 76% de los votos, un 4% niega que esto sea necesario u oportuno, y el 20% restante considera que tal vez sea importante.

Nota: Adaptado de los datos encuesta a los habitantes de la ciudad de Riobamba, por Parra (2022)

4.1 Comprobación de hipótesis

4.1.2 Hipótesis General

a. Planteamiento de hipótesis

H1: La oferta influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

H0: La oferta no influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

b. Establecer el nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba p_valor = 0,018

Tabla 6.

Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis General

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	23,653 ^a	12	,023
Razón de verosimilitud	24,475	12	,018
Asociación lineal por lineal	,684	1	,408
N de casos válidos	232		

a. 14 casillas (70,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.

Fuente: IBM, SPSS

d. Lectura de p_valor = 0,023

e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia (0,05 = 5%), indica que el P valor = 0,023 < α = 0,05 por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

“La oferta influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.”

4.1.3 Hipótesis Específica 1

a. Planteamiento de hipótesis

H1: La seguridad alimentaria influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

H0: La seguridad alimentaria no influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

b. Establecer el nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba p_valor = 0,019

Tabla 7.
Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis Específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	23,983 ^a	12	,020
Razón de verosimilitud	24,190	12	,019
Asociación lineal por lineal	,880	1	,348
N de casos válidos	232		

a. 14 casillas (70,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Fuente: IBM, SPSS

d. Lectura de p_valor = 0,020

e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia (0,05 = 5%), indica que el P valor = 0,020 < α = 0,05 por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

“La seguridad alimentaria influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba”.

4.1.4 Hipótesis Específica 2

a. Planteamiento de hipótesis

H1: Las técnicas culinarias influyen en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

H0: Las técnicas culinarias no influyen en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

b. Establecer el nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba p_valor = 0,687

Tabla 8.
Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis Específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)

Chi-cuadrado de Pearson	9,172 ^a	12	,688
Razón de verosimilitud	9,187	12	,687
Asociación lineal por lineal	,311	1	,577
N de casos válidos	232		
a. 14 casillas (70,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.			

Fuente: IBM, SPSS

d. Lectura de p_valor = 0,688

e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia ($0,05 = 5\%$), indica que el P valor = $0,688 > \alpha = 0,05$ por lo tanto se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0).

“Las técnicas culinarias no influyen en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba”.

4.1.5 Hipótesis Específica 3

a. Planteamiento de hipótesis

H1: El servicio influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

H0: El servicio no influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

b. Establecer el nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba p_valor = 0,687

Tabla

Prueba de chi-cuadrado, Hipótesis Específica 3

9.

	Valor	gl	Sig. asintótica (2caras)
Chi-cuadrado de Pearson	23,983 ^a	12	,020
Razón de verosimilitud	24,190	12	,019
Asociación lineal por lineal	,880	1	,348
N de casos válidos	232		
a. 14 casillas (70,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.			

Fuente: IBM, SPSS

d. Lectura de p_valor = 0,020

e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia ($0,05 = 5\%$), indica que el $P\text{ valor} = 0,020 < \alpha = 0,05$ por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

“El servicio influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba”.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. Conclusiones

- Basándonos en la comprobación de hipótesis realizada, se puede evidenciar la influencia existente entre la oferta y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, lo cual demuestra claramente que las ofertas gastronómicas repercuten sobre el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad, por lo cual, es indispensable que se orienten a los establecimientos de alimentos y bebidas hacia el camino correcto de los menús que permitirán ampliar y mejorar las opciones alimentarias que darán paso al desarrollo del turismo gastronómico.
 - Así mismo, y gracias a la misma prueba, se demuestra la influencia de la seguridad alimentaria y el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, lo que demuestra que el manejo de alimentos y el procesamiento de los mismos hasta el plato final, si tiene incidencia sobre el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad, por tanto, se debe prestar mayor atención al trato alimentario que se brinda en los establecimientos registrados en el catastro de la ciudad, ya que, serán estos los encargados de brindar una experiencia culinaria a los turistas y/o visitantes.
 - Por medio de los resultados obtenidos, se observa que no existe influencia entre las técnicas culinarias y el turismo gastronómico, por tanto, no hay indicadores que mejorar o modificar, para ayudar en el desarrollo del turismo gastronómico dentro de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
6. De igual manera, se constató que si hay influencia entre el servicio y el turismo gastronómico, por ende, es necesario que se preste atención a la formación del personal que trata directamente con los clientes, ya que se debe contemplar la atención a extranjeros, considerando inclusive que no solo sean de habla castellano, por lo cual, hay que preparar a los que desempeñen este rol.

7. Recomendaciones

- Partiendo de los resultados obtenidos, es necesario mejorar la oferta que se maneja dentro del sector de alimentos y bebidas, ya que, esta sobresaturada de los mismos productos, afectando negativamente el desarrollo de la actividad turística gastronómica, por lo cual, se deben atender otras necesidades alimentarias y presentarlas al mercado riobambeño. También, es necesario mejorar los controles sanitarios por parte de las entidades reguladoras, ya que, existen directrices que sirven de guía sobre el tema de higiene y manejo de alimentos, sin embargo, se evidenció que no se suelen cumplir estos requisitos, desfavoreciendo al desarrollo de turismo gastronómico en la ciudad.
- Así mismo, se evidenció que mayormente los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba son dirigidos por emprendedores empíricos, por tal motivo, es necesario que se les oriente sobre el adecuado manejo de los alimentos y la higiene a nivel de restaurantes, de igual manera, los productos más asertivos para ofertar en el mercado, y que puedan formar parte del desarrollo turístico gastronómico de la ciudad.
- Por otra parte, se recomienda a los próximos investigadores indagar y comparar la situación problemática de ambas investigaciones, para tener una base de donde partir o si por el contrario, hubo mejoras y/o nació una nueva problemática, considerando que las entidades competentes deben formar parte activa en el desarrollo de la actividad turística gastronómica.
- Los próximos investigadores, pueden usar como referencia los datos obtenidos en esta investigación y hacer más estudios, para considerar la funcionalidad de las campañas que involucre la participación de los consumidores riobambeños y los turistas que estén para ese momento, conjuntamente con los establecimientos de alimentos y bebidas, ya que, de esta manera se conocerán sus opiniones de forma más precisa sobre un alimento, plato o bebida en específico.

8. Referencias

- Morfín Herrera, M. (2007). *Colección Administración de Comedor y Bar*. México: Trillas.
- Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>
- Ávila, J. (2006). Economía. *Economía*. Jalisco: Ediciones Umbral. Obtenido de <https://books.google.com.pa/books?id=0KksqC7ymJcC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Caro, L. (2019). *7 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos*. Obtenido de DSpace Repository: <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>
- Chang, R., Kivela, J., & Mak, A. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Revista Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.03.007>
- Durón García, C. (2006). *El plan de negocios para la industria restaurantera*. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* (Vol. 3). México: Trillas. doi:<https://doi.org/10.29057/icea.v3i6.142>
- Educo. (Octubre de 2020). *¿Qué es la seguridad alimentaria y por qué es importante?* Obtenido de Blog Educo Educar Cura: <https://www.educo.org/blog/que-es-la-seguridad-alimentaria-y-su-importancia#:~:text=La%20seguridad%20alimentaria%20implica%20la,las%20personas%20y%20sean%20saludables.>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Revista Tourism Management*, 68, 250-263. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Espinoza, J. (2019). *La experiencia gastronómica, la aspiración de cualquier cliente del s.XXI*. Obtenido de Blog Bartalent: <https://www.bartalentlab.com/bartalentnews/experiencia-gastronomica>
- Félix-Varduzco, G., Aboites-Manrique, G., & Castro-Lugo, D. (2018). La seguridad alimentaria y su relación con la suficiencia e incertidumbre del ingreso: un análisis de las percepciones del hogar. 28(4), 74-86. doi:<https://doi.org/10.15174/au.2018.1757>
- Fischer, L., & Espejo Callado, J. (2004). Mercadotecnia. En McGraw-Hill (Ed.). México: Interamericana. Obtenido de https://www.academia.edu/41601891/MERCADOTECNIA_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
- Flores, C. (2019). Percepción de la Seguridad Alimentaria de los hogares del municipio San Francisco Libre, Managua 2014-2016. *Torreón Universitario*, 8(22), 6-16. doi:<https://doi.org/10.5377/torreon.v8i22.9024>
- González Alonso, J., & Pazmiño Santacruz, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(2), 62-67. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/22>

- Hernández Mendoza , S. L. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51-53.
doi:<https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Hernández, Fernández y Baptista. (2017). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hoyer, W., & Macinnis, D. (2013). *Consumer Behavior*. Ohio: South-Western Cengage Learning. Obtenido de <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/consumer-behavior>
- Hwang, J., Kim, S., Choe, J., & Chung, J. (2018). Exploration of the successful globalization of ethnic food: A case of Korean food. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(12), 3656-3367. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0959-6119>
- INEC. (2020). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantoniales/#:~:text=Seg%C3%BAn%20estos%20datos%2C%20Quito%20en,El%20Oro%20con%202.379%20habitantes.>
- Kesimoglu, A. (2015). A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive. *Revista Hospitality & Society*, 5(1), 71-91. doi:https://doi.org/10.1386/hosp.5.1.71_1
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia* (Octava ed.). Pearson Educación. Obtenido de <https://fad.unsa.edu.pe/bancaysseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=FgSV_iL3pzMC&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- López, A. (2020). *De Rechupete*. Obtenido de <https://www.recetasderechupete.com/tecnicas-de-cocina-tipos-de-tecnicas-culinarias/26537/#:~:text=Llamamos%20t%C3%A9cnicas%20culinarias%20al%20conjunto,la%20impieza%2C%20hasta%20la%20cocci%C3%B3n.>
- Martínez , C. (24 de Enero de 2018). *Investigación descriptiva: definición, tipos y características*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva>
- Mejía, T. (2017). *Investigación Correlacional: Definición, Tipos y Ejemplos*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/investigacioncorrelacional/>
- Montecinos, A. (2017). *Turismo gastronómico sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos* (Primera ed.). CEGAHO. Obtenido de <https://visorweb.utpl.edu.ec/library/publication/turismo-gastronomico-sostenible-planificacion-de-servicios-restaurantes-rutas-productos-y-destinos>
- Oliveira, S. (2008). A importância da gastronomia na deslocação de visitantes-estudo de caso: Mealha gestão e desenvolvimento em turismo. Portugal.: Universidad de Aveiro. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10773/1609>

- Pérez Garcés, R., & Silva Quiroz, Y. (2019). Enfoques y factores asociados a la inseguridad alimentaria. *Revista Salud Pública y Nutrición*, 18(1), 15-24. Obtenido de <https://respyn.uanl.mx/index.php/respyn/article/view/409>
- Ramirez, R., Vargas, P., & Cardenas, O. (2020). La seguridad alimentaria: una revisión sistemática con análisis no convencional. *Revista Espacios*, 41(45), 319-326. doi:DOI: 10.48082/espacios-a20v41n45p25
- Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?* Londres: Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203218617>
- Rodríguez Quirós, R. (2017). Seguridad Alimentaria: Evolución conceptual y relación con el cambio climático. *Universidad en Diálogo: Revista de Extensión*, 7(2), 97-105. doi:<https://doi.org/10.15359/udre.7-2.5>
- Rodríguez, M. (2019). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el Estado Delta Amacuro, Venezuela*. Obtenido de Eumed: https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html#:~:text=La%20actividad%20tur%C3%ADstica%20comprende%20el,de%20medios%20de%20transporte%2C%20alojamiento.
- Russell, R., & Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. *Revista Annals of Tourism Research*, 31(2), 556-579. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.008>
- Salas García, F. (2015). *Técnicas en cocina*. Madrid: Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/uploads/files/Glosario%20terminos%20culinarios%20-%20Tecnicas%20en%20cocina.pdf>
- Sánchez Galán, J. (13 de Febrero de 2016). *Servicio*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sánchez Galán, J. (1 de Abril de 2020). *Servicio*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html#:~:text=Un%20servicio%2C%20en%20el%20%C3%A1mbito,un%20producto%20inmaterial%20y%20personalizado>.
- Sandhusen, R. (2002). *Servicio*. Obtenido de Webquery: <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADAM0000618/C1.pdf>
- Schlüter, R. (2006). Turismo y patrimonio gastronómico una perspectiva. En R. Schlüter, & C. d. Turísticos (Ed.), *Turismo y patrimonio gastronómico una perspectiva*. (Segunda ed., pág. 64). Buenos Aires: CIET. Obtenido de <http://repositorio.ean.edu.ar/pergamo/documento.php?ui=1&recno=57791&id=PERGAMO.1.57791>
- Stanton, W. (2004). *Fundamentos de Marketing* (Catorceava ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Suaréz, J. (2020). *Tradición*. Obtenido de Dirección General de Cultura y Educación:
http://servicios.abc.gov.ar/docentes/efemerides/site_10denoviembre/descargas/tradicion/concepto.pdf

Suárez, S., Ramón, D., & Izquierdo, E. (2018). La gastronomía como agente motivador de viajes. *Revista Hitos de Ciencia Económico Administrativas*, 24(68), 4.
doi:<https://doi.org/10.19136/hitos.a24n68.2518>

Tipos de técnicas culinarias. (s.f). Obtenido de Blog de la Escuela ESAH:
<https://www.estudiahosteleria.com/blog/gastronomia/tipos-de-tecnicas-culinarias>

CAPITULO VI. PROPUESTA

9. Propuesta

9.1 Título de la propuesta

Manual de actualización de conocimientos, manejos e higiene alimentario para los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

9.2 Introducción

Riobamba, mejor conocida como La Sultana de los Andes, es una ciudad ecuatoriana capital de la provincia de Chimborazo, también es la urbe con mayor concentración poblacional de ésta. La cual posee grandes posibilidades de crecimiento a nivel turístico y sobre todo del turismo gastronómico. Partiendo de los resultados obtenidos en las pruebas de hipótesis y en las encuestas realizadas a los establecimientos de alimentos y bebidas, y habitantes de la ciudad de Riobamba, se propone el diseño de un manual de actualización de conocimientos, manejos e higiene alimentario que sirva de guía para los establecimientos de alimentos y bebidas.

De manera tal, que este manual sea una guía para todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, incluso tal vez, de otras ciudades; ya que, este debe ser redactado de manera sencilla capaz de poder transmitir la información a cualquier persona independientemente de su nivel educativo y que al estar subido en el internet, pueda estar al alcance de quién lo necesite. También pueden ser donados por parte del GAD de Riobamba a todos los establecimientos de alimentos y bebidas que se encuentren catastrados a la fecha, como una ayuda que permita el trabajo en equipo, entre establecimientos y entidades.

9.3 Objetivos

9.3.1 Objetivo General

- Diseñar un manual para la actualización de conocimientos, manejos e higiene alimentario en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

9.3.2 Objetivos Específicos

- Describir de manera clara y comprensiva los contenidos del manejo e higiene alimentario para los establecimientos de alimentos y bebidas.
- Asegurar continuidad y coherencia en los procedimientos y normativas que permitan el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

- Fortalecer el cumplimiento de las normativas generales del ARCSA y demás entidades en pro del turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.

9.4 Desarrollo de la propuesta

9.4.1 Características generales de la ciudad de Riobamba

La ciudad de Riobamba está situada a 2.754 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 188 kms.; al sur de Quito, Capital del Ecuador, en la Sierra Central, y es la capital de la Provincia de Chimborazo. Se convierte en la zona de conexión entre las regiones geográficas del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente), a través de sus vías de acceso y su mecánica comercial.

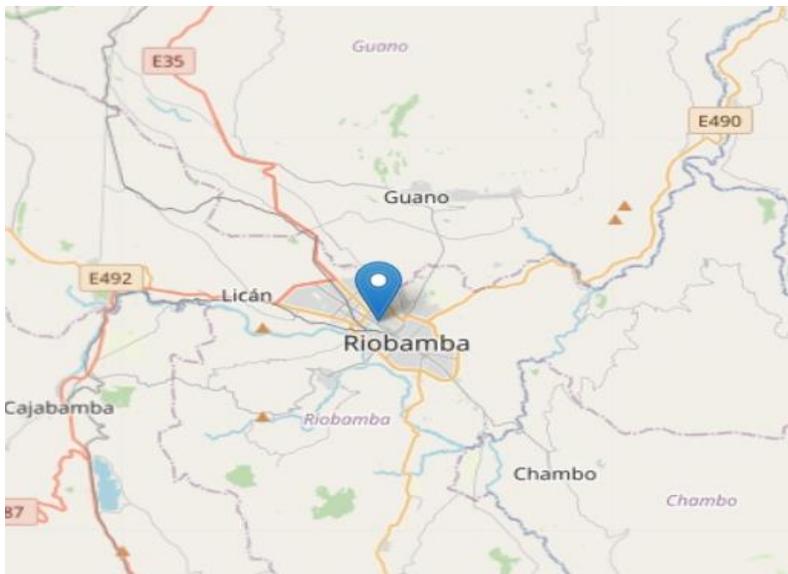
San Pedro de Riobamba posee un valor histórico y testimonial de la emancipación española. Aquí se realizó la primera Asamblea Constituyente de la naciente República del Ecuador y por ello es conocida como ‘Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana’. Esta ciudad patrimonio cultural posee 435 edificaciones de categoría monumental religiosa, civil y militar, relevante y tradicional.

En cuanto a su clima, es frecuentemente frío con dos estaciones, húmedo y seco. Por su ubicación entre varios nevados, recibe un afluente de vientos desde la cordillera, lo que genera una sensación térmica de frío.

9.4.2 Ubicación Geográfica

Ilustración 2.

Ubicación geográfica de la ciudad de Riobamba



Fuente: Google Maps

9.4.3 Descripción de contenidos

Tabla 10.

Descripción de contenidos

Objetivo	Describir de manera clara y comprensiva los contenidos del manejo e higiene alimentario para los establecimientos de alimentos y bebidas.
Intervención	Describir los contenidos y los procesos de manejo con claridad. Simplificar los procesos difíciles de comprender. Informar sobre la importancia del buen manejo e higiene alimentaria. Informar sobre datos relacionados a las normativas del MINTUR y el ARCSA.

Nota. Parra (2023)

9.4.4 Continuidad y coherencia

Tabla 11.

Continuidad y coherencia

Objetivo	Asegurar continuidad y coherencia en los procedimientos y normativas que permitan el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.
Intervención	Explicar detalladamente cada proceso del manejo e higiene de alimentos. Hacer uso de lenguaje sencillo e incluir imágenes que se asocien a las temáticas. Resaltar la importancia del cumplimiento de las normativas y sus beneficios tanto legales como para el turismo.

Nota. Parra (2023)

9.4.5 Cumplimiento de normativas

Tabla 12.

Cumplimiento de normativas

Objetivo	Fortalecer el cumplimiento de las normativas generales del ARCSA, MINTUR y demás entidades en pro del turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.
Intervención	Describir las generalidades más resaltantes del ARCSA enfocados a los establecimientos de alimentos y bebidas. Describir las generalidades más resaltantes del MINTUR enfocados a los establecimientos de alimentos y bebidas. Incentivar a los propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas a cumplir con las normativas de las entidades reguladoras para aportar en el crecimiento del turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.

Nota. Parra (2023)

9.4.6 Análisis FODA

Tabla 13.

Análisis FODA

F	O
1. Lenguaje sencillo y comprensible para el público en general.	1. Aumento del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, gracias a las mejoras implementadas de acuerdo al manual.
2. Incrementa la formación en las Buenas Prácticas de Manufactura.	2. Mejorar los estándares de salubridad que brindan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.
3. Servir de base para la capacitación del personal.	3. Aumento de los establecimientos de alimentos y bebidas con licencia de funcionamiento del MINTUR.
4. Brindar los conocimientos básicos pero necesarios para ofrecer alimentos y bebidas en condiciones óptimas.	4. Generar interés en formar parte del crecimiento del turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.
5. Presentación ilustrativa y llamativa relacionada al manejo e higiene de los alimentos.	
6. Información accesible para descarga todo el tiempo desde cualquier parte del mundo.	
D	A
1. Si se sintetiza demasiado pierde su utilidad; pero si abunda en detalles puede volverse complicado.	1. Nuevos instrumentos de información más ilustrativos y llamativos.
2. El costo de producirlo y actualizarlo puede ser alto.	2. La no utilización del manual para mejorar los procesos de manejo e higiene alimentario.
3. No disponibilidad de contenido impreso, lo que no garantiza que llegue a los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.	3. Falta de apoyo para la difusión y/o distribución del manual por parte de las autoridades.

4. Si no se actualiza periódicamente pierde efectividad. 4. Presencia de manuales con mejor programa de distribución, más actualizado y con mayor tecnicismo.

Nota. Parra (2023)

De acuerdo con los resultados de las encuestas, se procedió a realizar un análisis FODA con la finalidad de obtener más claramente las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazadas y en base a esto, plantear estrategias viables para promover el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.

8.4.7 Estrategias FODA Cruzado

Tabla 14.

FODA Cruzado

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Aumento del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, gracias a las mejoras implementadas de acuerdo al manual.	1. Nuevos instrumentos de información más ilustrativos y llamativos.
	2. Generar interés en formar parte del crecimiento del turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.	2. La no utilización del manual para mejorar los procesos de manejo e higiene alimentario.
	3. Mejorar los estándares de salubridad que brindan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.	3. Falta de apoyo para la difusión y/o distribución del manual por parte de las autoridades.
FORTALEZAS	F-O	F-D
1. Incrementa la formación en las Buenas Prácticas de Manufactura.	F1- O1 Crea un manual que sirva de guía bajo un lenguaje con fines educativos.	F1-A3 Diseñar un manual completo para el público al que va dirigido principalmente, y ofrecer a las autoridades la posibilidad de descargar por medio del internet.
2. Servir de base para la capacitación del personal.	F2-O3 Crear un instrumento con la información simplificada pero concisa y válida sobre el manejo e higiene alimentario.	F2-A2 Diseñar un instrumento de guía simple con información que motive a ejecutar cambios dentro de los establecimientos y así mismo, sirva a los empleadores como base para formar a sus empleados.

3. Brindar conocimientos básicos pero necesarios para ofrecer alimentos y bebidas en condiciones óptimas.	F3-O2 Diseñar un instrumento que contenga información básica pero útil sobre los procesos de higiene y manejo de alimentos.	F3-A1 Diseñar un instrumento de guía equilibrado en información e ilustraciones referentes a cada temática sin sobresaturar.
---	---	--

DEBILIDADES	D-O	D-A
1. Si se sintetiza demasiado pierde su utilidad; pero si abunda en detalles puede volverse complicado.	D1-O2 Crear contenidos que no sobrecarguen de información al lector y que por el contrario le ofrezca mayores oportunidades de crecimiento.	D1-A2 Crear contenidos con un lenguaje educativo no técnico pero verídico, capaz de llevar la información requerida al lector, permitiendo que su aplicación sea más sencilla.
2. El costo de producirlo y actualizarlo puede ser alto.	D2-O1 Considerar patrocinadores que permitan la reproducción del manual contribuyendo a la implementación de las estrategias y mejoras para los establecimientos que finalmente se convierten en el aumento del turismo gastronómico.	D2-A1 Crear alianzas estratégicas con universidades que ayuden a mejorar los diseños de los instrumentos de guía y así mismo, buscar patrocinadores para la reproducción de los mismos.
3. Si no se actualiza periódicamente pierde efectividad.	D3-O3 Considerar los tiempos de acción, para promover actualizaciones que vayan acorde a las tendencias del momento, sin dejar de lado el foco principal que es mejorar los estándares de salubridad y brindar calidad de turismo gastronómico.	D3-A3 Crear alianzas estratégicas con universidades que brinde ayuda en temas de difusión y al mismo tiempo planteen tiempos de actualización óptimos para generar mayores alcances.

Nota. Parra (2023)

9.4.7 Diseño del manual de manejo e higiene alimentaria

Ilustración 3.

Fases del diseño



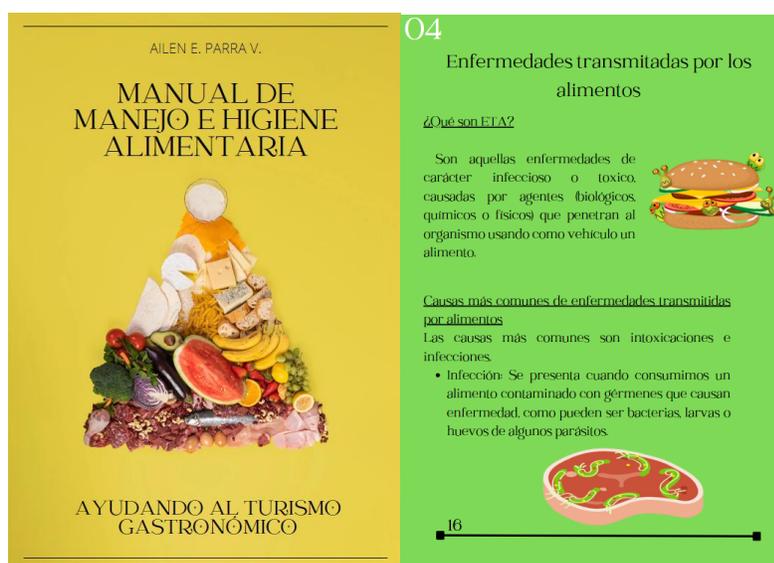
Elaborado por: Parra (2023)

- Fase 1: Idea

Para poder crear, era necesario contar con un bosquejo inicial del manual a plasmar, temáticas, información, distribución de los contenidos, con la finalidad de que se adapte a las necesidades de los establecimientos de alimentos y bebidas. Dentro del bosquejo inicial, se planteó toda la idea del diseño general del manual, con el objetivo de mejorar la imagen orientado a lo profesional.

Ilustración 4.

Bosquejo del manual

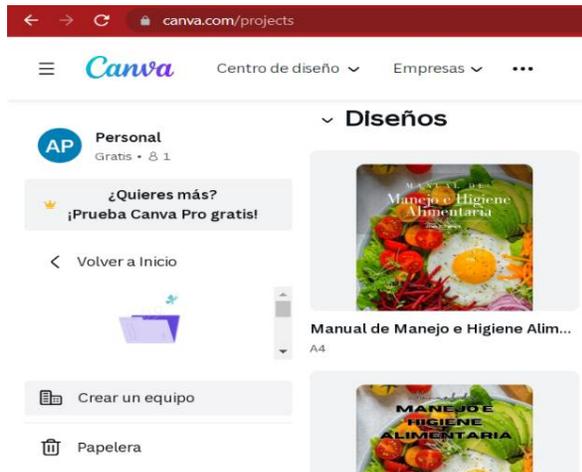


Nota. Parra (2023)

- Fase 2: Crear

Seguidamente, se procedió con el inicio del desarrollo del manual en una plataforma online (CANVA), ya que, cuenta con todas las herramientas necesarias para armar un manual de manera profesionalmente y sencillo de manejar, tanto con el diseño, tipos de letras, formatos de descarga, etc.

Ilustración 5.
CANVA



Nota. Parra (2023).

- Fase 3: Contenido

Finalmente, se escogió minuciosamente las temáticas a tratar dentro del manual, con la finalidad de no sobrecargar de información a los lectores, sino por el contrario buscando mejorar e incentivarlos a mejorar el manejo e higiene dentro sus instalaciones y con ello promover el turismo gastronómico de la ciudad. Adicionalmente, dentro de los contenidos se consideraron estrategias para mejorar la calidad y sus ventas, así como, algunas normativas generales del MINTUR y el ARCSA.

Contenidos tratados dentro del manual:

- ✓ Condiciones del personal que manipula alimentos.
- ✓ Condiciones del establecimiento donde se preparan alimentos.
- ✓ Peligros de los alimentos.
- ✓ Enfermedades transmitidas por los alimentos.
- ✓ Medidas higiénicas para prevenir la contaminación de los alimentos.
- ✓ Cinco claves para la inocuidad de los alimentos.
- ✓ Estrategias para mejorar la calidad en los restaurantes y fortalecer el turismo gastronómico.
- ✓ Normativas del MINTUR y el ARCSA.



MANUAL DE Manejo e Higiene Alimentaria

Ailen E. Parra V.

Seguridad Alimentaria

¡Disfruta de todo el sabor de
la comida sin gérmenes!

Chimborazo

Apoya la ciudad de
Riobamba en su desarrollo
hacia el turismo

Promueve el turismo

gastronómico
Apoya la economía

INTRODUCCIÓN

La alimentación forma parte cotidiana y fundamental del funcionamiento humano, sin embargo, si no se realiza con los debidos cuidados, puede ocasionar serios problemas en la salud de quien consume.

Para esto, existen pasos y normativas de manejo e higiene de los alimentos, los cuales permiten la preparación segura de éstos, evitando ocasionar daños en la salud de los comensales. Por ello, el manual, explica de manera sencilla y entendible todos estos pasos esenciales.

Además, propone algunas estrategias que permitan el crecimiento de los establecimientos y así mismo del desarrollo del turismo gastronómico.

Por tal motivo, el manual esta dirigido a todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba, sin embargo, también funciona como guía para otras ciudades interesadas.

Dentro de los contenidos a tratar están:

- Condiciones del personal que manipula alimentos.
- Condiciones del establecimiento donde se preparan alimentos.
- Peligros de los alimentos.
- Enfermedades transmitidas por los alimentos.
- Medidas higiénicas para prevenir la contaminación de los alimentos.
- Cinco Claves para la Inocuidad de los Alimentos.
- Estrategias para mejorar la calidad en los restaurantes y fortalecer el turismo gastronómico.
- Normativas del MINTUR y el ARCSA.

➔ Estado de Salud



Se recomienda evitar la manipulación de alimentos si se está enfermo de las vías respiratorias, del estómago, heridas en manos o infecciones de la piel, ya que aumentan las probabilidades de contaminar los alimentos con gérmenes.

➔ Higiene personal



Es esencial contar con buenos hábitos de higiene personal, ducharse antes de trabajar con alimentos es fundamental, uñas debidamente cortadas al ras, evitar esmaltes de uñas, cremas con perfumes, etc.

➔ Vestimenta



La ropa de uso diario y el calzado no son aptos para estar dentro del entorno donde se manipulan alimentos. Es necesario contar con indumentaria de trabajo limpia y que incluya los siguientes accesorios: gorro, filipina, mandil, pantalón, zapatos antideslizantes.

NOTA:

El uso de guantes es para fines específicos, ya que, su uso prolongado aumenta las posibilidades de diferentes tipos de contaminación como la contaminación cruzada.



CONDICIONES DEL PERSONAL QUE MANIPULA ALIMENTOS

By Ailen E. Parra V.

La contaminación de los alimentos nace de la irresponsabilidad en la higiene al momento de manipularlos, las personas encargadas de este tipo de labor, forman parte de importante para corregir estos errores o falencias, en sus manos se encuentra la posibilidad de evitar enfermedades y por tanto, el cuidado de la salud de los consumidores.

Entonces, los manipuladores de alimentos en especial los que se encuentran en restaurantes, deben practicar reglas básicas empezando por su propia salud, su higiene personal, su vestimenta y sus hábitos al momento de manipular alimentos. Todos estos principios básicos ayudan a prevenir enfermedades, dar sensación de seguridad a los consumidores añadiendo un atractivo más al negocio.



LAVADO DE MANOS CORRECTO

By Ailen E. Parra V.

El correcto lavado de manos debe seguir las siguientes etapas:

- Remangar las mangas de la filipina.
- Enjuagar manos y antebrazos hasta el codo.
- Frotar las manos con el jabón hasta formar espuma y extenderla hasta los codos.
- Se recomienda contar con un cepillo para mejorar la limpieza, el mismo deberá permanecer el resto de tiempo que no se use en una solución desinfectante, como el cloro o yodo.
- De no contar con el cepillo, el lavado de manos deberá ser por lo menos de 1 minuto, asegurándose de restregar bien.
- Retirar el jabón con abundante agua.
- El secado se recomienda que sea con toallas de papel desechables, en caso de usar toallas comunes, debe asegurarse de cambiarla regularmente, ya que pueden almacenar gérmenes.

NOTA: Se recomienda que la temperatura del agua sea lo más caliente que se pueda soportar, para mejorar la acción del jabón.



CONDICIONES DEL ESTABLECIMIENTO DONDE SE PREPARAN ALIMENTOS

By Ailen E. Parra V.

Las condiciones del espacio donde se desarrolla la actividad de manejo alimentario determinan en un porcentaje las posibilidades de contaminación, así como, de los factores del ambiente. A estas condiciones se le conoce como: Buenas Prácticas de Manufactura.

Es posible que no siempre estas condiciones estén en manos de los propietarios o manipuladores, sin embargo, son detalles que deben considerarse al momento de realizar la preparación de alimentos. Estos puntos claves, van a variar de un establecimiento a otro, pero de manera general son necesarios tomarlos en cuenta; estos son:

- Ubicación del lugar de preparación.
- Diseño e higiene de las instalaciones.
- Materiales de construcción.
- Iluminación y ventilación.
- Áreas de recepción y almacenamiento,
- Áreas de lavado y desinfección de equipos.
- Área de proceso y preparación.
- Área de servicio o consumo.
- Área de servicio del personal.



➔ Procedimientos para limpieza y desinfección



Esta parte del trabajo es esencial dentro de la manipulación de los alimentos y más que necesaria la colaboración de los manipuladores de alimentos para alcanzar estándares altos de salubridad.

Sin importar el volumen de producción, deben ponerse en práctica tareas de limpieza y desinfección de las superficies comunes como pisos, paredes y techos; también de las superficies que han estado en contacto con los alimentos como lo son mesas, utensilios, equipos, entre otros.

En el caso de estos últimos, la tarea de limpieza y desinfección debe darse antes, durante (algunos casos) y después del contacto con los alimentos.

PELIGROS DE LOS ALIMENTOS

By Ailen E. Parra V.

➔ Peligros Físicos



Presencia de agentes extraños, tales como, envolturas, partes no comestibles de alimentos, etc.

➔ Peligros Químicos



Pueden ocurrir a lo largo de toda la cadena alimentaria. Como por ejemplo: metales pesados, pesticidas o cualquier otra sustancia o compuesto con efectos sobre la salud.

➔ Peligros Biológicos



Son los asociados a la presencia, la incorporación, la supervivencia o la proliferación en el alimento de organismos vivos: Microorganismos o sus toxinas: bacterias y virus. Parásitos. Priones.



TIPOS DE CONTAMINACIÓN EN LOS ALIMENTOS

➔ Primaria



Ocurre en el proceso mismo de producción primaria de alimentos. Por ejemplo: Cosecha, faena, ordeño, pesca.

➔ Directa



Los contaminantes llegan al alimento por medio de la persona que los manipula.

➔ Cruzada



Es el paso de un peligro presente en un alimento a otro que se encontraba inocuo, utilizando como vehículo superficies o utensilios que han estado en contacto con ambos alimentos sin la debida limpieza y desinfección requerida.

ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR LOS ALIMENTOS

By Ailen E. Parra V.

¿Qué son ETA?

Son aquellas enfermedades de carácter infeccioso o tóxico, causadas por agentes (biológicos, químicos o físicos) que penetran al organismo usando como vehículo un alimento.

CAUSAS MÁS COMUNES DE ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS

Las causas más comunes son intoxicaciones e infecciones.

- **Infección:** Se presenta cuando consumimos un alimento contaminado con gérmenes que causan enfermedad, como pueden ser bacterias, larvas o huevos de algunos parásitos.



- **Intoxicación:** Se dan al consumir alimentos contaminados con productos químicos, toxinas producidas por algunos gérmenes e incluso toxinas presentes en los alimentos.



MEDIDAS HIGIÉNICAS PARA PREVENIR LA CONTAMINACIÓN DE LOS ALIMENTOS

By Ailen E. Parra V.

RIOBAMBA

ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS

El almacenamiento de los alimentos depende del tipo de producto que se va a guardar. El lugar de almacenamiento, para los productos que no requieran refrigeración o congelación, debe ser: fresco, seco, ventilado, limpio, separado de paredes, techo y suelo por un mínimo de 15 centímetros.

ROTACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS

Lo Primero que Entra es lo Primero que Sale (PEPS), lo cual se puede realizar registrando en cada producto la fecha en que fue recibido o preparado el alimento.

Se debe verificar las fechas de vencimiento, así se tendrá un mejor control.

ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS ELABORADOS

- No guardar en la heladera latas abiertas con su contenido; este debe ser colocado en otro recipiente inmediatamente después de abierta.
- Guardar la carne cruda, aves, pescados o huevos, de tal modo que no goteen sobre alimentos cocidos.
- En caso de tener solo una heladera, debe ser dividida en sectores para los diferentes insumos o usos.
- Si se cuenta con más de una heladera, poner en una los alimentos crudos, y en la otra los alimentos ya elaborados.
- Los recipientes que contengan los alimentos deben estar cerrados.

ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS QUÍMICOS

Este sector debe estar separado del área de almacenamiento de alimentos, y tendrá que ser mantenido en condiciones de buena limpieza, ordenado, con los productos etiquetados, y en algunos casos, guardados en lugares bajo llave.

Nunca se deberán usar envases vacíos de alimentos para almacenar productos químicos ni viceversa.

CINCO CLAVES PARA LA INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS

Cocinar completamente los alimentos.



Utiliza agua y materias primas seguras.



Separa los alimentos crudos de los cocidos



Lava y desinfecta siempre las manos



Mantener los alimentos a temperaturas adecuadas

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LOS RESTAURANTES Y FORTALECER EL TURISMO GASTRONÓMICO

By Ailen E. Parra V.

Es necesario contar con estrategias como establecimientos de alimentos y bebidas, ya que, permitirá el crecimiento del mismo, y a su vez, contribuirá al desarrollo del turismo gastronómico, generando mayores ingresos económicos para la localidad.

Dentro de las estrategias propuestas se tiene:

- Establecer un programa de formación, capacitación y entrenamiento.
- Establecer ofertas rentables de comida típica en correspondencia con la estacionalidad y la demanda.
- Estandarizar los procesos de adquisición de mercancías
- Estandarizar el proceso de elaboración culinaria.
- Diseñar un plan para la mejora continua.



Dentro del diseño para la mejora continua, se pueden tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Diversificar la oferta típica.
- Tematizar los restaurantes..
- Implementar la modalidad de gastronomía interactiva que promueva la participación de los clientes en alguna de las preparaciones.

Claro está, que quizás estas estrategias no puedan ser aplicables en todos los casos, sin embargo, sirven como guía para plantear nuevas propuestas y aplicar a los establecimientos propios.



NORMATIVAS DEL MINTUR PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

El procedimiento de obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, será realizado de acuerdo a las directrices establecidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Dentro de los requisitos previo a la obtención, se tiene:

- Registro de Turismo otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo;
- Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo;
- Los requisitos que cada Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), considere para la emisión de la licencia.

Nota: Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el establecimiento deberá exhibirla.

CLASIFICACION

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- Cafetería
- Bar
- Restaurante
- Discoteca
- Establecimiento móvil
- Plazas de comida
- Servicio de Catering

NORMATIVAS DEL MINTUR PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

REQUISITOS GENERALES

Dentro de los requisitos generales referentes al manejo de alimentos, tenemos:

- Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.
- Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.
- Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.
- El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.
- Contar con bodega(s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.
- Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento.
- Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias y protegidas contra ingreso de plagas.
- El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad.
- Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.

NORMATIVAS GENERALES DEL ARCSA PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

- Los establecimientos de alimentación colectiva están sujetos al control y vigilancia por parte de la ARCSA, donde se verifica las condiciones higiénicas sanitarias y demás requisitos técnicos aplicables.
- La obtención del permiso de funcionamiento se realiza a través del sistema automatizado estipulado por la ARCSA y deben cumplir con los requisitos establecidos en la legislación vigente.
- Así mismo, para efectos de análisis de control de la calidad e inocuidad, la ARCSA podrá tomar muestras en cualquiera de las etapas de producción, almacenamiento y/o consumo de los alimentos. La cantidad de muestra a tomar por parte de los técnicos de la ARCSA estará establecida en el instructivo que se emita para el efecto.
- La ARCSA, será la encargada de verificar las Buenas Prácticas de Manufactura de los establecimientos donde se elaboran y comercializan alimentos.
- Cuando se realicen inspecciones, el técnico de la ARCSA debe levantar las actas relativas al control posterior realizado en el establecimiento objeto de la inspección, y mediante un informe se debe detallar todas las observaciones encontradas.
- El acta de la inspección debe ser firmada por los funcionarios que la practiquen y por el representante legal, propietario o responsable del establecimiento; a este último se entregará una copia del acta firmada al término de la diligencia.
- Si como resultado de la inspección técnica se comprueba que el establecimiento no cumple con las condiciones sanitarias y demás requisitos técnicos, se concederá un plazo establecido de común acuerdo, para su inmediata enmienda, siempre y cuando las observaciones no representen riesgo para la salud de las personas, caso en el cual se aplicarán las sanciones establecidas en la Ley Orgánica de Salud o documento que lo reemplace.

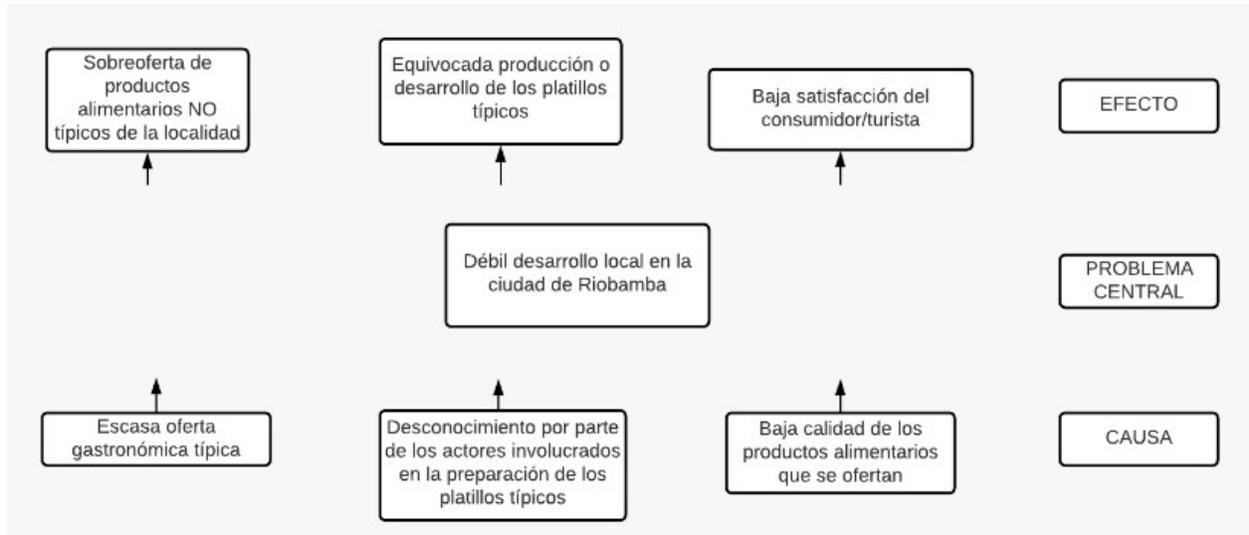
REFERENCIAS

- Fernández, L. (2012). "Turismo gastronómico. Una estrategia sostenible en el desarrollo turístico regional. Caso: Pastaza-Amazonía Ecuatoriana". Memorias CICE 2012, Topes de Collantes, (17): 2-5.
- Gutiérrez G. Estudio de caso – Enfermedades transmitidas por alimentos en Nicaragua. In: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Enfermedades transmitidas por alimentos y su impacto socioeconómico: estudios de caso en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Roma: FAO; 2009. (FAO. Informe Técnico sobre Ingeniería Agrícola y Alimentaria, 6). Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-i0480s/i0480s06.pdf>
- Principios generales de higiene de los alimentos, CAC/RCP 1-1969. In: Codex Alimentarius: normas internacionales de los alimentos. Disponible en: http://www.codexalimentarius.org/download/standards/23/cxp_001s.pdf
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). Manual de capacitación para manipuladores de alimentos. Disponible en: <http://www1.paho.org/hq/dmdocuments/manual-manipuladores-alimentos.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Curso Principios de inocuidad alimentaria. Modulo: Higiene de los alimentos y buenas practicas. 2013.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe, 2014. Roma; 2014. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-i4018s.pdf>

10. Anexos-Varios

Ilustración 6.

Árbol de problema



Elaborado por: Parra Ailen (2022)

Tabla 15.

Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición	Concepto	Dimensiones	Definición	Indicadores	Método/Técnica e Instrumento
V.I Oferta	La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos. (Thompson, 2006)	La oferta se puede definir como la cantidad de un producto o servicio que se encuentra al alcance de los consumidores en un mercado determinado por un precio específico.	1. Seguridad alimentaria 2. Técnicas culinarias 3. Servicio	1. La seguridad alimentaria implica la aplicación de estrategias para garantizar que todos los alimentos son seguros para el consumo. Es decir, la seguridad alimentaria se preocupa de que los alimentos no supongan un riesgo para la salud de las personas y sean saludables. (Educo, 2020) 2. Conjunto de procesos que aplicamos a los alimentos para conservarlos y hacerlos digeribles y sabrosos. Esto incluye desde las preparaciones previas en frío, como la limpieza, hasta la cocción. (López, 2020) 3. Es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto personalizado. (Sánchez Galan, 2020)	1.1 Salud 1.2 Higiene 2.1 Producción culinaria 2.2 Conservación alimentaria 3.1 Satisfacción 3.2 Variedad	Método - Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario

<p>V.D Turismo Gastronómico</p>	<p>Es un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las <u>experiencias culinarias</u> auténticas, <u>tradicionales</u> y/o innovadoras. (UNWTO, 2019)</p>	<p>Es el turismo que se enfoca en brindarle experiencias culinarias a los turistas que visitan un lugar específico con ayuda de los productos alimentarios de la región.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actividad turística 2. Experiencia Culinaria 3. Tradición 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. (Rodríguez, 2019) 2. Engloba gastronomía, servicio, concepto, local, es decir, tanto la dimensión física como la sensorial y ambiental. (Espinoza, 2019) 3. Sugiere la presencia de un legado que se transmite de generación en generación, por obra de un sujeto transmisor a un sujeto receptor. Lo que se transmite es, en su esencia, un acervo permanente de verdades vitales que asumen diversas y renovadas formas históricas. (Suaréz, 2020) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Desplazamiento 1.2 Operador turístico 2.1 Gastronomía 2.2 Sensorialidad 3.1 Historia 3.2 Legado 	<p>Método - Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario</p>
--	--	--	--	--	--	---

Nota. Parra (2023)

Tabla 16.
Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Indicadores
General	General	General		
¿Cuál es la influencia de la oferta en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?	Analizar la influencia de la oferta en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	La oferta influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	V. I Oferta	1. Seguridad alimentaria 2. Técnicas culinarias 3. Servicio
Específicos	Específicos	Específicos		
1. ¿Cuál es la influencia de la seguridad alimentaria en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba?	1. Determinar la influencia de la seguridad alimentaria en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	1. La seguridad alimentaria influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	V.D Turismo Gastronómico	1. Experiencia culinaria 2. Oferta alimentaria 3. Identidad gastronómica
2. ¿Cuál es la influencia de las técnicas culinarias en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba?	2. Determinar la influencia de las técnicas culinarias en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	2. Las técnicas culinarias influyen en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.		
3. ¿Cuál es la influencia del servicio en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba?	3. Determinar la influencia del servicio en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.	3. El servicio influye en el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.		

Nota. Parra (2023)

10.1 Validación de Expertos



CARRERA DE
TURISMO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS YA ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fanny Marilyn Lascano Vera

Título/Grado:

PhD	
Doctor	
Magister	x

Universidad en que labora:

Fecha:

TITULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO."

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Oferta"

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

Ítem	Preguntas	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 facilitara 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 facilitara 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		

Sugerencias:



FIRMA DIGITAL DEL EXPERTO POR:
**FANNY MARYLIN
LASCANO VERA**

Firma del experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fanny Marilyn Lascano Vera

Título/Grado:

PhD	
Doctor	
Magister	x

Universidad en que labora:

Fecha:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO."

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

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

Ítem	Preguntas	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 facilitara 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 facilitara 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		

Sugerencias:



FANNY MARYLIN
LASCANO VERA

Firma del experto

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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Henry Mauricio Villa Yáñez

Título/Grado:

PhD	
Doctor	
Magister	X

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 12 de julio de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Oferta”

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

Ítem	Preguntas	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 facilitara 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 facilitara 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		

Sugerencias:



Henry Mauricio Villa Yáñez
HENRY
MAURICIO
VILLA-YÁÑEZ

Firma del experto

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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Henry Mauricio Villa Yáñez

Título/Grado:

PhD	
Doctor	
Magister	X

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 12 de julio de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO."

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

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

Item	Preguntas	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 facilitara 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 facilitara 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		

Sugerencias:



Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Silvia M Aldaz Hernández**

Título/grado:

Ph.D.....	(<input checked="" type="checkbox"/>)
Doctor.....	()
Magister.....	()

Universidad en que labora:

Fecha: 22/07/2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **"Oferta"**

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 **"Oferta"**

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

Sugerencias: _____



SILVIA HARIETA
ALDAZ HERNANDEZ

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Silvia Marieta Aldaz Hernández

Título/grado:

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

Universidad en que labora:

Fecha: 22/07/2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“OFERTA Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: **“Turismo Gastronómico”**

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

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

Sugerencias: _____



SILVIA MARIETA
ALDAZ HERNANDEZ

Firma del experto

10.2 Encuesta Variable Independiente



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

**Encuesta dirigida a: Establecimientos de Alimentos y Bebidas de la ciudad de Riobamba,
provincia de Chimborazo**

Formulario N° 001

Fecha de la encuesta __/__/__ Encuestador:

Ailen Elena Parra Velázquez

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información referente a la “Oferta Gastronómica de la ciudad de Riobamba”, los cuales ayudarán al desarrollo de la investigación denominada “Oferta y Turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”.

Instrucciones:

- Trate de contestar todas las preguntas.
- La encuesta es de carácter anónimo, los datos registrados son estrictamente confidenciales, la investigadora se compromete con la reserva del caso.
- Lea detenidamente los ítems y responda de acuerdo a su criterio, considerando la escala de valoración; y en otros casos considerando las opciones de respuestas.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Sexo:

Masculino () Femenino ()

Edad:

18-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () +60 ()

Nivel de Instrucción:

Primaria () Secundaria () Posgrado () Superior () Otro ()

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Califique con la siguiente escala, considerando que:

1 Muy bajo	2 Bajo	3 Medio	4 Alto	5 Muy alto
---------------	-----------	------------	-----------	---------------

INDICADOR	PARÁMETRO				
SEGURIDAD ALIMENTARIA	1	2	3	4	5
1. Califique el nivel de higiene y salubridad en los servicios de alimentos y bebidas que brinda en su establecimiento al público.					
2. Califique el nivel de limpieza frecuente del área de preparación de alimentos en su establecimiento.					
3. Califique el nivel de regularidad de las visitas de la entidad controladora de la salubridad e higiene (ARCSA) de los prestadores de servicios alimentarios a su establecimiento.					
4. Califique el nivel de consumo de productos de origen orgánico en la elaboración de los menús ofertados					
5. Califique el nivel de responsabilidad que tiene su establecimiento en la salud del cliente post consumo.					
6. Califique el grado de importancia que tiene la higiene personal al momento de preparar alimentos para el consumo de terceros.					
7. Califique el nivel de relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.					
TÉCNICAS CULINARIAS					
8. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las técnicas de conservación de los alimentos.					
9. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las etapas de preparación de los alimentos adecuadas para el consumo saludable.					
10. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre los beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas.					
11. Califique el nivel de competitividad que tiene la producción culinaria de su establecimiento en relación a los demás locales.					
12. Califique el nivel con el que cuenta la producción culinaria, en base a los estándares de presentación de los platos de su establecimiento.					
13. Califique el nivel de aplicación de las diferentes técnicas de conservación alimentaria dentro de su establecimiento.					
14. Califique el nivel de prioridad que le dan a la conservación alimentaria dentro de su establecimiento.					
SERVICIO					
15. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las normas sanitarias para el manejo de alimentos.					

16. Califique el nivel de exigencia que tiene con su personal y la higiene de los mismos.					
17. Califique el nivel de actualización de capacitación que le brinda a sus empleados para mejorar la elaboración y manipulación de alimentos.					
18. Califique el nivel de cumplimiento de estándares de calidad implementados en su establecimiento.					
19. Califique el nivel de cumplimiento de la satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores de su establecimiento.					
20. Califique el nivel de responsabilidad que tiene el personal de su establecimiento en la satisfacción del cliente.					
21. Califique el nivel de la variedad gastronómica con la que cuenta su establecimiento.					
22. Califique el nivel de importancia que tiene la variedad de productos para atraer a más comensales a su establecimiento.					

III. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Seleccione con una X la respuesta de acuerdo a su opinión.

23. ¿Considera que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Riobamba debería interesarse más por el cumplimiento de las normas de higiene y salubridad alimentaria por parte de los establecimientos de alimentos y bebidas?

Si ()

No ()

Tal vez ()

24. ¿Cuál sería una solución viable a la temática del manejo correcto de los alimentos para los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba?

Actualizaciones regulares ()

Instructivos de manejos claros ()

Cursos anuales ()

Todas las anteriores ()

Ninguna ()

25. ¿Las escuelas de gastronomía serían una opción para formar a todos los emprendedores del área culinaria de la ciudad?

Si ()

No ()

Tal vez ()

26. ¿Cree usted como prestador del servicio de alimentos y bebidas que la actualización de conocimientos, servirían para mejorar temáticas como el manejo de alimentos, higiene y conservación de alimentos?

Si ()

No ()

Tal vez ()

27. ¿Considera que dichas actualizaciones de conocimiento deberían contar con una certificación avalada por alguna entidad de valor?

Si ()

No ()

Tal vez ()

Gracias por su colaboración

10.3 Encuesta Variable Dependiente



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

Encuesta dirigida a: Habitantes de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo

Formulario N° 002

Fecha de la encuesta __/__/__ Encuestador:

Ailen Elena Parra Velázquez

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información referente al “Turismo Gastronómico de la ciudad de Riobamba”, los cuales ayudarán al desarrollo de la investigación denominada “Oferta y Turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”.

Instrucciones:

- Trate de contestar todas las preguntas.
- La encuesta es de carácter anónimo, los datos registrados son estrictamente confidenciales, la investigadora se compromete con la reserva del caso.
- Lea detenidamente los ítems y responda de acuerdo a su criterio, considerando la escala de valoración; y en otros casos considerando las opciones de respuestas.

III. INFORMACIÓN GENERAL

Sexo:

Masculino () Femenino ()

Edad:

18-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () +60 ()

Nivel de Instrucción:

Primaria () Secundaria () Posgrado () Superior () Otro ()

IV. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Califique con la siguiente escala, considerando que:

1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto

INDICADOR	PARÁMETRO				
	1	2	3	4	5
ACTIVIDAD TURÍSTICA					
1. Califique el nivel de importancia económica que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.					
2. Califique el nivel de presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.					
3. Califique el nivel de viabilidad turística que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.					
4. Califique el nivel de motivación que tiene los turistas por disfrutar de la gastronomía local.					
5. Califique el nivel de afluencia turística a la ciudad de Riobamba con motivo de la gastronomía local.					
6. Califique el nivel de eficacia que tienen los operadores turísticos para promocionar la gastronomía de la ciudad y a los mejores establecimientos para degustar los platillos.					
7. Califique el nivel de influencia que tienen los operadores turísticos para el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad.					
EXPERIENCIA CULINARIA					
8. Califique el nivel de las experiencias culinarias que brinda la ciudad de Riobamba.					
9. Califique el nivel de existencia de locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes a sus consumidores.					
10. Califique el nivel del potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.					
11. Califique el nivel de productos y servicios que cumple con estándares de higiene y salubridad en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales.					
12. Califique el nivel de planificación pública que existe en la ciudad para desarrollar el turismo gastronómico.					
13. Califique el nivel de importancia que tiene el turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Riobamba.					
14. Califique el nivel de importancia que tiene la sensorialidad para mejorar los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas.					
15. Califique el nivel de relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad.					
TRADICIÓN					
16. Califique el nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales, considerando que son la base fundamental para la difusión de la cultura y ancestralidad.					
17. Califique el nivel de conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.					

18. Califique el nivel de la calidad de servicio que tienen usted y su familia a locales de comida tradicional de la ciudad de Riobamba.					
19. Califique el nivel de identidad cultural que trasmite la historia de cada uno de los platos típicos de la ciudad.					
20. Califique el nivel del valor histórico que demuestran los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen platos tradicionales con respecto a sus competidores.					
21. Califique el nivel de importancia del legado culinario en la promoción del turismo gastronómico de la ciudad.					
22. Califique el nivel de valoración del legado culinario en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.					

IV. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Seleccione con una X la respuesta de acuerdo a su opinión.

23. Usted como consumidor, ¿considera que para que los establecimientos de alimentos y bebidas funcionen mejor y en pro del desarrollo del turismo gastronómico...?

Actualizaciones de conocimientos regulares ()

Cuenten con instructivos de manejo ()

Reciban cursos anuales ()

Todas las anteriores ()

Ninguna ()

24. ¿Usted como consumidor, se sentiría más seguro si los cursos/ capacitaciones/ actualizaciones de conocimiento, etc. contaran con el aval de una entidad supervisora?

Si ()

No ()

Tal vez ()

25. ¿Cree usted que contar con diferentes herramientas que permitan la evolución de los establecimientos de alimentos y bebidas en pro del desarrollo del turismo gastronómico, atraiga más turistas a la ciudad?

Si ()

No ()

Tal vez ()

26. ¿Cree usted que es fundamental que los propietarios de estos establecimientos permitan el crecimiento de conocimiento de su personal, tanto para el desarrollo del local como del personal mismo?

Si ()

No ()

Tal vez ()

27. ¿Considera importante que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Riobamba se involucre en la evolución de los establecimientos de alimentos y bebidas en pro del desarrollo del turismo gastronómico de la ciudad?

Si ()

No ()

Tal vez ()

Gracias por su colaboración

10.4 Tablas y gráficos de la variable independiente

Tabla 17.

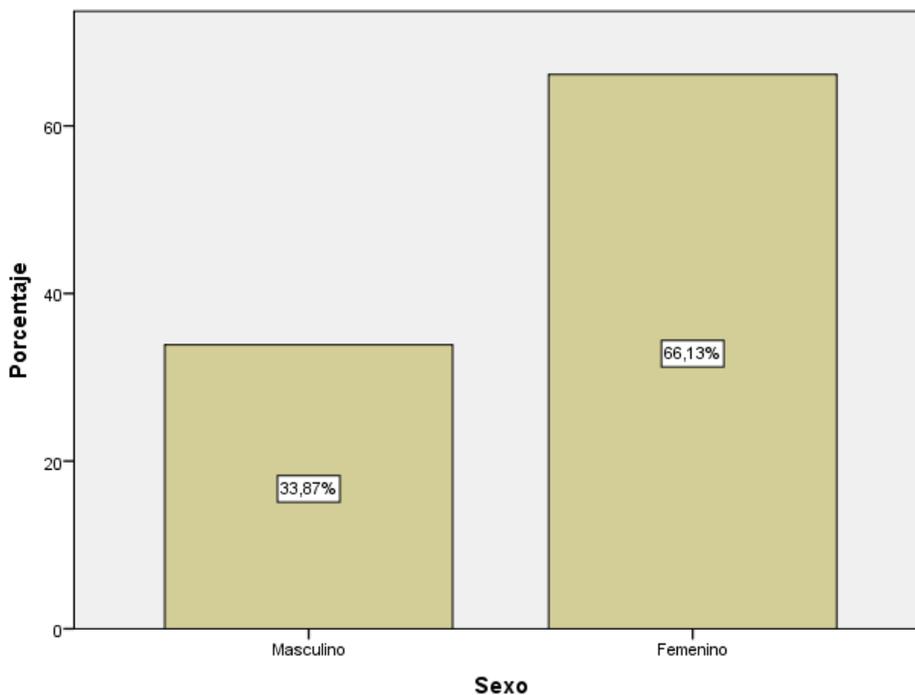
Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	42	8,8	33,9	33,9
	Femenino	82	17,2	66,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 1.

Sexo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que el 66% de los que respondieron a ésta son del sexo femenino y únicamente un 34% del sexo masculino, lo que de alguna manera nos indica que la mayoría de las personas del sector alimenticio son del sexo femenino, considerando entonces que el 66% de las opiniones obtenidas por este medio serán de mentes femeninas.

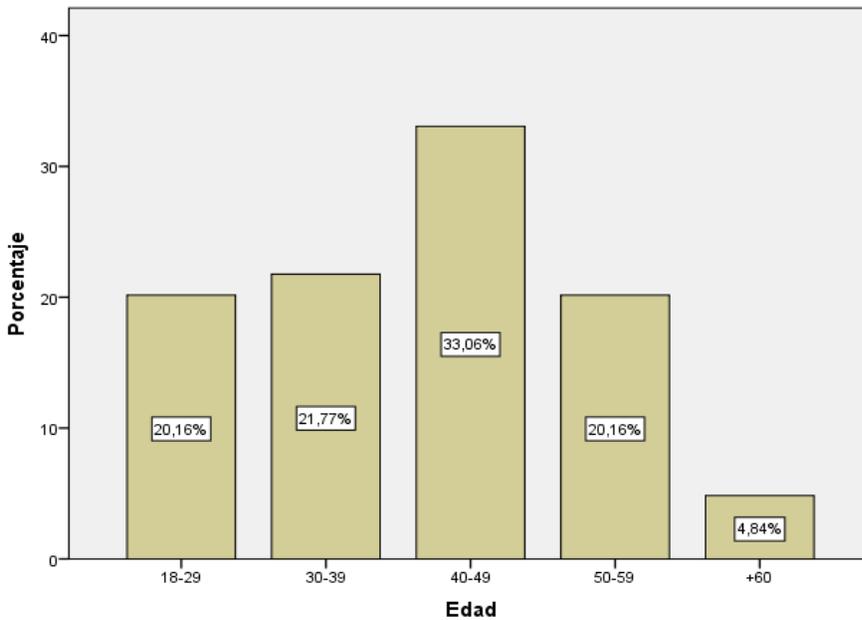
Tabla 18.

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-29	25	5,3	20,2	20,2
	30-39	27	5,7	21,8	41,9
	40-49	41	8,6	33,1	75,0
	50-59	25	5,3	20,2	95,2
	+60	6	1,3	4,8	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 2.
Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los rangos de edad varían de la siguiente manera; de 18 a 29 años un 20%, de 30 a 39 años un 22%, de 40 a 49 años un 33%, de 50 a 59 años 20% y de 60 años en adelante un 5%, siendo el pico más alto en personas entre los 40 y 49 años de edad. Por lo que, podemos asumir que las respuestas obtenidas por medio de las encuestas en un 33% será de personas con mayor recorrido y por ende mayor experiencias en el sector, a diferencia de un 20% de las edades comprendidas entre 18 y 29 años, que son personas que probablemente estén iniciando vida laboral en el sector de alimentos y bebidas.

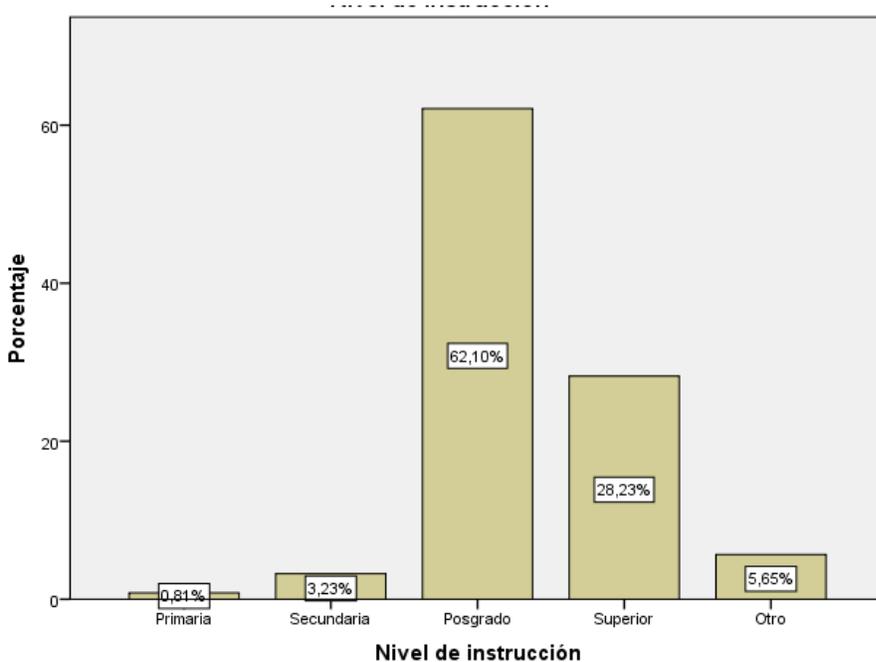
Tabla 19.
Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	1	,2	,8	,8
	Secundaria	4	,8	3,2	4,0

	Posgrado	77	16,2	62,1	66,1
	Superior	35	7,4	28,2	94,4
	Otro	7	1,5	5,6	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 3.
Nivel de Instrucción



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que el nivel de instrucción varía de la siguiente manera; primaria 0%, secundaria 42%, posgrado 14%, educación superior 19%, otro 25%, siendo la educación secundaria el de mayor frecuencia con un 42%. Entonces, los resultados obtenidos en un 33% pertenece a la educación de tercer y cuarto

nivel, sin embargo el 42% será de educación secundaria lo cual podría indicar un cierto grado de desconocimiento en algunas áreas.

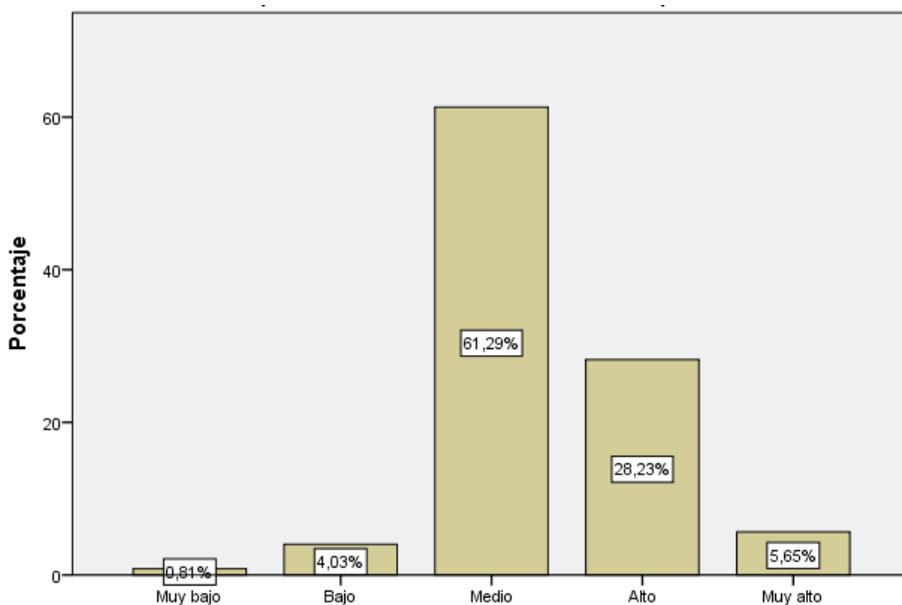
Tabla 20.
Higiene y salubridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	5	1,1	4,0	4,8
	Medio	76	16,0	61,3	66,1
	Alto	35	7,4	28,2	94,4
	Muy alto	7	1,5	5,6	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 4.

Higiene y Salubridad en los servicios



1. Califique el nivel de higiene y salubridad en los servicios de alimentos y bebidas que brinda en su establecimiento al público.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que la higiene y salubridad que manejan para servir al público es muy bajo en 1%, bajo en un 4%, medio en un 61%, alto en un 28% y muy alto en un 6%, dejando a la categoría media con el porcentaje más alto de 62%. Teniendo en cuenta dichos resultados, podemos decir que, 77 de los 124 establecimientos considera la higiene y salubridad en las áreas de trabajo. Dicha información podrá ser contrastada con la opinión de los usuarios.

Tabla 21.

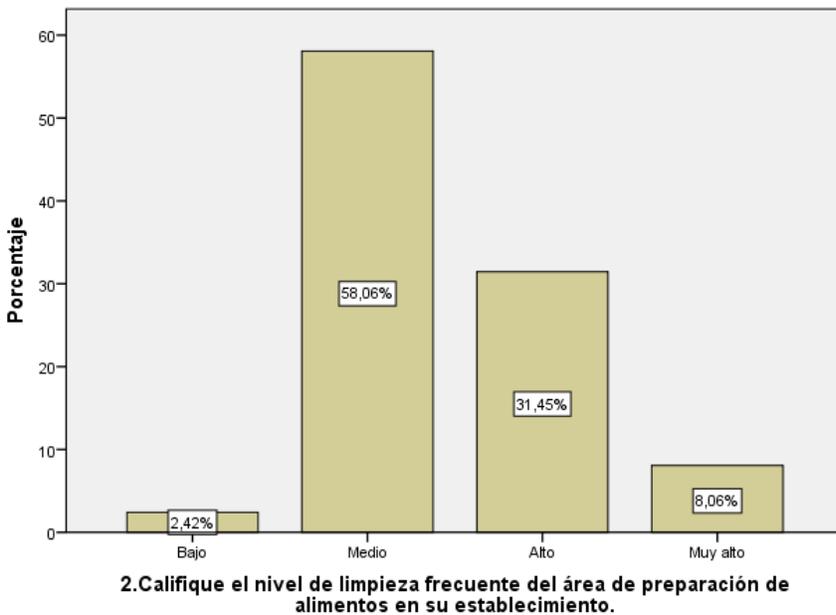
Nivel de limpieza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	,6	2,4	2,4

	Medio	72	15,1	58,1	60,5
	Alto	39	8,2	31,5	91,9
	Muy alto	10	2,1	8,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 5.
Nivel de limpieza



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de limpieza del área de preparación de alimentos es muy bajo en un 0%, bajo en un 2%, medio en un 58%, alto en un 31%, y muy alto en un 8%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia con un 57%. En este sentido, los encuestados consideran que el grado de limpieza de sus áreas de preparación de alimentos es mayormente media, si bien estos datos no lo podemos verificar al 100%, podrían

encontrarse en un nivel medio bajo o por el otro lado, en un nivel medio alto de limpieza, esta información la podemos asociar a la presentación y calidad de los alimentos al ser servidos a los consumidores y eso si lo podemos verificar y contrastar con la opinión de éstos.

Tabla 22.
Regularidad de visitas del ARCSA

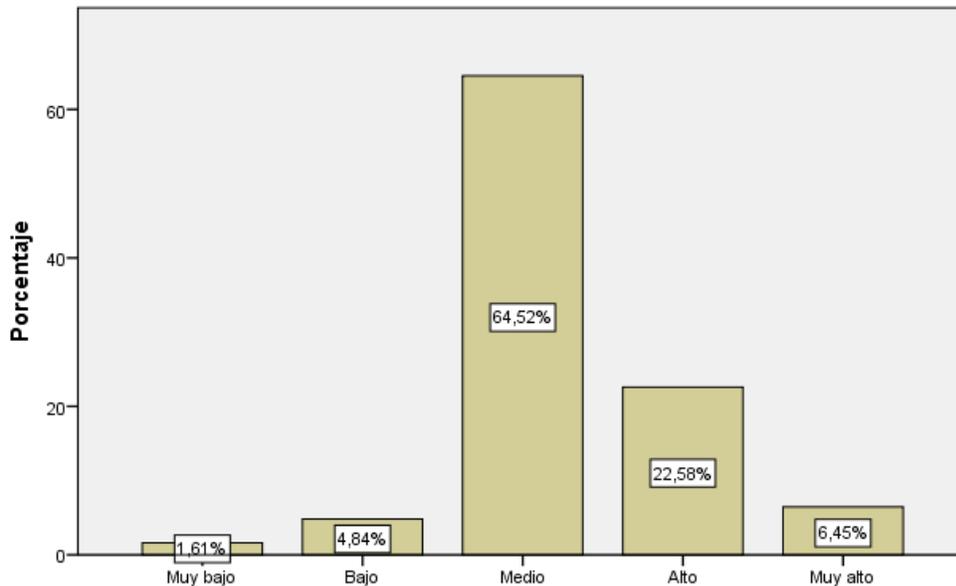
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	1,6	1,6
	Bajo	6	1,3	4,8	6,5
	Medio	80	16,8	64,5	71,0
	Alto	28	5,9	22,6	93,5
	Muy alto	8	1,7	6,5	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 6.

Regularidad de visitas del ARCSA

3. Califique el nivel de regularidad de las visitas de la entidad controladora de la salubridad e higiene (ARCSA) de los prestadores de servicios alimentarios a su establecimiento.



3. Califique el nivel de regularidad de las visitas de la entidad controladora de la salubridad e higiene (ARCSA) de los prestadores de servicios alimentarios a su establecimiento.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de regularidad de las visitas del ente controlador de la salubridad e higiene (ARCSA) se encuentra en la siguiente escala, muy bajo en un 2%, bajo en un 5%, medio con un 65%, alto en un 23%, muy alto en un 6%, siendo el nivel medio el que tiene mayor incidencia con un 65%. Estos resultados nos indican que posiblemente el ente regulador de la salubridad e higiene (ARCSA), cumple con su labor, realizando las inspecciones correspondientes, sin embargo, no queda claro si esto es suficiente, ya que, aunque cumplen con sus requisitos el turismo gastronómico no aumenta, entonces estos establecimientos sirven práctica y únicamente para la comunidad poblacional de la ciudad.

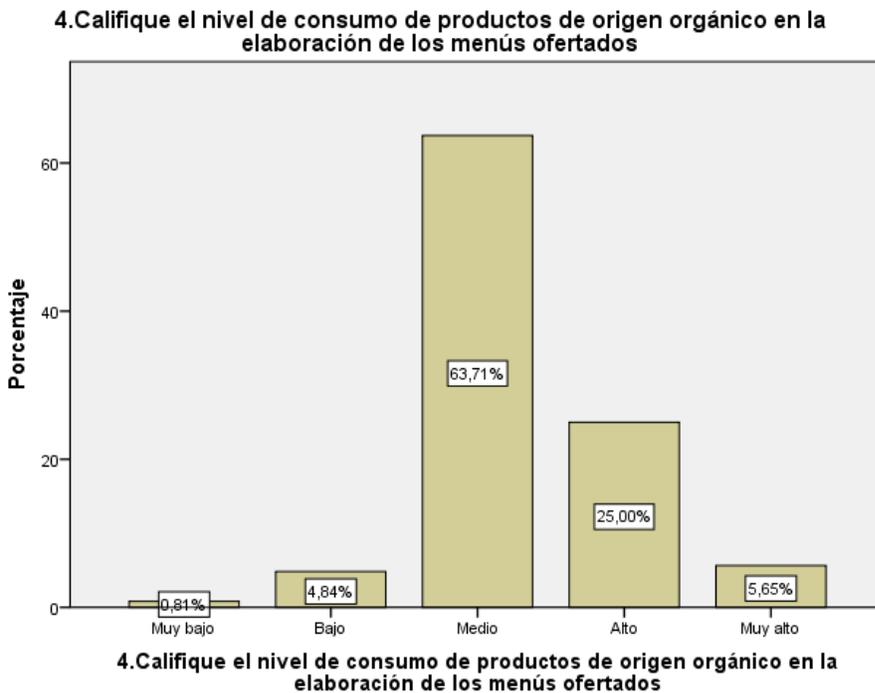
Tabla 23.*Consumo de productos de origen orgánico en la elaboración de los menús ofertados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	6	1,3	4,8	5,6
	Medio	79	16,6	63,7	69,4
	Alto	31	6,5	25,0	94,4
	Muy alto	7	1,5	5,6	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 7.

Consumo de productos de origen orgánico en la elaboración de los menús ofertados



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de consumo de productos orgánicos para la elaboración de los menús que ofertan es muy bajo en un 1%, bajo en un 4%, medio en un 65%, alto en un 25%, muy alto en un 6%, siendo el nivel medio el de mayor porcentaje con un 65%. Estos resultados favorecen al grupo productor del país, pues al consumo orgánico es notablemente alto, siendo un factor económico el principal eje, ya que, permite a los establecimientos comprar a mejores precios y por ende, tener mejores ganancias. Así mismo, favorece a los consumidores puesto que se garantiza el consumo de productos sanos y de calidad, en general, ya que, igualmente esto dependerá de la presentación final.

Tabla 24.*Responsabilidad del establecimiento en la salud de los consumidores*

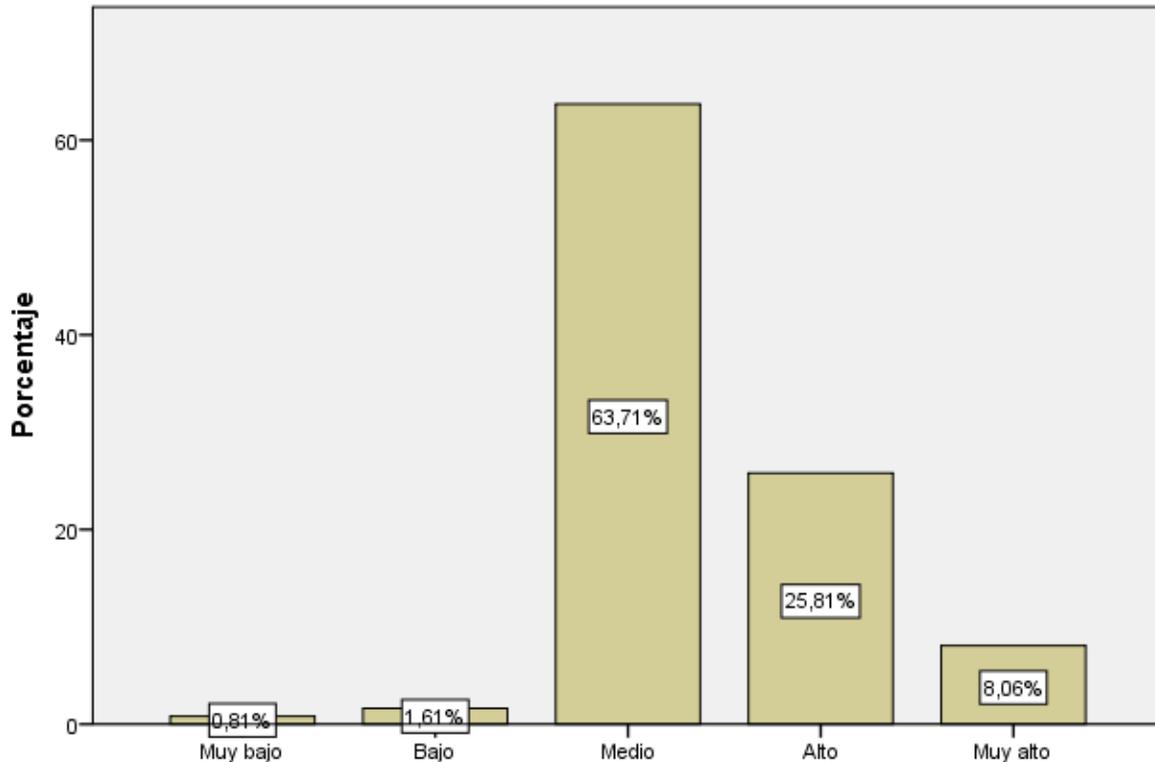
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	2	,4	1,6	2,4
	Medio	79	16,6	63,7	66,1
	Alto	32	6,7	25,8	91,9
	Muy alto	10	2,1	8,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 8.

Responsabilidad del establecimiento en la salud de los consumidores

5. Califique el nivel de responsabilidad que tiene su establecimiento en la salud del cliente post consumo.



5. Califique el nivel de responsabilidad que tiene su establecimiento en la salud del cliente post consumo.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de responsabilidad del establecimiento en la salud de los clientes posterior al consumo es muy bajo en 1%, bajo en un 2%, medio en un 64%, alto en un 26%, muy alto en un 8%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia con un 64%.

Según estos resultados, la mayoría de los propietarios/ encargados de los establecimientos afirman tener responsabilidad en la salud post consumo de sus clientes, por lo cual, podríamos decir que, están comprometidos a brindar excelentes productos alimenticios ya procesados para ser ingeridos, sin embargo, hay un porcentaje que considera que no es responsabilidad del establecimiento si

existiese una infección gastrointestinal de uno de sus clientes, por ejemplo; recordando que los aspectos negativos son los que más atraen, es importante brindar capacitaciones e información que permita mejorar falencias como ésta, incluso a los que sí están realmente comprometidos a cuidar de la salud de los clientes, para con ello, mejorar y potenciar el área gastronómica de la ciudad.

Tabla 25.

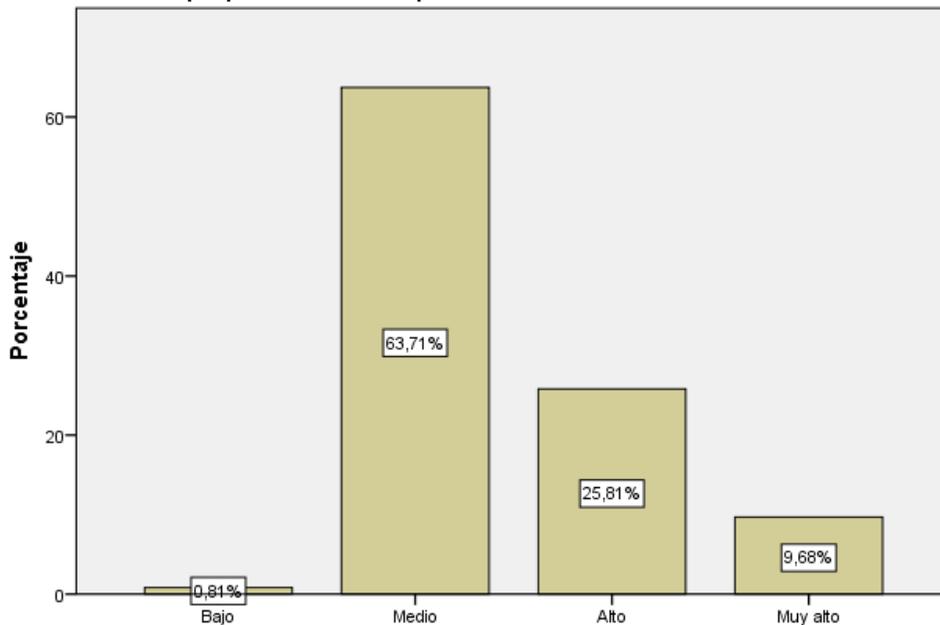
Importancia de la higiene personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	,2	,8	,8
	Medio	79	16,6	63,7	64,5
	Alto	32	6,7	25,8	90,3
	Muy alto	12	2,5	9,7	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 9.
Importancia de la higiene personal

6. Califique el grado de importancia que tiene la higiene personal al momento de preparar alimentos para el consumo de terceros.



6. Califique el grado de importancia que tiene la higiene personal al momento de preparar alimentos para el consumo de terceros.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el grado de importancia de la higiene personal para la preparación de los alimentos es muy bajo en un 0%, bajo en 1%, medio en un 63%, alto en un 27%, muy alto en un 10%, siendo el grado medio el de mayor alcance con un 63%.

Según estos resultados, la mayoría de los responsables de responder la encuesta en cada establecimiento, considera que la higiene de su personal para preparar los alimentos que posteriormente serán servidos a sus consumidores, es importante y sin duda alguna, es así. Sin embargo, que tan cierto será el cumplimiento de esto; desde un punto de vista externo, deberá ser contrastado con las experiencias de los consumidores, puesto que dicha higiene se verá reflejada en los platos que sirve cada establecimiento, e inclusive en el personal que atiende a los clientes.

De igual manera, reforzar este tipo de cosas que a veces hasta parece obvia, no está demás, ya que garantiza un mejor servicio de la gastronomía de la ciudad

Tabla 26.

Relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.

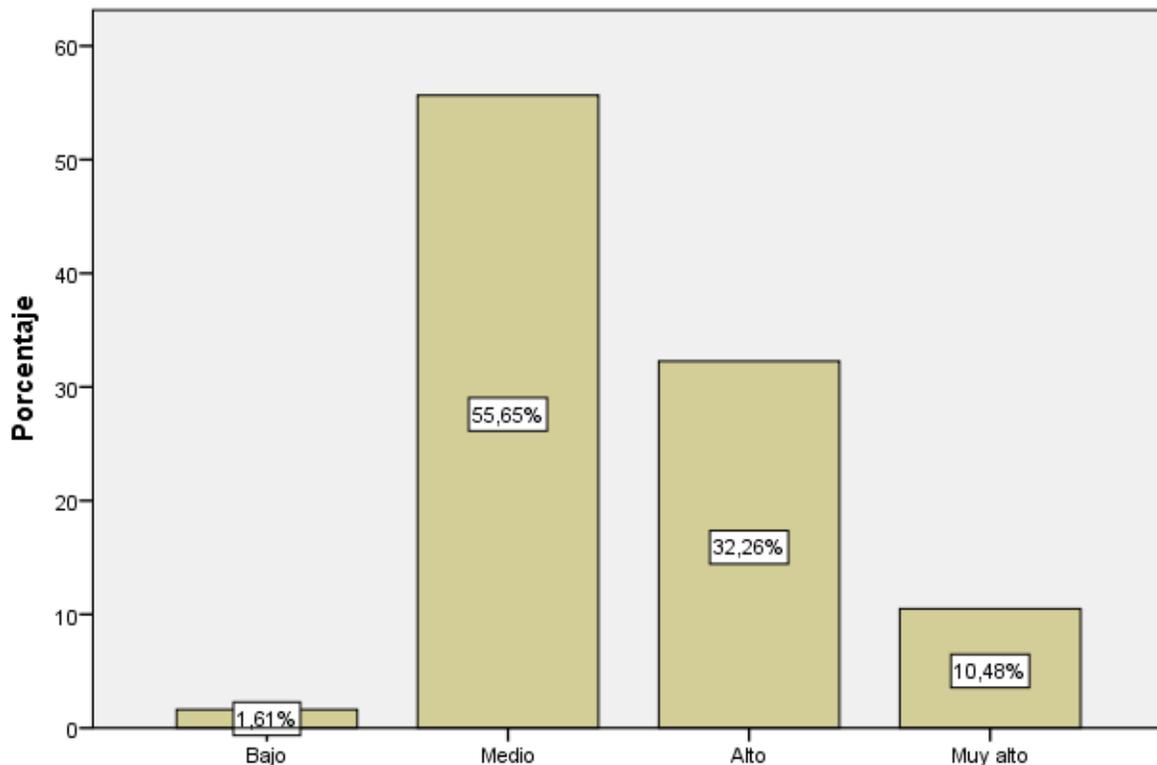
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	,4	1,6	1,6
	Medio	69	14,5	55,6	57,3
	Alto	40	8,4	32,3	89,5
	Muy alto	13	2,7	10,5	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 10.

Relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.

7. Califique el nivel de relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.



7. Califique el nivel de relevancia que tiene la higiene del área de preparación de alimentos.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de relevancia de la higiene en las áreas de preparación de alimentos es muy baja en un 0%, bajo en un 2%, medio en un 56%, alto en un 31%, muy alto en un 10%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia con un 56%.

Según los resultados obtenidos, la relevancia de la higiene en las áreas de preparación de alimentos de los establecimientos en la ciudad de Riobamba, son de manera general altos, lo cual nos indican gran porcentaje de los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad, los que cuidan la higiene y el orden de sus espacios de trabajo. Sin embargo, como se ha hecho mención antes, se

deben reforzar este tipo de requerimientos, ya que, debemos recordar que así mismo, la mayoría son emprendedores empíricos de la cocina, por lo cual, brindarles más herramientas que permitan mejorar estos servicios nunca estará de más.

Tabla 27.
Técnicas de conservación de los alimentos.

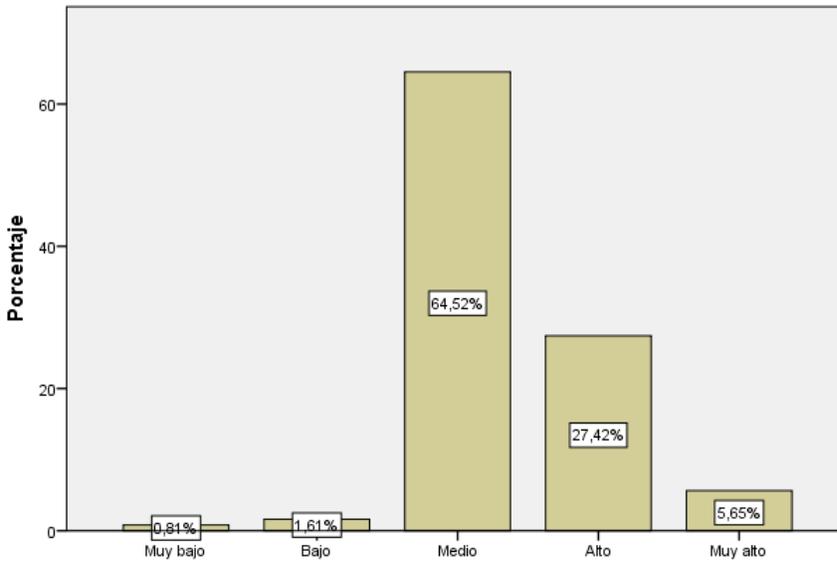
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	2	,4	1,6	2,4
	Medio	80	16,8	64,5	66,9
	Alto	34	7,1	27,4	94,4
	Muy alto	7	1,5	5,6	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 11.

Técnicas de conservación de los alimentos.

8. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las técnicas de conservación de los alimentos.



8. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las técnicas de conservación de los alimentos.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de conocimiento sobre los técnicas de conservación de los alimentos es muy bajo en 1%, bajo en 2%, medio en un 65%, alto en un 27% y muy alto en un 6%, siendo el nivel medio el de mayor porcentaje con un 65%.

Tomando en consideración dichos resultados, podemos asumir que, el 65% de los encuestados conoce medianamente las técnicas de conservación de alimentos, lo que nos lleva a la conclusión de que, es imperativamente necesario, la continua capacitación acerca de la conservación de los alimentos según sus tipos, para poder asegurar alimentos de calidad a los consumidores.

Tabla 28.
Etapas de preparación de alimentos adecuada.

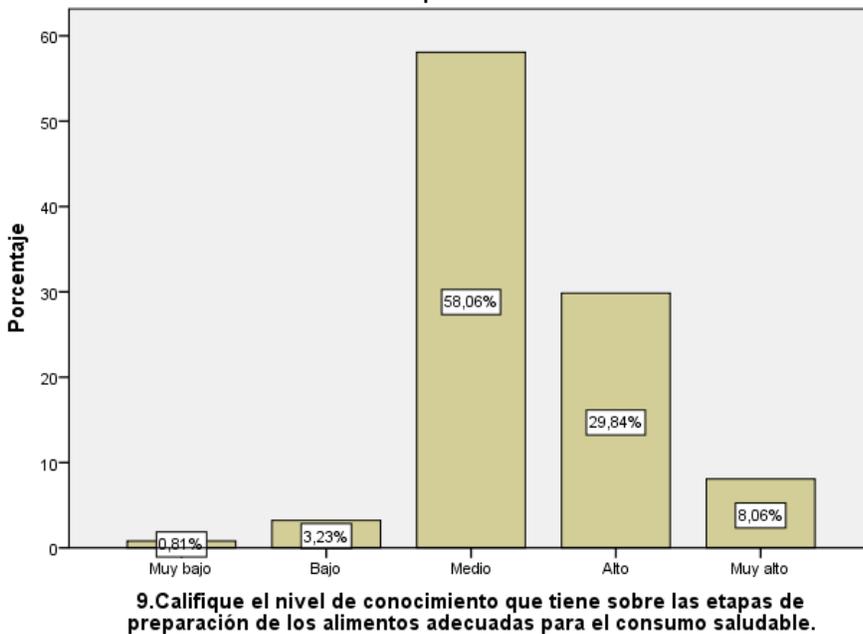
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	4	,8	3,2	4,0
	Medio	72	15,1	58,1	62,1
	Alto	37	7,8	29,8	91,9
	Muy alto	10	2,1	8,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 12.

Etapas de preparación de alimentos adecuada.

9. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las etapas de preparación de los alimentos adecuadas para el consumo saludable.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de conocimiento sobre las etapas de preparación de los alimentos es muy bajo en un 1%, bajo en un 3%, medio en un 58%, alto en un 30%, muy alto en un 8%, siendo el nivel medio el de mayor porcentaje con un 58%.

Considerando dichos resultados, podemos decir que, teóricamente el conocimiento sobre las etapas de preparación de los alimentos es en términos generales, medianamente alto lo que nos indica que empíricamente los establecimientos cuentan con un grado de entendimiento de estos procesos, aun así, es importante recalcar el estudio constante de éstas, ya que con al igual que en otras áreas, la gastronomía va evolucionando y con ello, las técnicas y etapas de preparación de alimentos. Por tal motivo, se insta a buscar certificaciones constantemente.

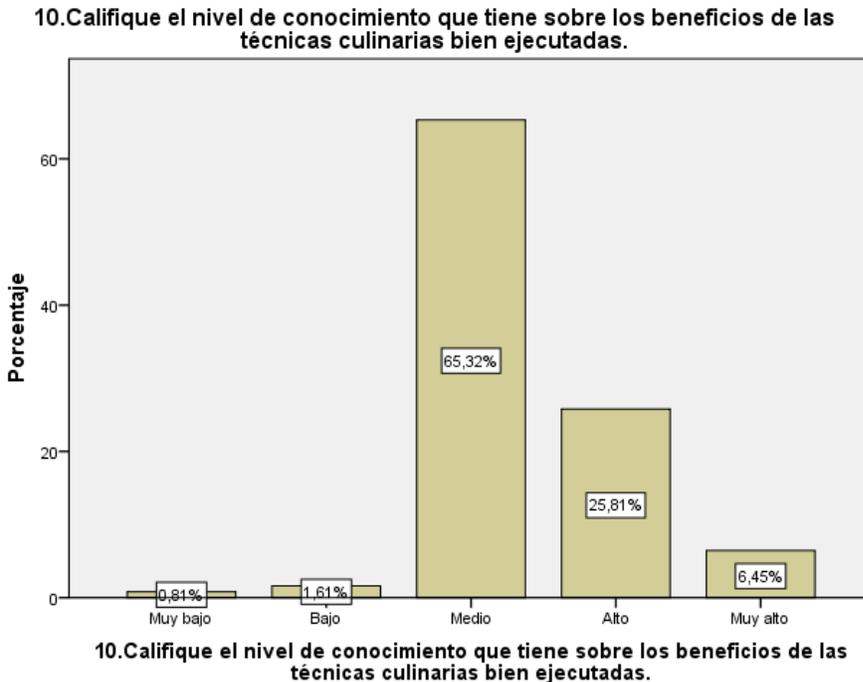
Tabla 29.
Beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	2	,4	1,6	2,4
	Medio	81	17,0	65,3	67,7
	Alto	32	6,7	25,8	93,5
	Muy alto	8	1,7	6,5	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 13.

Beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de conocimiento sobre los beneficios de las técnicas culinarias bien ejecutadas son muy bajo en 1%, bajo en 2%, medio en un 65%, alto en 27% y muy alto en un 6%, siendo el nivel medio el de mayor repetitividad con un 65%.

Considerando los resultados mencionados anteriormente, podemos decir que, los encargados de los establecimientos de la ciudad tienen un conocimiento medianamente alto acerca de los beneficios que se obtiene al ejecutar técnicas culinarias. De igual manera, y como ya se ha hecho mención, la gastronomía y todo lo que en ella influye están en constantes cambios, lo que hoy podría considerarse beneficio, mañana deja de ser así, por tanto, las actualizaciones de conocimientos son sumamente importante para progresar y sobresalir en el área gastronómica.

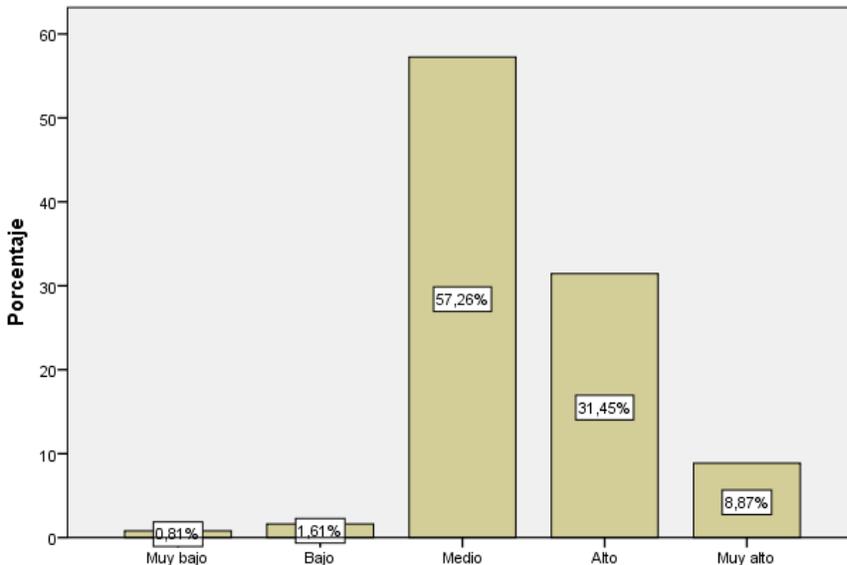
Tabla 30.
Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	2	,4	1,6	2,4
	Medio	71	14,9	57,3	59,7
	Alto	39	8,2	31,5	91,1
	Muy alto	11	2,3	8,9	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 14.
Competitividad

11. Califique el nivel de competitividad que tiene la producción culinaria de su establecimiento en relación a los demás locales.



11. Califique el nivel de competitividad que tiene la producción culinaria de su establecimiento en relación a los demás locales.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de competitividad que tiene la producción culinaria en relación a los demás establecimientos es de 1% para muy bajo, 2% para bajo, 57% para medio, 31% para alto, 9% para muy alto, siendo entonces el 57% del nivel medio el de mayor incidencia.

Considerando los resultados, podemos decir que, los encargados consideran que sus establecimientos se encuentran en un alto nivel de competitividad en la producción culinaria con respecto al resto del sector, sin embargo, esto es una perspectiva del propietario o encargado de cada establecimiento quien fue el responsable de dictaminar dicha respuesta. Esto si bien es cierto no se podría confirmar con datos estadísticos porque no se cuenta con la información, si se podría contrastar con las respuestas de los consumidores.

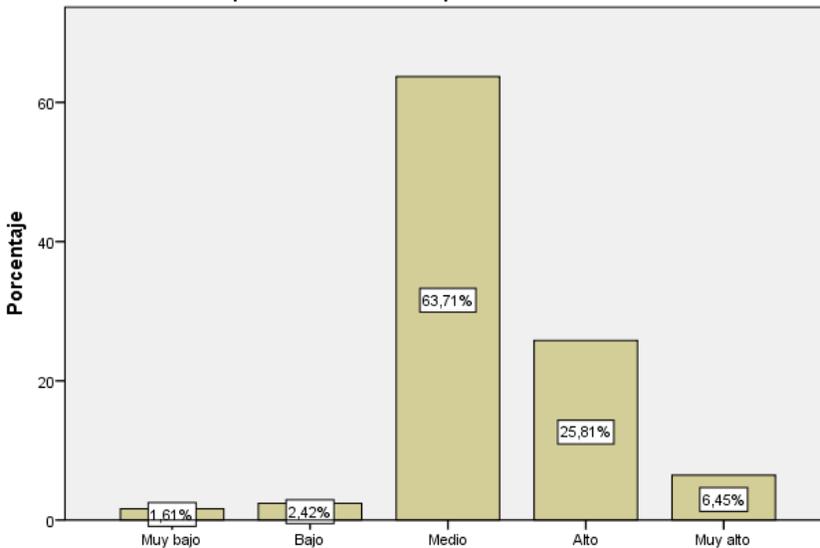
Tabla 31.
Estándares de presentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	1,6	1,6
	Bajo	3	,6	2,4	4,0
	Medio	79	16,6	63,7	67,7
	Alto	32	6,7	25,8	93,5
	Muy alto	8	1,7	6,5	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 15.
Estándares de presentación

12. Califique el nivel con el que cuenta la producción culinaria, en base a los estándares de presentación de los platos de su establecimiento.



12. Califique el nivel con el que cuenta la producción culinaria, en base a los estándares de presentación de los platos de su establecimiento.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de producción culinaria basados en los estándares de presentación de los platillos es muy bajo en 2%, bajo en 2%, medio en 63%, alto en 27%, muy alto en 6%, siendo el nivel medio con un 63% el de mayor reincidencia.

Considerando los resultados obtenidos, podemos decir que, los encargados consideran que su producción culinaria es medianamente buena, lo que nos indica que, hace falta reforzar y brindar nuevos conocimientos sobre temáticas relacionadas a la producción culinaria, como por ejemplo, emplatados, entonces una solución viable a esto sería las certificaciones o capacitaciones variadas para cada tipo de restaurante, ya que, se debe tomar en cuenta el tipo de comida que sirvan cada uno.

Tabla 32.
Técnicas de conservación alimentaria

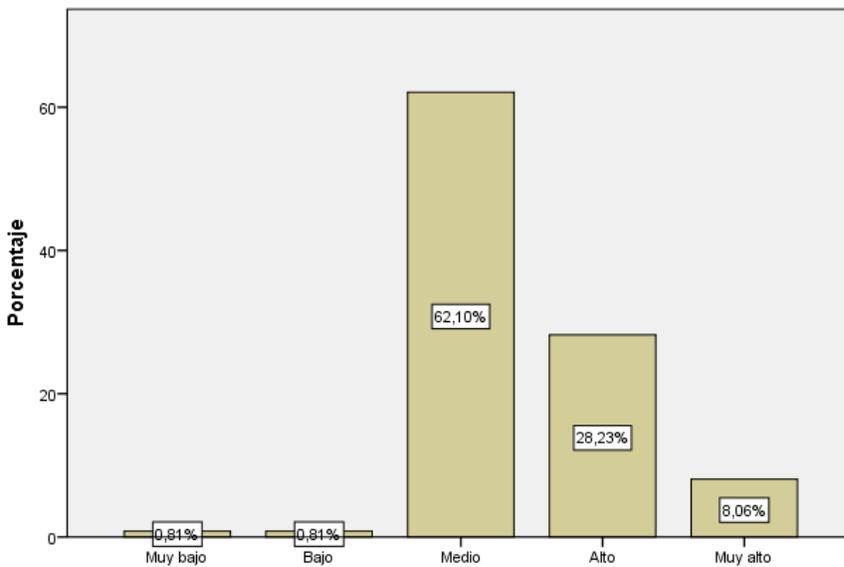
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	1	,2	,8	1,6
	Medio	77	16,2	62,1	63,7
	Alto	35	7,4	28,2	91,9
	Muy alto	10	2,1	8,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 16.

Técnicas de conservación alimentaria.

13. Califique el nivel de aplicación de las diferentes técnicas de conservación alimentaria dentro de su establecimiento.



13. Califique el nivel de aplicación de las diferentes técnicas de conservación alimentaria dentro de su establecimiento.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de aplicación de las técnicas de conservación alimentaria son muy bajas y bajas en 1% respectivamente, media en 61%, alto en 29% y muy alto en 8%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia con un 61%.

Considerando dichos resultados, podemos decir que, los encargados de los establecimientos indican tener los conocimientos necesarios acerca de las técnicas de conservación alimentaria, sin embargo, como ya se ha dicho anteriormente, el sector de la gastronomía está en constante evolución y actualización incluso en tecnología, por lo que lo ideal es que los establecimientos dedicados a este rubro evolucionen y estén al tanto de las innovaciones, para de esta manera crecer y brindar mejores servicios con la calidad al tope.

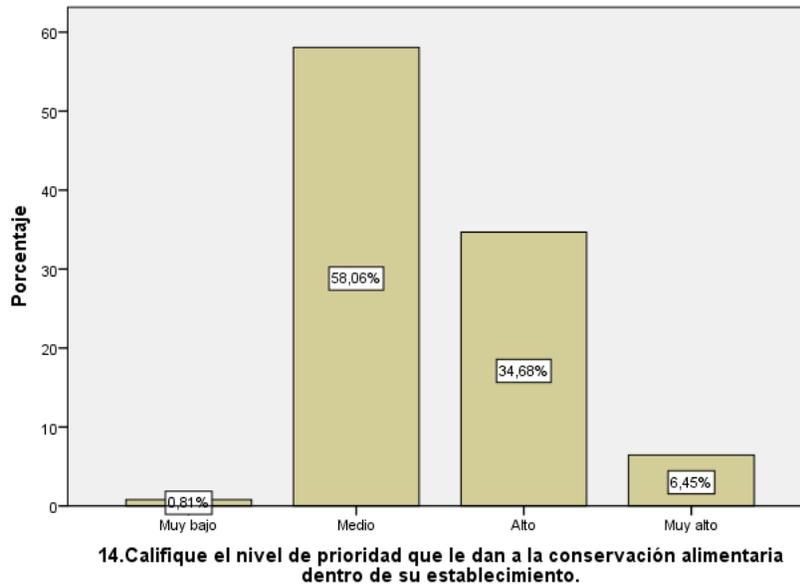
Tabla 33.
Conservación alimentaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Medio	72	15,1	58,1	58,9
	Alto	43	9,0	34,7	93,5
	Muy alto	8	1,7	6,5	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 17.
Conservación alimentaria

14. Califique el nivel de prioridad que le dan a la conservación alimentaria dentro de su establecimiento.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de prioridad que le dan a la conservación alimentaria es de 1% para muy bajo, 0% para bajo, 58% para medio, 35% alto y 6% para muy alto, siendo el nivel medio el de mayor valor porcentual con un 58%.

Considerando dichos resultados, podemos decir que, los establecimientos se preocupan por servir alimentos en buen estado más allá de su preparación, es decir, procuran cuidar la conservación de acuerdo al producto, ya sea que necesite refrigeración o no. Aun así, es importante brindar capacitaciones y certificaciones acerca de la conservación de los alimentos, por ejemplo, las cadenas de frío y como una mala ejecución e indebida interrupción, puede dañar las propiedades de un alimento y causar daños de salud a una persona.

Tabla 34.
Normas sanitarias para el manejo de alimentos.

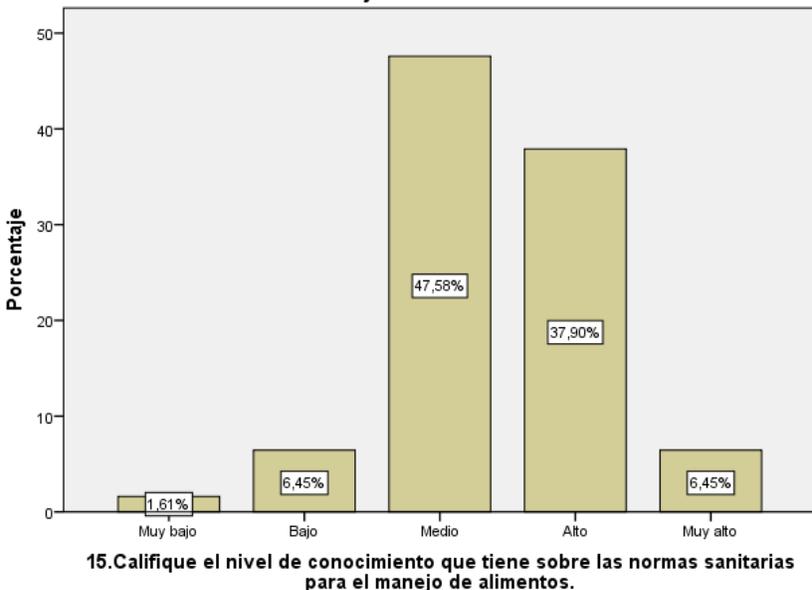
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	1,6	1,6
	Bajo	8	1,7	6,5	8,1
	Medio	59	12,4	47,6	55,6
	Alto	47	9,9	37,9	93,5
	Muy alto	8	1,7	6,5	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 18.

Normas sanitarias para el manejo de alimentos.

15. Califique el nivel de conocimiento que tiene sobre las normas sanitarias para el manejo de alimentos.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de conocimiento sobre las normas sanitarias para el manejo de alimentos es muy bajo 2%, bajo 6%, medio 48%, alto 38% y muy alto 6%, siendo el nivel medio el de mayor valor porcentual con un 38%.

Considerando los resultados obtenidos, podemos decir que, estos establecimientos tienen un nivel medio en el conocimiento teórico de las normas sanitarias para el manejo de alimentos, sin embargo, esta investigación considera extremadamente necesario instruir continuamente a todos los establecimientos del sector de la gastronomía, ya que, se debe no solo conocer de la existencia de estas normas sino implementarlas diariamente dentro de los establecimientos. Por tanto, contar capacitaciones, cursos o actualizaciones es de vital importancia.

Tabla 35.
Exigencia de la higiene del personal.

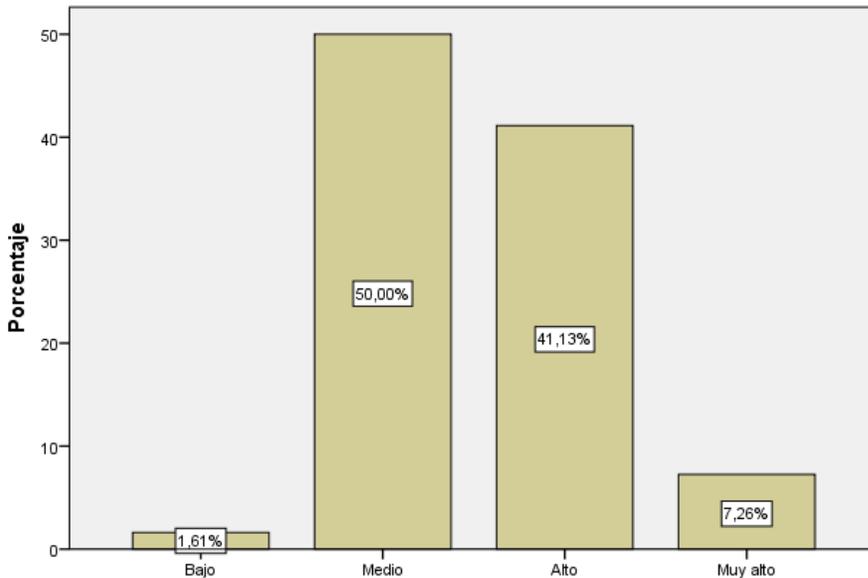
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	,4	1,6	1,6
	Medio	62	13,0	50,0	51,6
	Alto	51	10,7	41,1	92,7
	Muy alto	9	1,9	7,3	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 19.

Exigencia de la higiene del personal.

16. Califique el nivel de exigencia que tiene con su personal y la higiene de los mismos.



16. Califique el nivel de exigencia que tiene con su personal y la higiene de los mismos.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de exigencia que tienen sobre el personal y el higiene de estos es de 0% en muy bajo, 2% en bajo, 50% en medio, 41% en alto y 7% en muy alto, siendo el nivel medio el de mayor incidencia porcentual con 50%.

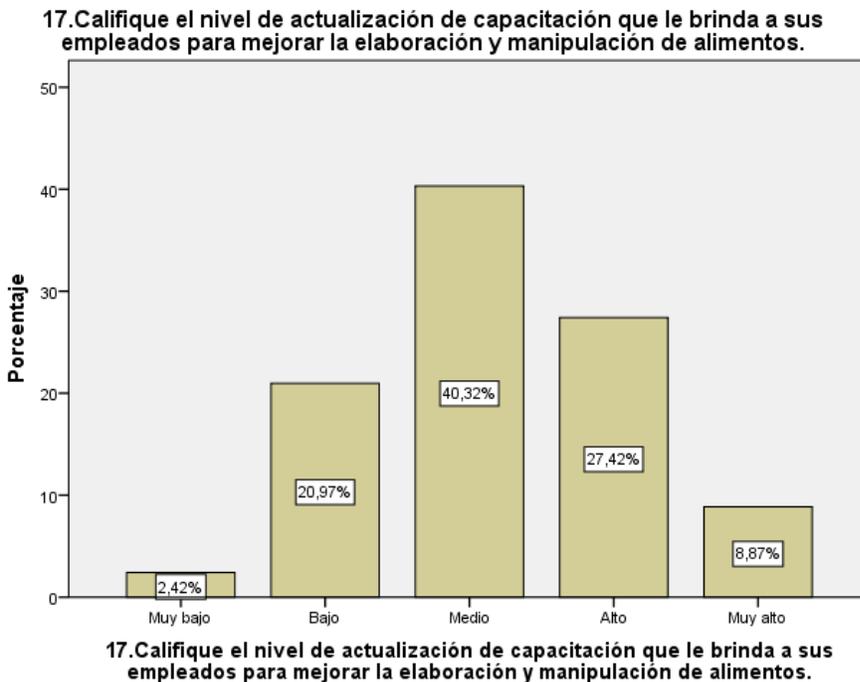
Según los resultados mencionados, podemos decir que, los encargados tienen un grado alto de exigencia en cuanto a la higiene de su personal, ya que es un requisito fundamental, dentro de lo que es el manejo de alimentos, sin embargo, en algunos casos esto se limita únicamente a oler bien, o tener uñas limpias, por tanto, es importante recalcar y enseñar todos los lineamientos con los que el personal debe cumplir para poder manejar alimentos higiénicamente y adecuadamente.

Tabla 36.
Capacitaciones a empleados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	2,4	2,4
	Bajo	26	5,5	21,0	23,4
	Medio	50	10,5	40,3	63,7
	Alto	34	7,1	27,4	91,1
	Muy alto	11	2,3	8,9	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 20.
Capacitaciones a empleados.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de actualización de capacitaciones a los empleados para mejorar el desempeño de los mismos en la elaboración y manipulación de los alimentos es muy bajo en 2%, bajo en 23%, medio en 39%, alto en 27%, muy alto en 9%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia en un 39%.

Conociendo las cifras de los resultados, podemos decir que, hace falta la implementación de capacitaciones que permitan el crecimiento de los establecimientos y del personal de cada uno de ellos, pues de esto depende en gran parte, el éxito a largo plazo de las empresas del sector gastronómico.

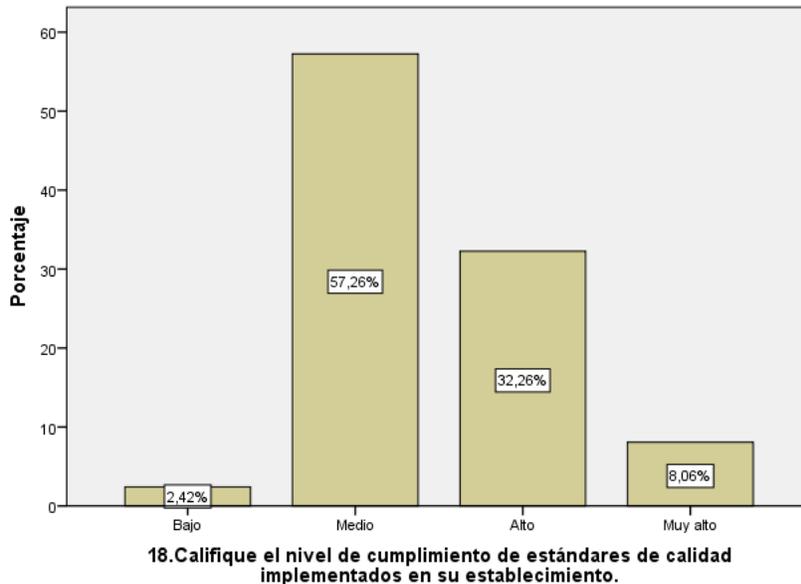
Tabla 37.
Estándares de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	,6	2,4	2,4
	Medio	71	14,9	57,3	59,7
	Alto	40	8,4	32,3	91,9
	Muy alto	10	2,1	8,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 21.
Estándares de calidad.

18. Califique el nivel de cumplimiento de estándares de calidad implementados en su establecimiento.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de cumplimiento de los estándares de calidad implementados en el establecimiento son muy bajo en 0%, bajo en 2% medio en 56%, alto en 33% muy alto en 8%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia con 56%.

Conociendo los resultados de la encuesta, podemos decir que, los establecimientos procuran cumplir con los estándares de calidad para con ello promover un mayor flujo de ventas, sin embargo y como ya ha hecho mención anteriormente, es importante que los establecimientos vayan a la par de las evoluciones en el sector gastronómico, para que la calidad siga en aumento y puedan sobresalir en el mercado.

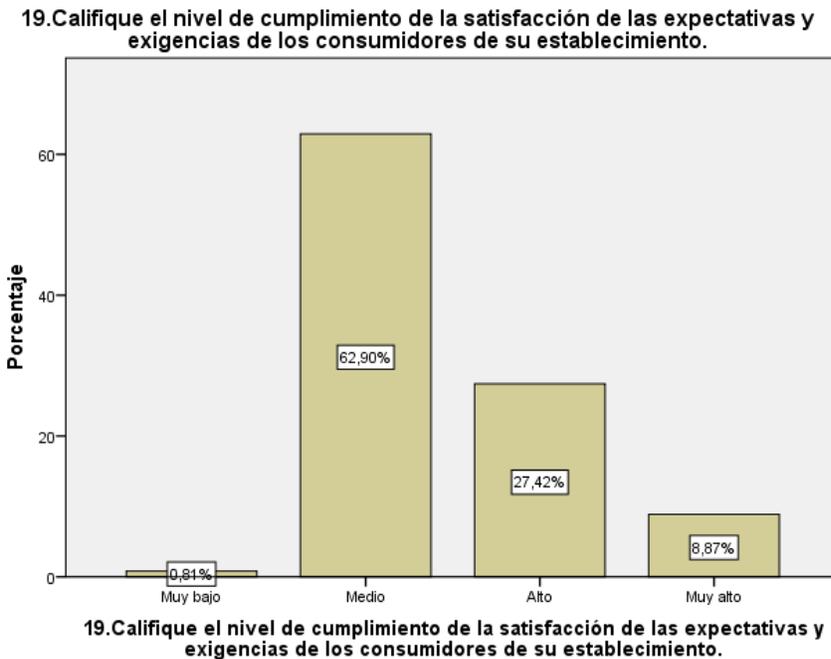
Tabla 38. Satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Medio	78	16,4	62,9	63,7
	Alto	34	7,1	27,4	91,1
	Muy alto	11	2,3	8,9	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 22.

Satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de cumplimiento de la satisfacción de las expectativas y exigencias de los consumidores es muy bajo en 1%, bajo en 0%, medio en 64%, alto en 27%, muy alto en 9%, siendo el nivel medio el de mayor valor porcentual con 64%.

Conociendo los datos obtenidos, podemos decir que, en su mayoría consideran que cumplen con las expectativas y exigencias de los consumidores, sin embargo, se debe tomar en cuenta que la perspectiva del cliente debe ser contrastada con los presentes resultados para así obtener una conclusión sensata. Ahora bien, como se ha dicho en reiteradas ocasiones, es de suma importancia continuar con las actualizaciones de conocimiento en las diferentes áreas de trabajo dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas, de la misma manera procurar ayudar a los empleados en su crecimiento laboral y profesional, de esta manera el desempeño será mucho más alto y por ende, existirá un mejor desenvolvimiento logrando con esto superar expectativas y exigencias de los consumidores.

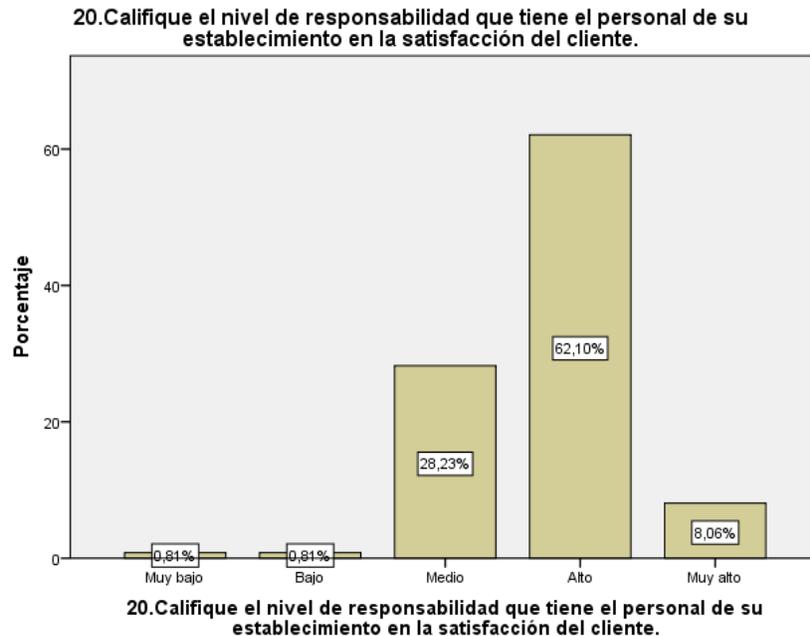
Tabla 39.
Responsabilidad del personal en la satisfacción del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	1	,2	,8	1,6
	Medio	35	7,4	28,2	29,8
	Alto	77	16,2	62,1	91,9
	Muy alto	10	2,1	8,1	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 23.

Responsabilidad del personal en la satisfacción del cliente.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de responsabilidad del personal en la satisfacción del cliente es muy bajo y bajo en 1% respectivamente, medio en 27%, alto en 63% y muy alto en 8%, siendo el nivel medio el de mayor valor porcentual con un 63% de las respuestas.

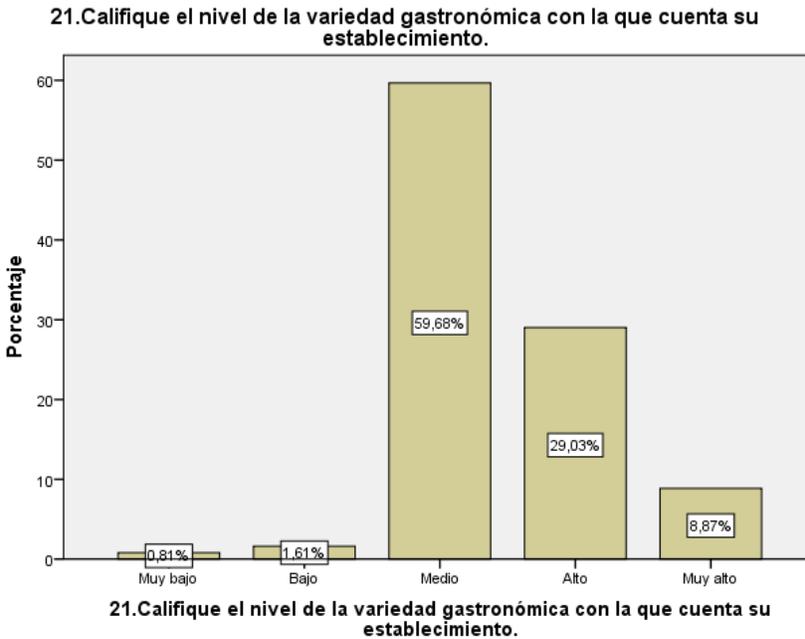
Conociendo estos datos, podemos decir que, los trabajadores de los establecimientos de alimentos y bebidas tienen un gran porcentaje de responsabilidad en la satisfacción del cliente, ya que, son estos los que tienen mayor contacto con los clientes, incluso antes de la comida, pues son estos los que brindan el servicio, por tanto, es importante que los empleados tengan conocimientos de atención al cliente, de meseros, entre otros; es responsabilidad del establecimiento contar con este tipo de trabajadores y de no ser así, de educarlos para el área a desenvolver, pues de ellos dependerá el estatus y calidad del establecimiento.

Tabla 40.
Variedad gastronómica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	,2	,8	,8
	Bajo	2	,4	1,6	2,4
	Medio	74	15,5	59,7	62,1
	Alto	36	7,6	29,0	91,1
	Muy alto	11	2,3	8,9	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 24. Variedad gastronómica.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de variedad gastronómica con la que cuentan en sus establecimientos es muy bajo en 1%, bajo en 2%, medio en 59%, alto en 30%, muy alto en 9%, siendo el nivel medio el de mayor valor porcentual con 59% de respuestas.

De acuerdo con la encuesta, la variedad gastronómica según los encargados de cada establecimiento es medianamente alta, sin embargo, se debe considerar que la variedad gastronómica existe cuando los establecimientos ofertan diferentes tipos de alimentos o platillos, no hablamos únicamente de un cambio de sabores, sino de los platillos en sí, razón por la cual, hay tanta competencia en la ciudad de Riobamba, ya que, la variedad gastronómica no es muy amplia, por esto, se debe motivar a innovar en el sector, de la misma manera educar a los emprendedores a mejorar sus menús, para ayudar a progresar el turismo gastronómico.

Tabla 41.
Importancia de la variedad de productos.

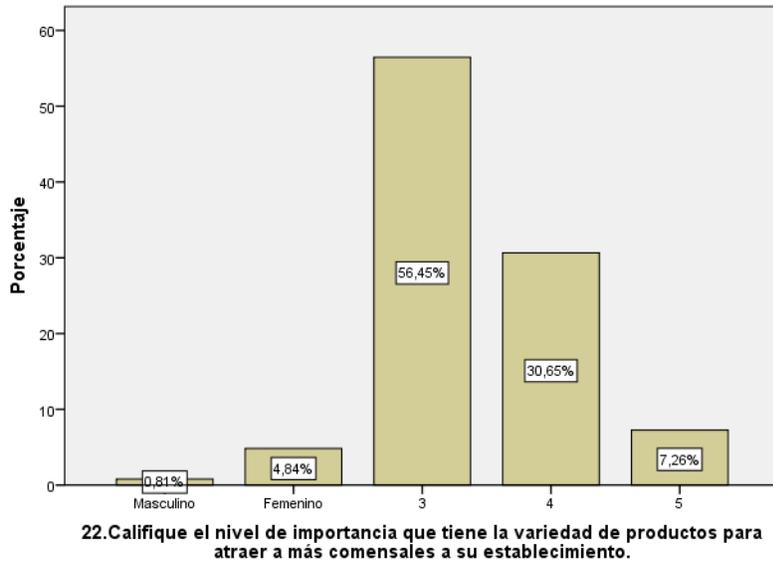
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	1	,2	,8	,8
	Femenino	6	1,3	4,8	5,6
	3	70	14,7	56,5	62,1
	4	38	8,0	30,6	92,7
	5	9	1,9	7,3	100,0
	Total	124	26,1	100,0	
Perdidos	Sistema	352	73,9		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 25.

Importancia de la variedad de productos.

22. Califique el nivel de importancia que tiene la variedad de productos para atraer a más comensales a su establecimiento.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los propietarios o encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que el nivel de importancia de la variedad de productos para atraer más comensales es muy bajo en 1%, bajo en 5%, medio en 56%, alto en 31%, muy alto en 7%, siendo el nivel medio el de mayor incidencia con 56% de las respuestas.

Considerando estos datos, la variedad de los productos para atracción de clientes es de los factores más importantes, ya que, de eso se trata el turismo, de probar y ver cosas que no se tienen al alcance de lo cotidiano, por tanto, enfocándonos en el turismo gastronómico, se debe ofrecer variedad de platillos, tanto en sabor como en presentación, es necesario brindar experiencias únicas e inigualables, que no exista punto de comparación de un establecimiento con otro, pues esto va a permitir un enganche con los consumidores e incluso podría existir la posibilidad de crear una ruta gastronómica importante en la ciudad.

10.5 Tablas y gráficos de la variable dependiente

Tabla 42.

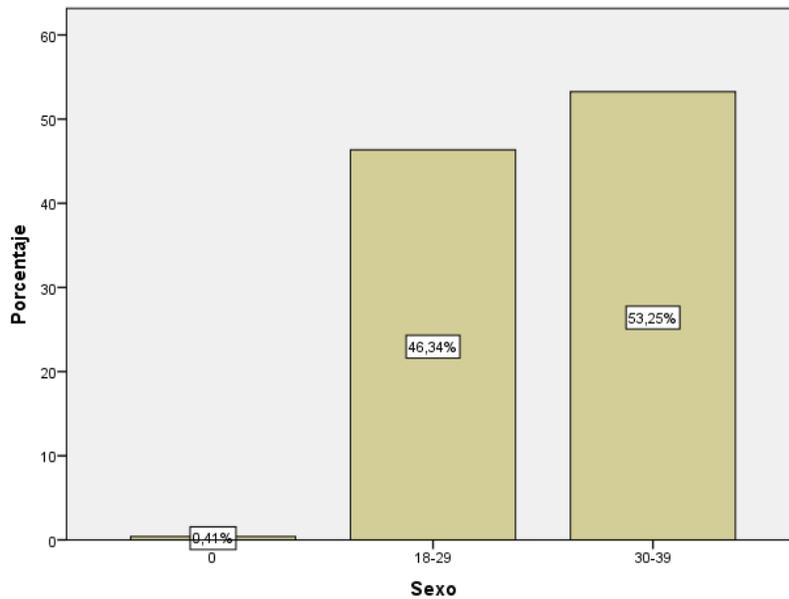
Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	1	,2	,4	,4
	18-29	114	23,9	46,3	46,7
	30-39	131	27,5	53,3	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 26.

Sexo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que el 47% de los habitantes encuestados es del género masculino, dejando el 53% restante del género femenino.

Tabla 43.

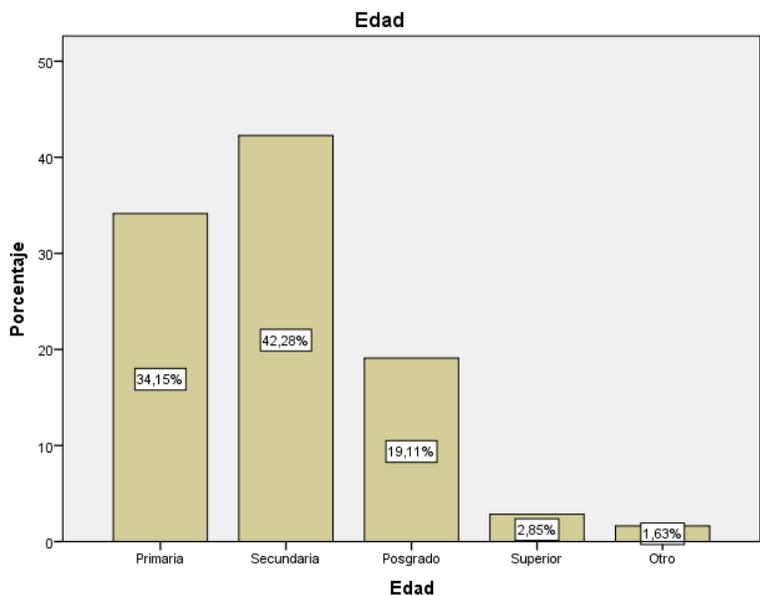
Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	84	17,6	34,1	34,1
	Secundaria	104	21,8	42,3	76,4
	Posgrado	47	9,9	19,1	95,5
	Superior	7	1,5	2,8	98,4
	Otro	4	,8	1,6	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		

Total	476	100,0
-------	-----	-------

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 27.
Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los rangos de edad de los habitantes encuestados se encuentran de la siguiente manera, entre los 18 y 29 años se encuentra el 34%, entre los 30 y 39 años se encuentra el 43%, entre los 40 y 49 años se encuentra el 19%, entre los 50 y 59 años el 3% y de 60 años en adelante únicamente el 2%, siendo entonces los de mayor incidencia las personas entre los 30 y 39 años de edad.

Conociendo los resultados obtenidos, podemos deducir que, las respuestas serán mayormente de adultos jóvenes y adultos, lo que nos brindara acceso a opiniones exigentes, frescas y maduras, en cuanto al sector de la gastronomía.

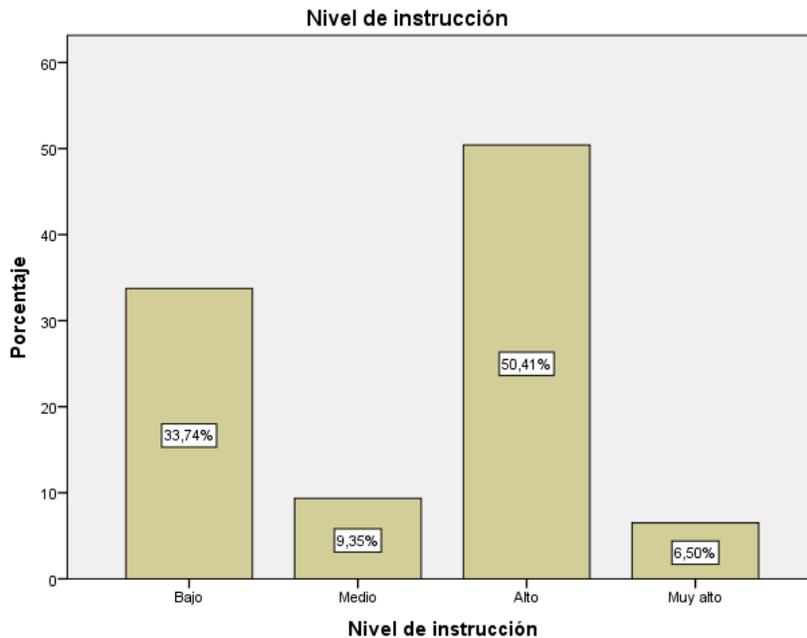
Tabla 44.
Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	83	17,4	33,7	33,7
	Medio	23	4,8	9,3	43,1
	Alto	124	26,1	50,4	93,5
	Muy alto	16	3,4	6,5	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Establecimientos de Alimentos y Bebidas*, por Parra (2022)

Gráfico 28.

Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que el nivel de instrucción de los habitantes encuestados se encuentra de la siguiente manera, primaria 0%, secundaria 34%, posgrado 10%, superior 50%, otro 7%, siendo el de mayor frecuencia el nivel superior con el 50% de las respuestas.

Conociendo los datos obtenidos, podemos decir que, las respuestas de la encuesta son de personas con nivel educacional de secundaria en un medio porcentaje, y en un alto porcentaje los de nivel educacional superior, por tanto la información recabada corresponde a personas con conocimientos generales y específicos de la sociedad, el desenvolvimiento económico y capacidad de análisis de diferentes situaciones.

Tabla 45.*Importancia económica del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.*

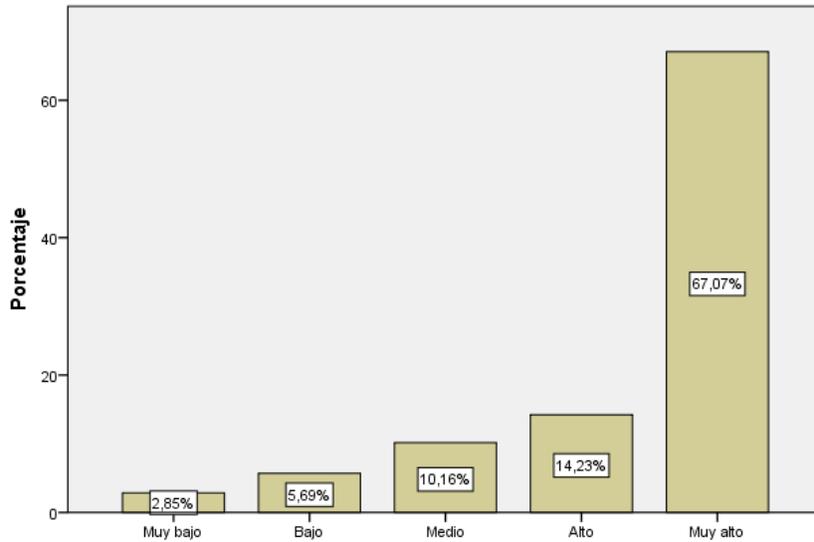
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	7	1,5	2,8	2,8
	Bajo	14	2,9	5,7	8,5
	Medio	25	5,3	10,2	18,7
	Alto	35	7,4	14,2	32,9
	Muy alto	165	34,7	67,1	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 29.

Importancia económica del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

1. Califique el nivel de importancia económica que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.



1. Califique el nivel de importancia económica que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados indican que el nivel de importancia económica que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es de 3% para nivel muy bajo, 6% para nivel bajo, 10% para nivel medio, 14% para nivel alto y 67% para nivel muy alto, siendo este último el de mayor incidencia.

Conociendo dichos resultados, podemos decir que, la importancia económica es indudablemente alta debido a que se trata de un proceso de compra y venta de un producto final, que además es de consumo diario, el turismo gastronómico es de las mejores formas existentes para conocer un destino al mismo tiempo que se aprende sobre las distintas formas de consumir alimentos, la historia que envuelve al lugar de acuerdo a la comida, costumbres, rituales, tradiciones y sabores, todo esto escondido en un platillo. Es por tal motivo, que los talleres de cocina para los emprendedores, parece ser una buena opción, ya que impulsa y motiva al sector, promoviendo así la economía de la ciudad.

Tabla 46.

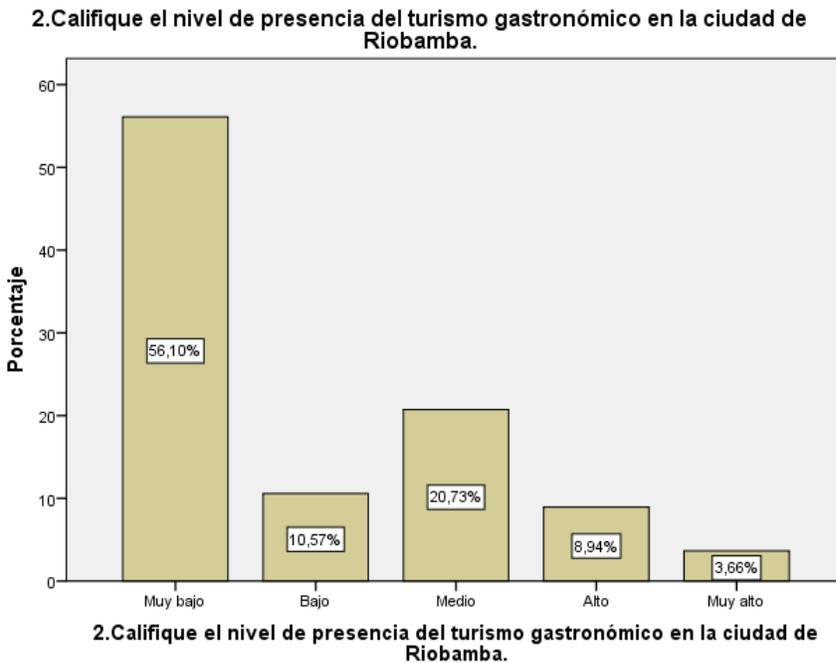
Presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	138	29,0	56,1	56,1
	Bajo	26	5,5	10,6	66,7
	Medio	51	10,7	20,7	87,4
	Alto	22	4,6	8,9	96,3
	Muy alto	9	1,9	3,7	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 30.

Presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que la presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy alto en 4%, alto en 9%, medio en 21%, bajo en 11% y muy bajo en 56%, siendo este último el de mayor frecuencia de respuesta.

De acuerdo con dichos datos, podemos decir que, la presencia del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, es bastante baja, pero no porque no exista potencial para explotar, sino porque los conocimientos de los emprendedores en el sector son vagos, así mismo, la mayor competencia está enfocada en un sector gastronómico que hace que pierda valor turístico, como lo es la comida rápida. Por esto, una opción viable es la educación de los emprendedores y dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Tabla 47.
Viabilidad turística del turismo gastronómico.

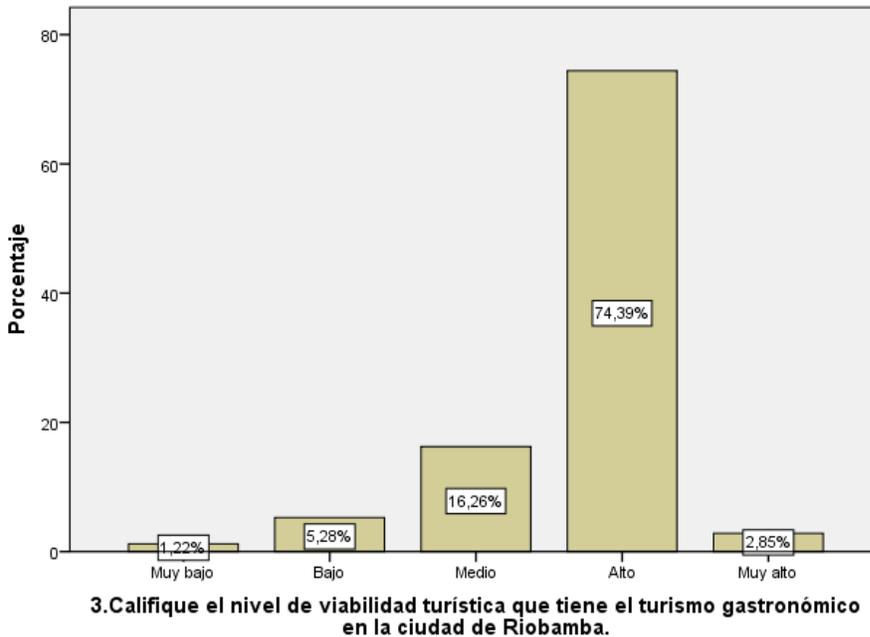
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	13	2,7	5,3	6,5
	Medio	40	8,4	16,3	22,8
	Alto	183	38,4	74,4	97,2
	Muy alto	7	1,5	2,8	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 31.

Viabilidad turística del turismo gastronómico.

3. Califique el nivel de viabilidad turística que tiene el turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que la viabilidad turística del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy bajo 1%, bajo 5%, medio 16%, alto 74%, muy alto 3%, siendo el nivel alto con 74% el de mayor frecuencia de respuesta.

Conociendo estos datos, podemos decir que, existe un alto grado de viabilidad acerca del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba, y esto se debe a que, es un área del turismo que aún no ha sido explorada adecuadamente en esta localidad, ya que de alguna manera la han subestimado sin haber conocido los grandes beneficios que éste tiene, por tanto, la mejor manera de canalizar este sector es educando y actualizando los conocimientos en las distintas sub-áreas del sector.

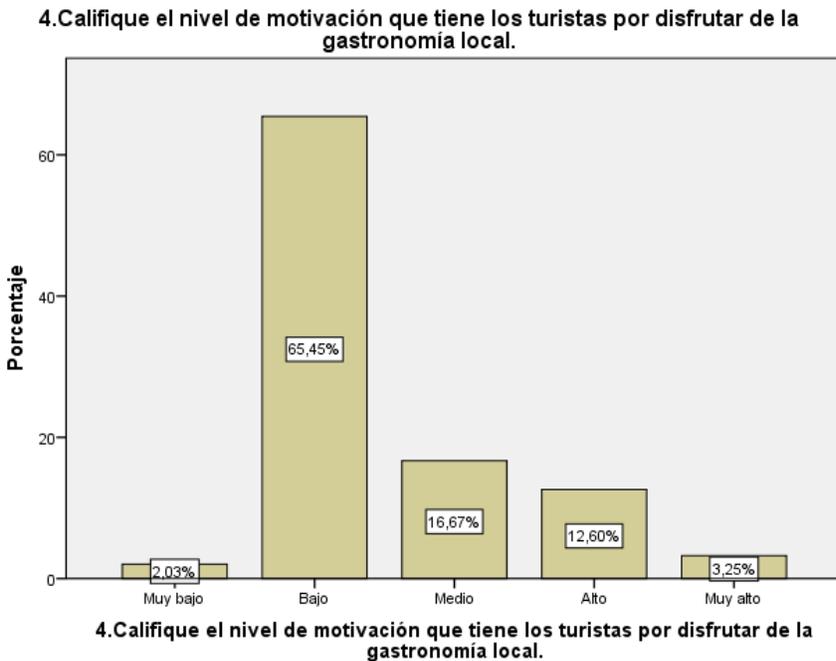
Tabla 48.*Motivación de los turistas por disfrutar la gastronomía local.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	5	1,1	2,0	2,0
	Bajo	161	33,8	65,4	67,5
	Medio	41	8,6	16,7	84,1
	Alto	31	6,5	12,6	96,7
	Muy alto	8	1,7	3,3	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 32.

Motivación de los turistas por disfrutar la gastronomía local.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que la motivación de los turistas por consumir la gastronomía local es muy bajo con 2%, bajo con 65%, medio con 17%, alto con 13% y muy alto con 3%, siendo el nivel bajo con 65% el de mayor frecuencia de respuesta.

Conociendo estos datos, podemos decir que, no existe mayor motivación por parte de turistas o visitantes por conocer la gastronomía local, esto se debe a que es muy escasa la oferta en la ciudad sobre esto, ya que como se ha mencionado antes, existe mayor oferta de un sector de la gastronomía que no es muy atractivo como turismo, ya que no tiene ningún diferencial, y es la comida rápida. Una opción viable para aumentar la motivación de los turistas, es con ayuda del Gobierno Autónomo Descentralizado, orientar en la creación de los menús a los establecimientos, yendo con ellos de la mano en todo el proceso creativo, así mismo continuando con la educación y capacitación de los mismos.

Tabla 49.

Afluencia turística en la ciudad de Riobamba por su gastronomía.

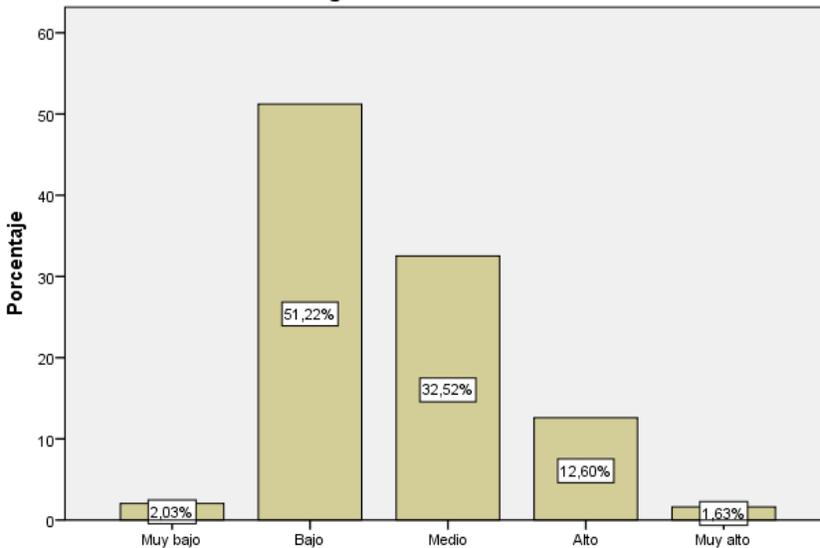
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	5	1,1	2,0	2,0
	Bajo	126	26,5	51,2	53,3
	Medio	80	16,8	32,5	85,8
	Alto	31	6,5	12,6	98,4
	Muy alto	4	,8	1,6	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 33.

Afluencia turística en la ciudad de Riobamba por su gastronomía.

5. Califique el nivel de afluencia turística a la ciudad de Riobamba con motivo de la gastronomía local.



5. Califique el nivel de afluencia turística a la ciudad de Riobamba con motivo de la gastronomía local.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que la afluencia turística en la ciudad de Riobamba por motivos de la gastronomía local es muy bajo con 2%, bajo con 51%, medio con 33%, alto con 13%, muy alto con 2%, siendo el nivel bajo el de mayor frecuencia de respuesta con 51%.

Conociendo estos datos, podemos afirmar que, la afluencia de turistas a la ciudad de Riobamba no es motivada por la gastronomía de la localidad, y esto se debe a la escasa oferta que existe sobre la comida tradicional, es un punto que ya se ha mencionado anteriormente, por tanto, la mejor manera de atraer a los turistas a la ciudad y que hagan práctica del turismo gastronómico, es ir de la mano Gobierno Autónomo Descentralizado y los establecimientos de alimentos y bebidas, por un lado la autoridad con estrategias de marketing y capacitando a los que pueden ofertar, y por el otro lado, los establecimientos adoptando medidas más serias sobre lo que es la gastronomía, educándose y capacitándose sobre los diferentes aspectos que les permitirá crecer en el turismo.

Tabla 50.
Operadores turísticos y la promoción gastronómica.

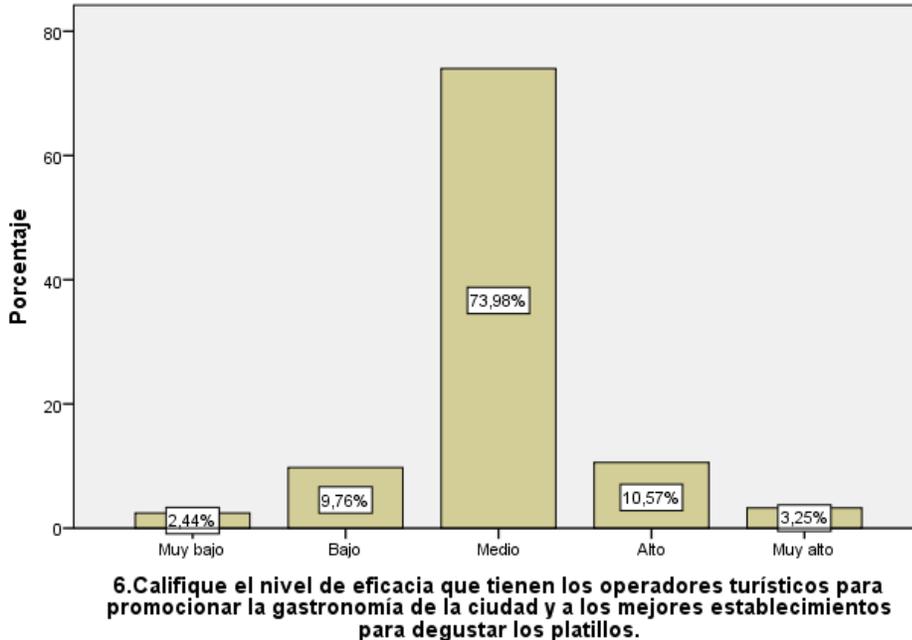
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	6	1,3	2,4	2,4
	Bajo	24	5,0	9,8	12,2
	Medio	182	38,2	74,0	86,2
	Alto	26	5,5	10,6	96,7
	Muy alto	8	1,7	3,3	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 34.

Operadores turísticos y la promoción gastronómica.

6. Califique el nivel de eficacia que tienen los operadores turísticos para promocionar la gastronomía de la ciudad y a los mejores establecimientos para degustar los platillos.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que la eficacia de los operadores turísticos para promocionar la gastronomía local y a los mejores establecimientos para degustar platillos es muy bajo en 2%, bajo en 10%, medio en 74%, alto en 11% y muy alto en 3%, siendo el nivel medio el de mayor valor porcentual con 74%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, en efecto los operadores turísticos tienen participación de lo que sería el turismo gastronómico, sin embargo, no hay suficiente interés por parte de éstos y tiene una razón, y es que dentro de lo que conocemos como destino turístico, no encaja muy bien la ciudad de Riobamba, si bien los destinos son un complemento de muchas características que en efecto la ciudad no cumple, también es cierto, que si no existe un impulso por parte de las organizaciones turísticas que tienen la posibilidad de hacerlo, será muy complicado que la localidad salga a flote y sobresalga de otros lugares. Es por ello que, las operadoras turísticas deberían unirse con el GAD de Riobamba, para crear estrategias que ayuden a los establecimientos de alimentos y

bebidas a brindar una verdadera experiencia turística, y así mismo que sean publicitados y tengan el soporte de los expertos en turismo.

Tabla 51.

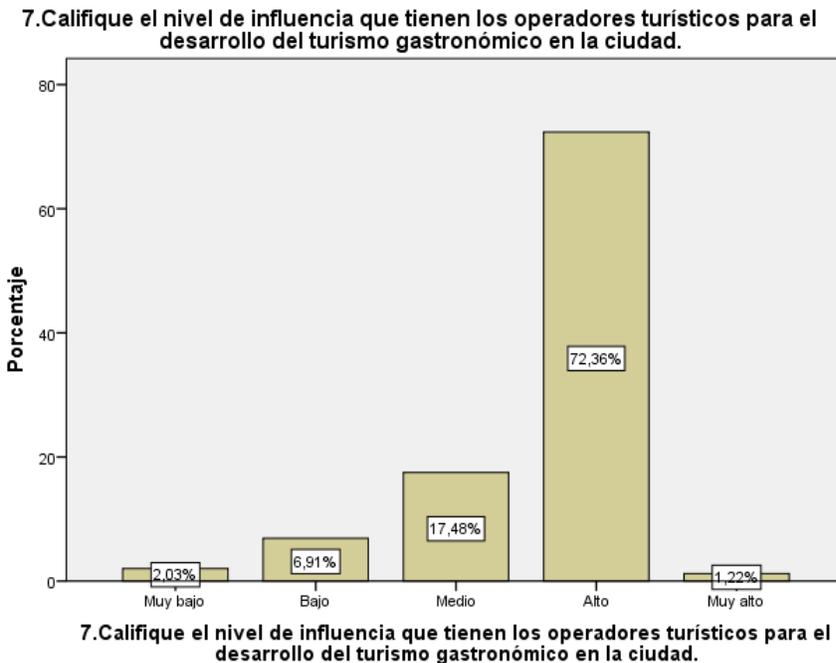
Influencia de los operadores turísticos en el desarrollo del turismo gastronómico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	5	1,1	2,0	2,0
	Bajo	17	3,6	6,9	8,9
	Medio	43	9,0	17,5	26,4
	Alto	178	37,4	72,4	98,8
	Muy alto	3	,6	1,2	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 35.

Influencia de los operadores turísticos en el desarrollo del turismo gastronómico.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que la influencia de los operadores turísticos para el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy bajo con 2%, bajo con 7%, medio con 17%, alto con 72%, muy alto con 1%, siendo el nivel alto con la mayor frecuencia de respuesta en un 72%.

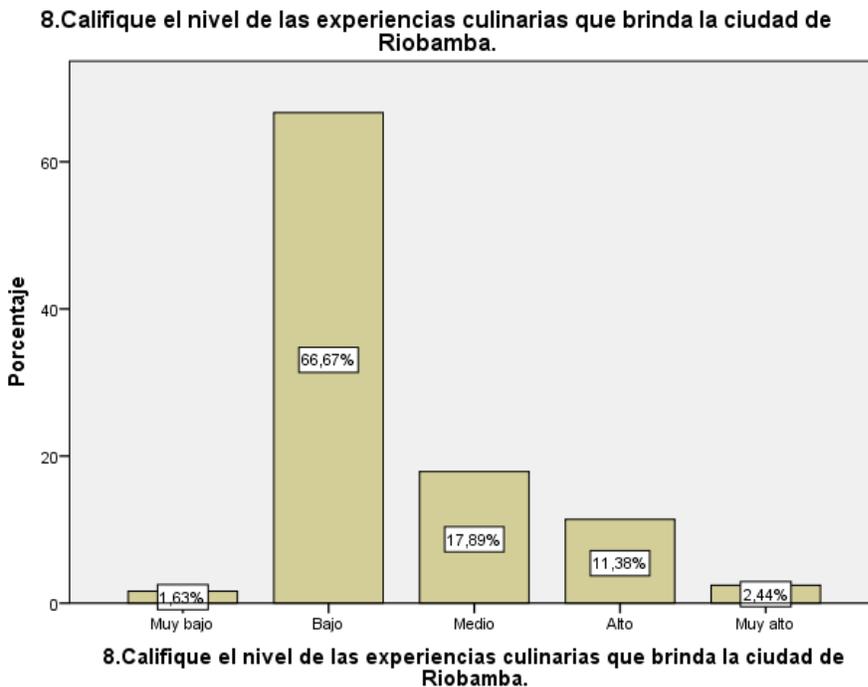
Conociendo estos datos, podemos decir que, los operadores turísticos sí tienen gran influencia sobre el desarrollo del turismo gastronómico, y es que son ellos los encargados de promocionar destinos, armar paquetes turísticos con todo incluido, tours, entre otros; y cada una de esas opciones hay entrada para la alimentación y es que se trata de proceso natural y vital para la vida, por tanto, para ayudar a incrementar todo lo que conlleva el turismo gastronómico en la ciudad, es vital que los establecimientos de alimentos y bebidas tenga la capacidad de proyectarse como lugar de acogida para turistas, así mismo, creando alianzas con las operadoras para que tengan mayor visibilidad.

Tabla 52.
Experiencias culinarias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	4	,8	1,6	1,6
	Bajo	164	34,5	66,7	68,3
	Medio	44	9,2	17,9	86,2
	Alto	28	5,9	11,4	97,6
	Muy alto	6	1,3	2,4	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 36.
Experiencias culinarias.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados consideran que las experiencias culinarias que brinda la ciudad de Riobamba son de nivel muy bajo en 2%, bajo 67%, medio 18%, alto 11%, muy alto 2%, siendo el nivel bajo el de mayor frecuencia entre las respuestas de los habitantes con un 67%.

Conociendo estos datos, podemos afirmar que, las experiencias culinarias en la ciudad no son las mejores y esto se debe a todo lo que se ha mencionado con anterioridad, la ausencia de conocimientos específicos en el área gastronómica es una debilidad enorme, al igual que la competición entre establecimientos mayormente sobre el sector de comida rápida, eso y más, son experiencias no muy distinguidas del resto, por tanto, las capacitaciones y la educación, siguen siendo una opción viable.

Tabla 53.

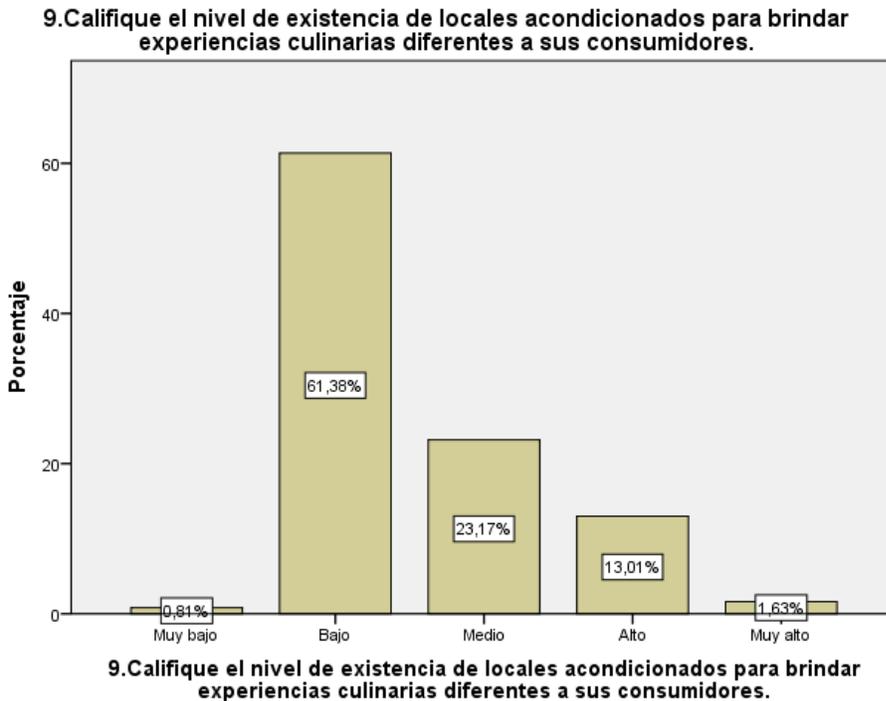
Locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	,8	,8
	Bajo	151	31,7	61,4	62,2
	Medio	57	12,0	23,2	85,4
	Alto	32	6,7	13,0	98,4
	Muy alto	4	,8	1,6	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 37.

Locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados piensan que la existencia de locales acondicionados para brindar experiencias culinarias diferentes es muy bajo en 1%, bajo 61%, medio en 23%, alto en 13%, muy alto en 2%, siendo el nivel bajo el de mayor frecuencia de respuestas con 61%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad, mayormente no cuentan con los espacios acondicionados para ofrecer experiencias culinarias diferentes a lo común, y es parte de lo mismo que se ha relatado, la mayoría de estos establecimientos fueron creados por emprendedores o personas que tenían conocimientos empíricos en la gastronomía, sin embargo, es claro que la cocina casera no es ni parecida a la cocina de restaurante, por lo cual, se continua haciendo hincapié en la importancia de contar con el apoyo del GAD de la ciudad de Riobamba para educar, capacitar y orientar a los establecimientos a crecer y ayudar a crecer la localidad económicamente por medio del turismo gastronómico.

Tabla 54.

Potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas.

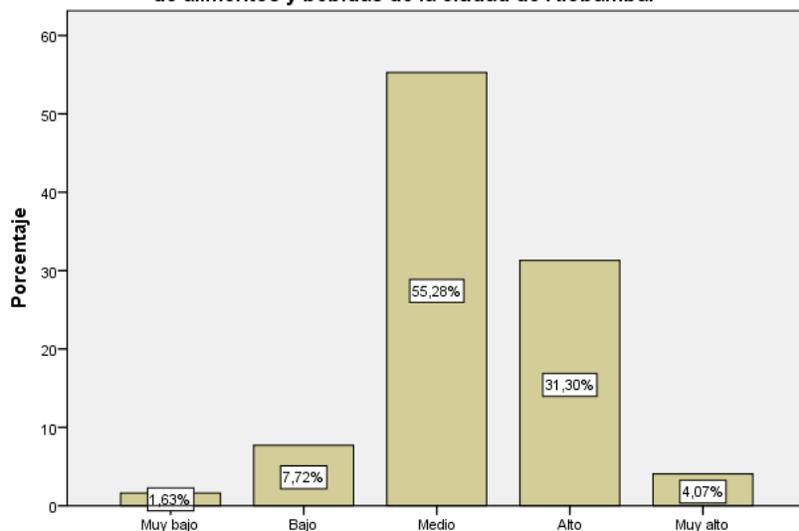
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	4	,8	1,6	1,6
	Bajo	19	4,0	7,7	9,3
	Medio	136	28,6	55,3	64,6
	Alto	77	16,2	31,3	95,9
	Muy alto	10	2,1	4,1	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 38.

Potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas.

10. Califique el nivel del potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.



10. Califique el nivel del potencial gastronómico existente en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el potencial gastronómico en la ciudad de Riobamba es muy bajo en 2%, bajo en 8%, medio en 55%, alto en 31%, muy alto en 4%, siendo el nivel medio el de mayor frecuencia de respuesta con un 55%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, la ciudad de Riobamba sí tiene potencial gastronómico por explotar, lo que verdaderamente necesita es esa ayuda por parte de las autoridades hacia los establecimientos que brindan estos servicios sin mayores conocimientos que los empíricos.

Tabla 55.

Productos y servicios con el cumplimiento de estándares de higiene y salubridad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	104	21,8	42,3	43,5

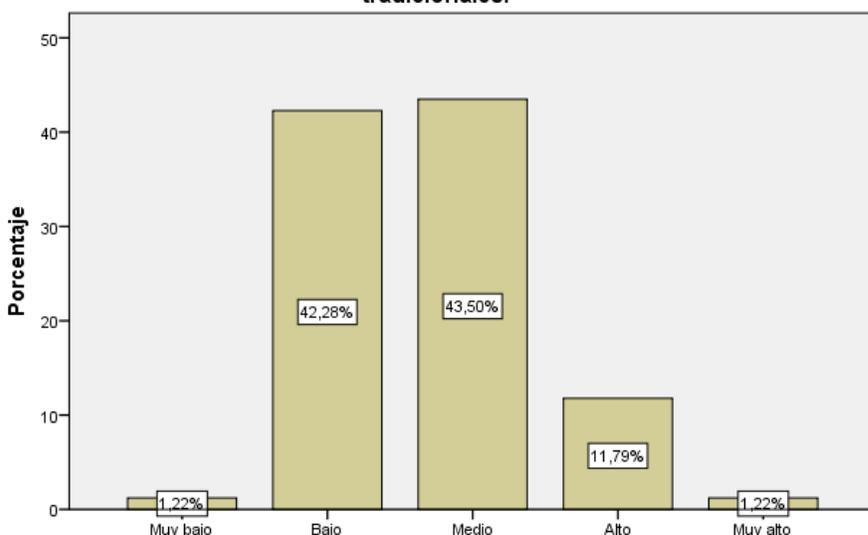
Medio	107	22,5	43,5	87,0
Alto	29	6,1	11,8	98,8
Muy alto	3	,6	1,2	100,0
Total	246	51,7	100,0	
Perdidos Sistema	230	48,3		
Total	476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 39.

Productos y servicios con el cumplimiento de estándares de higiene y salubridad.

11. Califique el nivel de productos y servicios que cumple con estándares de higiene y salubridad en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales.



11. Califique el nivel de productos y servicios que cumple con estándares de higiene y salubridad en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de productos y servicios que cumple con estándares de higiene y salubridad en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales es muy bajo con 1%, bajo con 42%, medio con 43%, alto con 12%, muy alto con 1%, siendo los más frecuentes en respuestas el nivel bajo y nivel medio, distanciados únicamente por 1%.

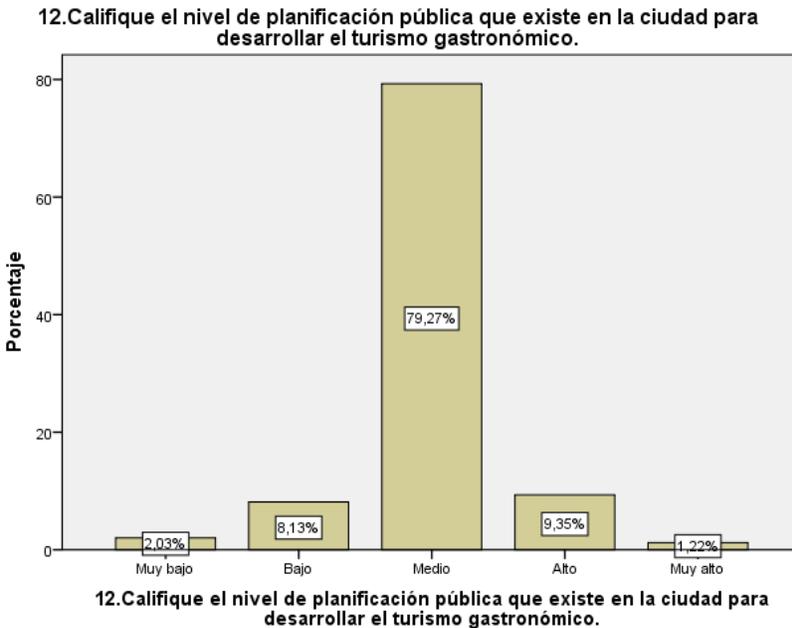
Conociendo estos datos, podemos decir que, en cuanto a la higiene y salubridad no se cumplen en su mayoría los estándares para este sector, y aunque se piense que son características obvias, no lo son, ya que como se mencionó antes, hay diferencias muy bien marcadas entre la cocina casera y la cocina de restaurante, y hay que recordar que en su mayoría estos establecimientos son dirigidos empíricamente por personas que disfrutan de la cocina, más no son expertos en el área ni son graduados en ésta, y al no existir ninguna limitante legal para dirigir estos establecimientos se obtiene lo que arrojaron las encuestas, que los consumidores perciban la escasa higiene y salubridad existente en los productos y servicios que se ofrecen, por tanto, al no existir ninguna ley que prohíba a cualquiera de tener un establecimiento de alimentos, lo mejor que se puede conseguir es que las autoridades apoyen en el desarrollo y crecimiento de estos con capacitaciones y educación por personal altamente formado.

Tabla 56. *Planificación pública*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	5	1,1	2,0	2,0
	Bajo	20	4,2	8,1	10,2
	Medio	195	41,0	79,3	89,4
	Alto	23	4,8	9,3	98,8
	Muy alto	3	,6	1,2	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 40.
Planificación pública



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de planificación pública que existe en la ciudad para desarrollar el turismo gastronómico es 2% para muy bajo, 8% para bajo, 79% para medio, 9% para alto y 1% para muy alto, siendo entonces el 79% del nivel medio el de mayor frecuencia.

Conociendo estos datos, podemos decir que, existe una media planificación pública para el desarrollo del turismo gastronómico desde la apreciación de los habitantes, en consecuencia si hay el interés quizás en hacer crecer el turismo gastronómico sin embargo, hace falta una verdadera ejecución de esos planes para poder obtener frutos. Esto únicamente dependerá del Gobierno Autónomo Descentralizado, claro que puede estar aliado con operadores turísticos, universidades, escuelas gastronómicas, etc.

Tabla 57.
Importancia del turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico.

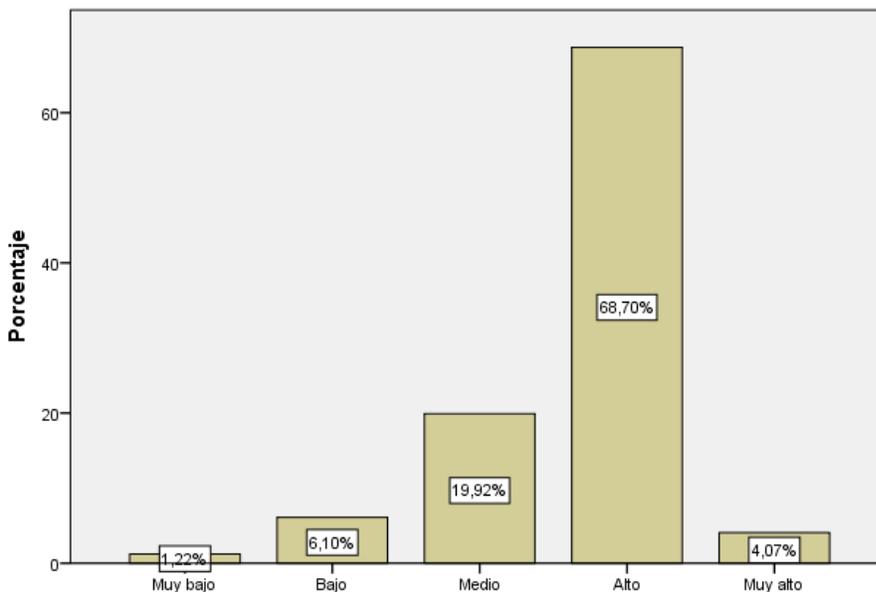
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	15	3,2	6,1	7,3
	Medio	49	10,3	19,9	27,2
	Alto	169	35,5	68,7	95,9
	Muy alto	10	2,1	4,1	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 41.

Importancia del turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico.



13. Califique el nivel de importancia que tiene el turismo gastronómico en el desarrollo del sector turístico en la ciudad de Riobamba.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de importancia que tiene el turismo gastronómico en el

desarrollo del sector turístico en la ciudad de Riobamba es 1% para muy bajo, 6% para bajo, 20% para medio, 69% para alto y 4% para muy alto, siendo el nivel alto el de mayor frecuencia con 69%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, la importancia del turismo gastronómico para el desarrollo del sector turístico en la ciudad es alto, ya que, como se expresó con anterioridad el turismo gastronómico solo es una pieza de todo el rompecabezas del turismo, son un conglomerado de características que se deben cumplir armónicamente para crear un destino, y que en efecto la ciudad de Riobamba, no cuenta con estos, sin embargo, para iniciar no se necesita exclusivamente de un orden turístico, por tanto, el desarrollo de algo tan básico como lo son los alimentos no es tan descabellado, ya que, sería el impulso necesario para que aparezcan otras piezas de este gran rompecabezas, al existir mayor afluencia turística aumentarían las pernoctaciones, lo cual le abriría las puertas al sector hotelero, que a su vez, también abriría paso a los diferentes sitios culturales y de diversión a ser visitados, y así sucesivamente.

Tabla 58.
Importancia de la sensorialidad en la mejora de servicios.

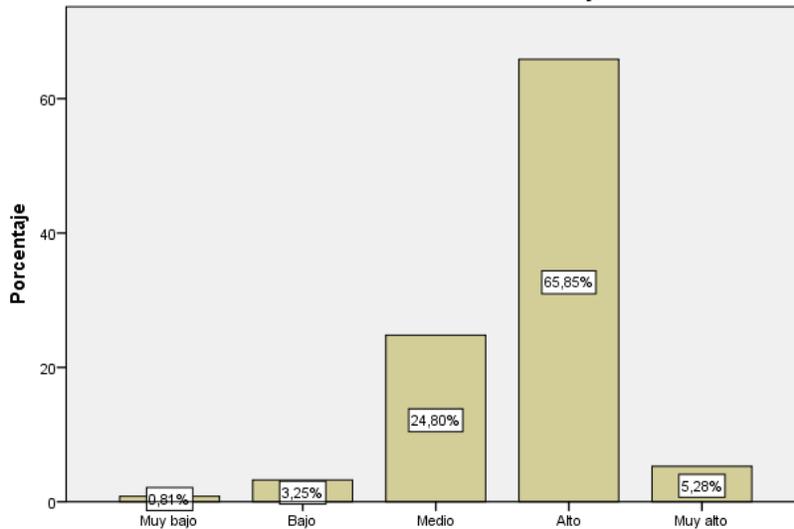
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	,8	,8
	Bajo	8	1,7	3,3	4,1
	Medio	61	12,8	24,8	28,9
	Alto	162	34,0	65,9	94,7
	Muy alto	13	2,7	5,3	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 42.

Importancia de la sensorialidad en la mejora de servicios.

14. Califique el nivel de importancia que tiene la sensorialidad para mejorar los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas.



14. Califique el nivel de importancia que tiene la sensorialidad para mejorar los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de importancia que tiene la sensorialidad para mejorar los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas es 1% para muy bajo, 3% para bajo, 25% para medio, 66% para alto y 5% para muy alto, siendo el nivel alto es de mayor frecuencia en respuestas.

Conociendo estos datos, podemos decir que, la sensorialidad es un aspecto importante dentro de la gastronomía pero altamente ignorado en la localidad de Riobamba, la sensorialidad permite conectar de muchas formas a los turistas o visitantes que viven esta experiencia, desde la parte olfativa, gustativa, e incluso tacto, son vivencias que marcan una estancia y también la percepción de quien la vive, con la ayuda del estudio gastronómico se abren un mundo de posibilidades que permitirían crear espacios únicos en la ciudad, y el arte de comer dejará de ser solo eso.

Tabla 59.

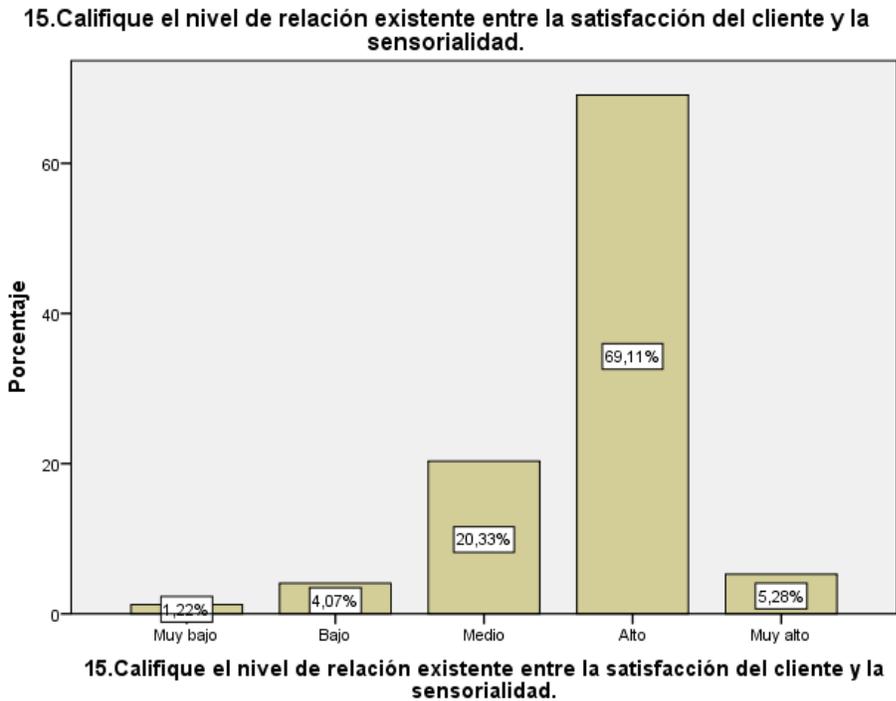
Relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	10	2,1	4,1	5,3
	Medio	50	10,5	20,3	25,6
	Alto	170	35,7	69,1	94,7
	Muy alto	13	2,7	5,3	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 43.

Relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de relación existente entre la satisfacción del cliente y la sensorialidad es de 1% para muy bajo, 4% para bajo, 20% para medio, 69% para alto y 5% para muy alto, siendo el nivel alto el de mayor frecuencia en las respuestas.

Conociendo estos datos, podemos decir que, sí hay un lazo estrecho entre la satisfacción del consumidor y la sensorialidad, ya que, el turismo gastronómico es eso presentar o dar a conocer un lugar por medio de alimentos en sus diferentes presentaciones, olores, sabores y texturas, por tanto, si se presenta un plato simplemente por presentarse, sin enfocarse en nada más, la experiencia del consumidor irá en picada. Para esto, se plantea que los ilustrados en la gastronomía brinden su apoyo al sector, recordando que son personas con ganas de mejorar y aprender, por un bien profesional y por un bien económico personal y a nivel de la ciudad.

Tabla 60. Nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos.

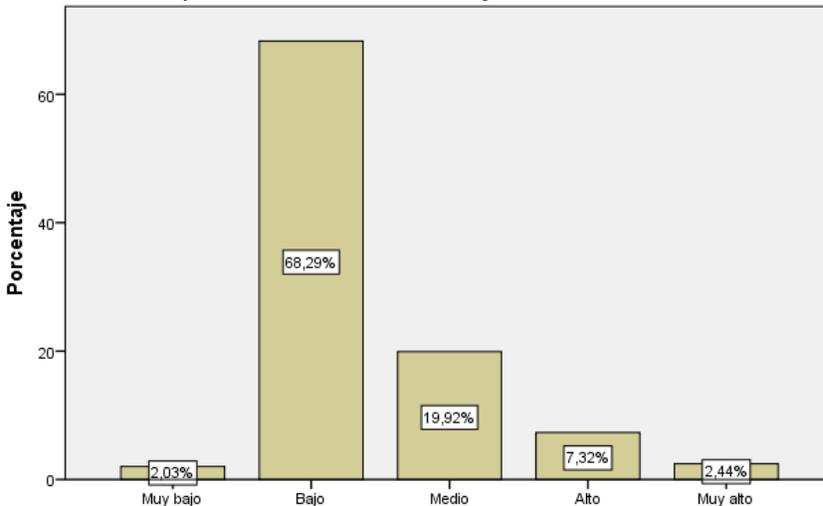
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	5	1,1	2,0	2,0
	Bajo	168	35,3	68,3	70,3
	Medio	49	10,3	19,9	90,2
	Alto	18	3,8	7,3	97,6
	Muy alto	6	1,3	2,4	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 44.

Nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos.

16. Califique el nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales, considerando que son la base fundamental para la difusión de la cultura y ancestralidad.



16. Califique el nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales, considerando que son la base fundamental para la difusión de la cultura y ancestralidad.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel higiénico con el que cuentan los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales, considerando que son la base fundamental para la difusión de la cultura y ancestralidad es del 2% para muy bajo, 68% para bajo, 20% para medio, 7% para alto y 2% para muy alto, siendo entonces el nivel bajo el de mayor frecuencia en las respuestas.

Conociendo estos datos, podemos afirmar que, los niveles higiénicos de los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales no cuentan en absoluto con las medidas mínimas de salubridad, considerando que estos son los encargados indirectamente de la difusión de la cultura y ancestralidad, pues podemos deducir una razón más para que no exista mayor interés de los turistas en desarrollar el turismo gastronómico en la ciudad. Esto se soluciona con tiempo y mucho esfuerzo, además de la unión de las diferentes entidades públicas y privadas que tienen en su poder la ayuda necesaria para dichos establecimientos.

Tabla 61.

Conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.

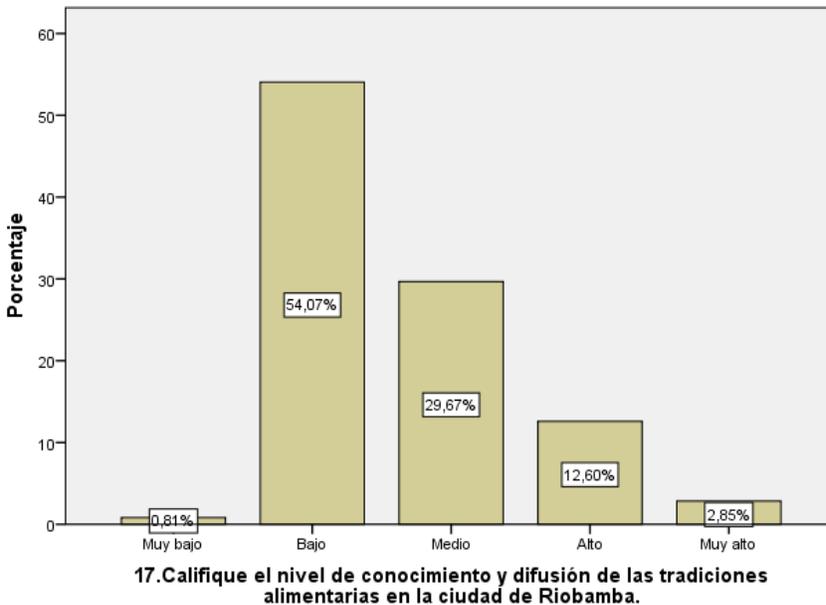
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	,8	,8
	Bajo	133	27,9	54,1	54,9
	Medio	73	15,3	29,7	84,6
	Alto	31	6,5	12,6	97,2
	Muy alto	7	1,5	2,8	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 45.

Conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.

17. Califique el nivel de conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de conocimiento y difusión de las tradiciones alimentarias en la ciudad de Riobamba es del 1% en muy bajo, 54% en bajo, 30% en medio, 13% en alto y 3% en muy alto, siendo el nivel bajo el de mayor frecuencia en las respuestas con un 54%.

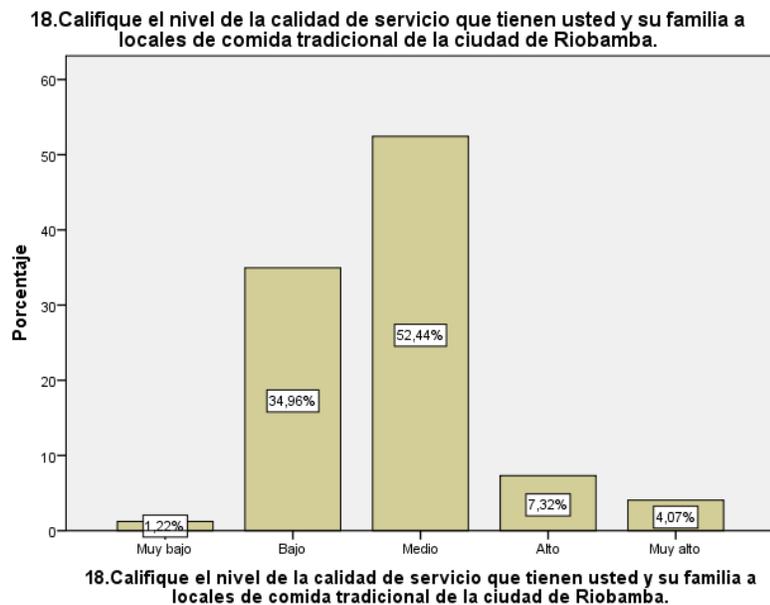
Conociendo estos datos, podemos decir que, al no existir mayor conocimiento del área gastronómica más allá de lo empírico, la difusión de las tradiciones alimentarias se dificulta mucho más, he aquí la importancia de conocer sobre la gastronomía local, sus raíces, y de igual manera las evoluciones que esta ha tenido, de esta manera la difusión se dará prácticamente sola. Con el apoyo adecuado de los expertos y el interés de las entidades gubernamentales, se puede lograr un gran cambio en el turismo y el turismo gastronómico de la ciudad de Riobamba.

Tabla 62.
Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	86	18,1	35,0	36,2
	Medio	129	27,1	52,4	88,6
	Alto	18	3,8	7,3	95,9
	Muy alto	10	2,1	4,1	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 46.
Calidad de servicio.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de la calidad de servicio que han recibido en locales de comida tradicional de la ciudad de Riobamba es del 1% para muy bajo, 35% para bajo, 52% para medio, 7% para alto y 4% para muy alto, siendo en este caso el nivel medio con 52% el de mayor frecuencia en las respuestas.

Conociendo estos datos, podemos decir que, en cuanto a la calidad de servicio ofertado en los establecimientos de alimentos y bebidas tradicionales de la ciudad una media conformidad o inconformidad, ya que, lo que la encuesta indica es que el servicio no está ni bien ni mal, entonces hace falta reforzar incluso la atención al cliente, la presentación personal, la presentación de la comida, entre otros;, aspectos que claramente pueden ser modificados y que serán un aporte al desarrollo de los mismos, pero es un proceso de concientización que debe ser llevado con paciencia por parte de los expertos y con apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado.

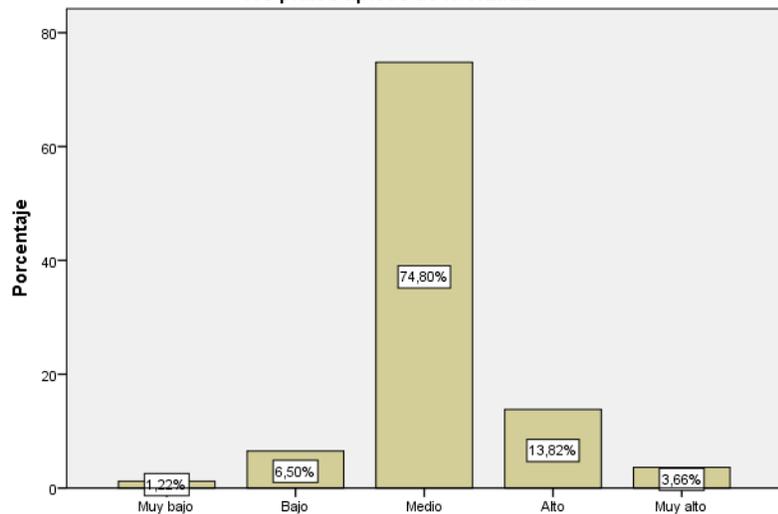
Tabla 63. Identidad cultural.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	16	3,4	6,5	7,7
	Medio	184	38,7	74,8	82,5
	Alto	34	7,1	13,8	96,3
	Muy alto	9	1,9	3,7	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 47.
Identidad cultural.

19. Califique el nivel de identidad cultural que trasmite la historia de cada uno de los platos típicos de la ciudad.



19. Califique el nivel de identidad cultural que trasmite la historia de cada uno de los platos típicos de la ciudad.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de identidad cultural que trasmite la historia de cada uno de los platos típicos de la ciudad es del 1% para muy bajo, 7% para bajo, 75% para medio, 14% para alto y 4% para muy alto, siendo el 75% del nivel medio la respuesta más frecuente.

Conociendo estos datos, podemos decir que, lo platos que se ofertan en la ciudad medianamente transmiten algo de identidad cultural, esto simbólicamente afecta al turismo gastronómico porque no hay mayor valor que atraiga o llame la atención, sin embargo, como todo está conectado, la solución se encuentra igualmente en las capacitaciones y educación por parte de los expertos a los emprendedores.

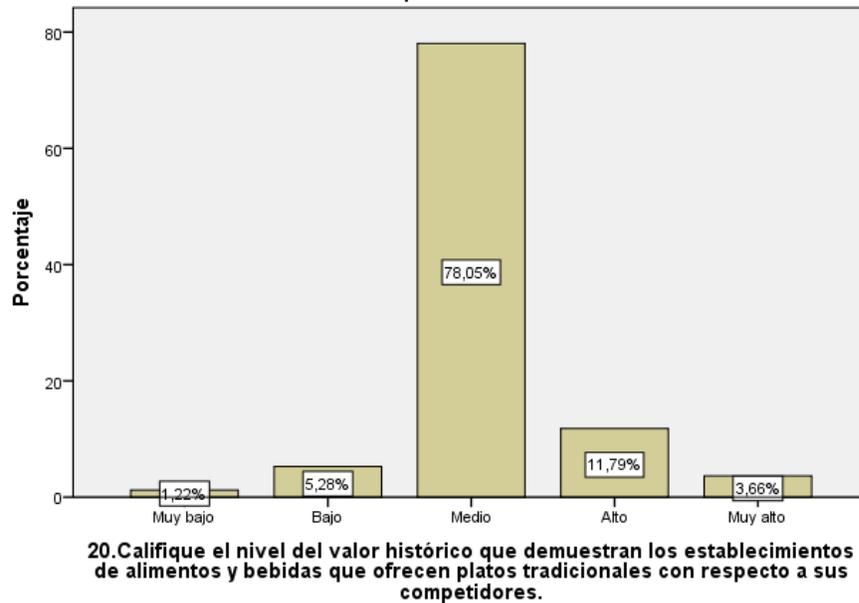
Tabla 64. Valor histórico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	13	2,7	5,3	6,5
	Medio	192	40,3	78,0	84,6
	Alto	29	6,1	11,8	96,3
	Muy alto	9	1,9	3,7	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 48.
Valor histórico.

20. Califique el nivel del valor histórico que demuestran los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen platos tradicionales con respecto a sus competidores.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de valor histórico que demuestran los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen platos tradicionales es del 1% para muy bajo, 5% para bajo, 78% para medio, 12% para alto y 4% para muy alto, siendo el nivel medio el de mayor frecuencia en las respuestas con el 78%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, el valor histórico es medianamente demostrado en los establecimientos de alimentos y bebidas que ofertan platos tradicionales, al igual que en el caso anterior simbólicamente afecta al turismo gastronómico porque no hay mayor historia que atraiga o llame la atención, sin embargo, como todo está relacionado entre sí, la solución se encuentra igualmente en las capacitaciones y educación por parte de los expertos a los emprendedores.

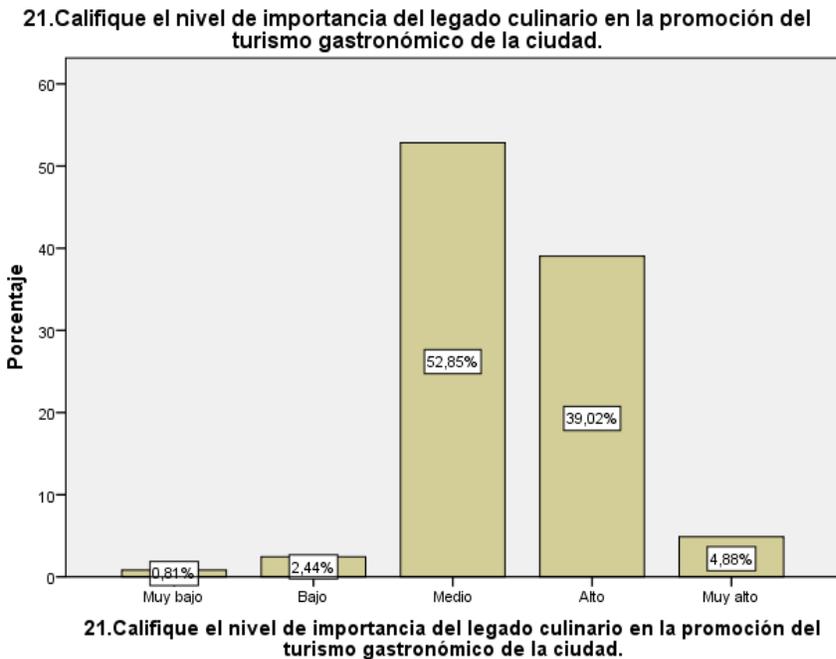
Tabla 65.
Importancia del legado culinario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	,4	,8	,8
	Bajo	6	1,3	2,4	3,3
	Medio	130	27,3	52,8	56,1
	Alto	96	20,2	39,0	95,1
	Muy alto	12	2,5	4,9	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 49.

Importancia del legado culinario.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de importancia del legado culinario en la promoción del turismo gastronómico de la ciudad es del 1% para muy bajo, 2% para bajo, 53% para medio, 39% para alto y 5% para muy alto, siendo el nivel medio el de mayor frecuencia y valor porcentual con el 53%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, los habitantes consideran que la importancia del legado culinario es media, pero dentro de la promoción del turismo gastronómico es realmente importante, pues es la cuna de la gastronomía de una localidad específica, si los encargados de ofertar la gastronomía se olvidan del legado culinario, el turismo gastronómico fracasará indudablemente, por ello, es importante contar con el apoyo de los expertos y estudiados en el área, así mismo, con las autoridades como lo es el GAD.

Tabla 66.
Valoración del legado culinario.

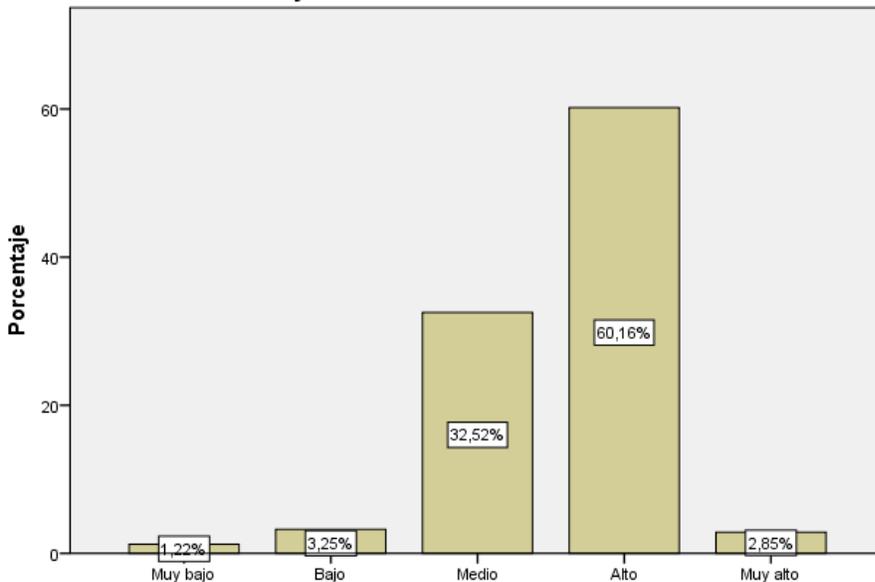
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3	,6	1,2	1,2
	Bajo	8	1,7	3,3	4,5
	Medio	80	16,8	32,5	37,0
	Alto	148	31,1	60,2	97,2
	Muy alto	7	1,5	2,8	100,0
	Total	246	51,7	100,0	
Perdidos	Sistema	230	48,3		
Total		476	100,0		

Nota. Adaptado del Trabajo de Titulación *Encuestas a los Habitantes de la ciudad de Riobamba*, por Parra (2022)

Gráfico 50.

Valoración del legado culinario.

22. Califique el nivel de valoración del legado culinario en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.



22. Califique el nivel de valoración del legado culinario en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Parra Ailen (2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la encuesta, podemos observar que los habitantes encuestados opinan que, el nivel de valoración del legado culinario en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba es del 1% para el nivel muy bajo, 3% para el nivel bajo, 33% para el nivel medio 60% para el nivel alto, 3% para el nivel muy alto, siendo el nivel alto el de mayor valor porcentual con el 60%.

Conociendo estos datos, podemos decir que, el legado culinario es de alto valor para los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba, por ello, es sumamente importante no dejarlo por fuera de las estrategias de venta y mucho menos por fuera de los platillos, al igual que en el caso anterior, es fundamental contar con la orientación de los expertos gastronómicos y de igual forma con el apoyo del GAD de la ciudad.