



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

**Prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy  
Alfaro del cantón Latacunga**

**Trabajo de Titulación para optar al título de licenciado en turismo**

**Autor:**

**Remache Pichucho Karina Lizbeth**

**Tutor:**

**Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero**

**Riobamba, Ecuador. 2023**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Karina Lizbeth Remache Pichucho, con cédula de ciudadanía 172262495-2, autora del trabajo de investigación titulado: “Prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga”, 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 30 de octubre del 2023



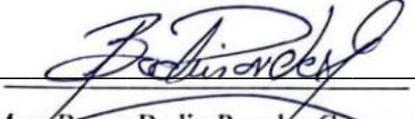
Karina Lizbeth Remache Pichucho

C.I: 172262495-2

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Quien suscribe, Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias políticas y administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado “Prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga”, bajo la autoría de Karina Lizbeth Remache Pichucho; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informo en honor a la verdad; en Riobamba, a los 30 días del mes de octubre de 2023

  
Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero  
C.I: 180273827-6

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

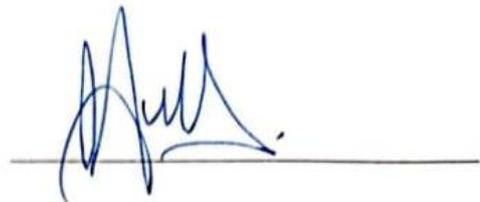
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga”, presentado por Karina Lizbeth Remache Pichucho, con cédula de identidad número 172262495-2, bajo la tutoría de Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 30 de octubre del 2023

Mgs. Margoth Cali  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Handwritten signature in blue ink on a horizontal line. The signature is cursive and appears to read 'Margoth Cali'.

Mgs. Renato Herrera  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Handwritten signature in blue ink on a horizontal line. The signature is cursive and appears to read 'Renato Herrera'.

Mgs. Henry Villa  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Handwritten signature in blue ink on a horizontal line. The signature is cursive and appears to read 'Henry Villa'.



Dirección  
Académica  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.15  
VERSIÓN 01: 06-09-2021

# CERTIFICACIÓN

Que, **KARINA LIZBETH REMACHE PICHUCHO** con CC: **172262495-2**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**PRESTADORES DE SERVICIOS Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO DEL CANTÓN LATACUNGA**", cumple con el 4 %, 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, 24 de julio de 2023



FANNY MARYLIN  
LASCANO VERA

Mgs. Fanny Marilyn Lascano Vera

**TUTOR(A)**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios, quien me acompaña en cada paso que doy, a mi papá José Enrique Remache quien me alienta a llegar más allá de lo que me propongo, a mi amada madre Blanca Marina Pichucho quien con su amor y sabiduría es mi ejemplo a seguir, a mi hermano y compañero de vida David Remache que con su cariño y amistad incondicional hemos aprendido a vivir al máximo en cada kilómetro, a mi querida hermana quien me recuerda que siempre hay un "por qué", y a mi segunda mamá Piedad Rodríguez quien con su amor me impulsa a seguir cumpliendo metas.

**Karina Lizbeth Remache Pichucho**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo, por haberme brindado la oportunidad de formarme como profesional en la carrera de Licenciatura en Turismo, a mis docentes quienes compartieron conmigo sus conocimientos y consejos, a mi tutora de investigación Mgs. Marylin Lascano quien con su paciencia y dedicación fue mi guía para la elaboración de esta investigación

A los amigos incondicionales que he conocido en el transcurso de este capítulo de mi vida llamado universidad, en especial a mi mejor amigo Jordan Gadñay quien fue, es y será mi rincón seguro.

Al Ing. William Bastidas presidente de la junta parroquial Eloy Alfaro y a la parroquia Eloy Alfaro por el apoyo brindado.

**Karina Lizbeth Remache Pichucho**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN .....	16
ABSTRACT.....	16
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	18
1.2. Problema.....	20
1.3. Justificación.....	21
1.3. Objetivos.....	21
1.3.1. Objetivo General. ....	21
1.3.2. Objetivos Específicos. ....	21
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Estado del Arte .....	22
2.2. Variable Independiente: Prestadores de Servicios.....	22
2.2.1. Servicios y Productos. ....	23
2.2.2 Inocuidad Alimentaria .....	26
2.2.3. Técnicas culinarias .....	29
2.3. Variable dependiente: Turismo Gastronómico. ....	33
2.3.1. Gastronomía.....	34
2.3.2. Prestadores de servicios .....	35
2.3.3. Identidad cultural.....	39
CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....	41
3.1 Tipo de Investigación. ....	41
3.1.1 Investigación documental.....	41
3.1.2 Investigación correlacional .....	41
3.1.3 Investigación descriptiva.....	41

3.2	Diseño de Investigación.....	41
3.2.1	No experimental .....	41
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	42
3.3.1	Técnicas de recolección de datos (variable independiente) .....	42
3.3.3	Observación.....	43
3.4	Población de estudio y tamaño de muestra.....	43
3.4.1	Población de estudio.....	43
3.4.2	Tamaño de muestra .....	44
3.5	Hipótesis de la investigación. ....	45
3.5.1	Hipótesis generales.....	45
3.5.2	Hipótesis Específicas.....	45
3.5.	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	45
3.5.1.	Validación de los instrumentos de evaluación. ....	45
3.5.2	Confiabilidad de los instrumentos.....	46
3.5.4.	Confiabilidad del instrumento de la variable Independiente (Prestadores de servicios). ....	47
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		48
4.1.	Análisis, interpretación y discusión de resultados .....	48
4.1.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados variable independiente Prestadores de servicios. ....	48
4.1.3	Preguntas claves variable independiente: Prestadores de servicios. ....	57
4.1.4.	Preguntas claves variable dependiente: turismo gastronómico.....	59
4.2.	Prueba de hipótesis.....	61
4.2.1.	Hipótesis general .....	61
4.2.2.	Hipótesis específicas.....	62
4.3.	Presentación de resultados.....	65
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....		66

5.1 CONCLUSIONES.....	66
5.2 RECOMENDACIONES .....	66
CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....	67
Título de la propuesta .....	67
Objetivos.....	67
Objetivo general .....	67
Objetivos específicos .....	67
Introducción.....	67
Antecedentes.....	68
Justificación .....	68
Desarrollo de la propuesta. ....	69
BIBLIOGRAFÍA .....	82
ANEXOS .....	111

## ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1:</b> Áreas de almacenamiento.....	31
<b>Tabla 2:</b> Tiempo de conservación de alimentos fríos .....	31
<b>Tabla 3:</b> Preparación de alimentos .....	32
<b>Tabla 4:</b> Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios .....	36
<b>Tabla 5:</b> Servicios.....	37
<b>Tabla 6:</b> Producto turismo .....	37
<b>Tabla 7:</b> Calidad del servicio .....	39
<b>Tabla 8:</b> Población (prestadores de servicio).....	43
<b>Tabla 9:</b> Expertos de la validación del instrumento.....	46
<b>Tabla 10:</b> Rangos de confiabilidad.....	46
<b>Tabla 11:</b> Confiabilidad del instrumento de la variable dependiente .....	47
<b>Tabla 12:</b> Confiabilidad del instrumento de la variable Independiente. ....	47
<b>Tabla 13:</b> Análisis e interpretación de resultados variable independiente.....	48
<b>Tabla 14:</b> Análisis e interpretación de resultados variable dependiente.....	53
<b>Tabla 15:</b> Almacenamiento 2.....	57
<b>Tabla 16:</b> Preparación 1.....	58
<b>Tabla 17:</b> Servicio 2.....	59
<b>Tabla 18:</b> Costumbres gastronómicas 1.....	60
<b>Tabla 19:</b> Comprobación de hipótesis general.....	61
<b>Tabla 20:</b> Comprobación de hipótesis Especifica 1 .....	62
<b>Tabla 21:</b> Comprobación de hipótesis Especifica 2.....	63
<b>Tabla 22:</b> Comprobación de hipótesis Especifica 3.....	64
<b>Tabla 23:</b> Análisis del programa 6 del plan de turismo Latacunga.....	71
<b>Tabla 24:</b> Proyecto 16.....	72
<b>Tabla 25:</b> Entidades Públicas.....	73
<b>Tabla 26:</b> Entidades Privadas.....	74
<b>Tabla 27:</b> Recursos.....	75
<b>Tabla 28:</b> Presupuesto del cantón Latacunga.....	76
<b>Tabla 29:</b> Presupuesto estimado de la capacitación .....	76
<b>Tabla 30:</b> Necesidades de los prestadores de servicios.....	77
<b>Tabla 31:</b> Planificación .....	79

<b>Tabla 32:</b> Edad (Prestadores de servicios).....	112
<b>Tabla 33:</b> Sexo (Prestadores de servicio).....	113
<b>Tabla 34:</b> Nivel de Instrucción (Prestadores de servicio).....	114
<b>Tabla 35:</b> Ingreso económico mensual (Prestadores de servicio).....	115
<b>Tabla 36:</b> Registro de permiso.....	116
<b>Tabla 37:</b> Satisfacción 1.....	117
<b>Tabla 38:</b> Satisfacción 2.....	118
<b>Tabla 39:</b> Facilidades turísticas 1.....	119
<b>Tabla 40:</b> Facilidades turísticas 2.....	120
<b>Tabla 41:</b> Atractivos 1.....	121
<b>Tabla 42:</b> Atractivos 2.....	122
<b>Tabla 43:</b> Almacenamiento 1.....	123
<b>Tabla 44:</b> Almacenamiento 2.....	124
<b>Tabla 45:</b> Distribución 1.....	125
<b>Tabla 46:</b> Distribución 2.....	126
<b>Tabla 47:</b> Preparación 1.....	127
<b>Tabla 48:</b> Preparación 2.....	128
<b>Tabla 49:</b> Procesos 1.....	129
<b>Tabla 50:</b> Procesos 2.....	130
<b>Tabla 51:</b> Técnicas culinarias 1.....	131
<b>Tabla 52:</b> Técnicas culinarias 2.....	132
<b>Tabla 53:</b> Edad (Turistas).....	133
<b>Tabla 54:</b> Sexo (Turistas).....	134
<b>Tabla 55:</b> Nivel de instrucción (Turistas).....	135
<b>Tabla 56:</b> Ingreso económico mensual (Turistas).....	136
<b>Tabla 57:</b> Tradición 1.....	137
<b>Tabla 58:</b> Tradición 2.....	138
<b>Tabla 59:</b> Cultivos y cosechas 1.....	139
<b>Tabla 60:</b> Cultivos y cosechas 2.....	140
<b>Tabla 61:</b> Relación cultural 1.....	141
<b>Tabla 62:</b> Relación cultural 1.....	142
<b>Tabla 63:</b> Servicio 1.....	143
<b>Tabla 64:</b> Servicio 2.....	144

<b>Tabla 65:</b> Productos1. ....	145
<b>Tabla 66:</b> Productos 2. ....	146
<b>Tabla 67:</b> Calidad 1. ....	147
<b>Tabla 68:</b> Calidad 2. ....	148
<b>Tabla 69:</b> Herencia culinaria 1. ....	149
<b>Tabla 70:</b> Herencia culinaria 2. ....	150
<b>Tabla 71:</b> Costumbres gastronómicas 1. ....	151
<b>Tabla 72:</b> Costumbres gastronómicas 2. ....	152

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1:</b> Características de un producto .....	38
<b>Ilustración 2:</b> Almacenamiento 2. ....	57
<b>Ilustración 3:</b> Preparación 1. ....	58
<b>Ilustración 4:</b> Servicio 2. ....	59
<b>Ilustración 5:</b> Costumbres gastronómicas 1. ....	60
<b>Ilustración 6:</b> Fases de la propuesta .....	70
<b>Ilustración 7:</b> Edad (Prestadores de servicio).....	112
<b>Ilustración 8:</b> Sexo (Prestadores de servicio).....	113
<b>Ilustración 9:</b> Nivel de instrucción (Prestadores de servicio).....	114
<b>Ilustración 10:</b> Ingreso Económico mensual (Prestadores de servicio).....	115
<b>Ilustración 11:</b> Registro de permiso.....	116
<b>Ilustración 12:</b> Satisfacción 1. ....	117
<b>Ilustración 13:</b> Satisfacción 2. ....	118
<b>Ilustración 14:</b> Facilidades turísticas 1.....	119
<b>Ilustración 15:</b> Facilidades turísticas 2.....	120
<b>Ilustración 16:</b> Atractivos 1. ....	121
<b>Ilustración 17:</b> Atractivos 2 .....	122
<b>Ilustración 18:</b> Almacenamiento 1. ....	123
<b>Ilustración 19:</b> Almacenamiento 2. ....	124
<b>Ilustración 20:</b> Distribución 1.....	125
<b>Ilustración 21:</b> Distribución 2.....	126
<b>Ilustración 22:</b> Preparación 1. ....	127
<b>Ilustración 23:</b> Preparación 2.....	128
<b>Ilustración 24:</b> Procesos 1.....	129
<b>Ilustración 25:</b> Procesos 2.....	130
<b>Ilustración 26:</b> Técnicas culinarias 1. ....	131
<b>Ilustración 27:</b> Técnicas culinarias 2 .....	132
<b>Ilustración 28:</b> Edad (Turistas).....	133
<b>Ilustración 29:</b> Sexo (Turistas). ....	134
<b>Ilustración 30:</b> Nivel de instrucción (Turistas).....	135
<b>Ilustración 31:</b> Ingreso económico mensual (Turistas). ....	136

<b>Ilustración 32:</b> Tradición 1. ....	137
<b>Ilustración 33:</b> Tradición 2. ....	138
<b>Ilustración 34:</b> Cultivos y cosechas 1. ....	139
<b>Ilustración 35:</b> Cultivos y cosechas 2. ....	140
<b>Ilustración 36:</b> Relación cultural 1. ....	141
<b>Ilustración 37:</b> Relación cultural 2. ....	142
<b>Ilustración 38:</b> Servicio 1. ....	143
<b>Ilustración 39:</b> Servicio 2. ....	144
<b>Ilustración 40:</b> Productos 1. ....	145
<b>Ilustración 41:</b> Productos 2. ....	146
<b>Ilustración 42:</b> Calidad 1. ....	147
<b>Ilustración 43:</b> Calidad 2. ....	148
<b>Ilustración 44:</b> Herencia culinaria 1. ....	149
<b>Ilustración 45:</b> Herencia culinaria 2. ....	150
<b>Ilustración 46:</b> Costumbres gastronómicas 1. ....	151
<b>Ilustración 47:</b> Costumbres gastronómicas 2. ....	152

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la relación de los prestadores de servicios y el turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga, ya que se considera a la gastronomía ofertada como atractivo de la zona, dando lugar al desarrollo de este tipo de turismo en la parroquia, sin embargo, se ha observado una deficiencia en este rubro.

Para poder determinar la causa principal del deficiente turismo gastronómico en la parroquia, se realiza el levantamiento de información mediante encuestas aplicadas a una población seleccionada estadísticamente y una guía de observación mismos que fueron validados por expertos de la Universidad Nacional de Chimborazo pertenecientes a la Carrera de Turismo.

Al determinar que la principal causa de deficiencia es el poco conocimiento en inocuidad alimentaria que se desarrolla mediante el incremento de prestadores de servicios informales, se da lugar a la propuesta del plan de capacitación en inocuidad alimentaria dirigida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.

Con la finalidad de dar viabilidad al plan de capacitación, la propuesta se encuentra estructurado en 8 fases analizando la propuesta actual del Plan de Turismo del cantón Latacunga 2020 – 2025, en un dialogando con las autoridades de la parroquia dieron a conocer el presupuesto para el plan de capacitación con temas básicos en inocuidad alimentaria, con lo que se pretende dar solución a la falta de conocimiento de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.

***Palabras claves:*** Prestadores de servicio, turismo gastronómico, inocuidad alimentaria, servicios, productos, gastronomía, platos típicos, platos tradicionales.

## ABSTRACT

The main objective of this research study was to analyze the relationship between service providers and gastronomic tourism in the parish of Eloy Alfaro in the canton of Latacunga, since the gastronomy on offer is considered a tourist attraction, giving rise to the development of gastronomic tourism in the parish. However, a deficient gastronomic tourism has been observed. To determine the main cause of the deficient gastronomic tourism in the parish, information was gathered through surveys and observation guides validated by experts from the National University of Chimborazo in the Tourism course. Samples are taken in order to obtain true data, which are analyzed and exposed to hypotheses that contribute to the orientation of the proposal. By determining that the main cause of the deficient gastronomic tourism in the parish is the lack of knowledge in food safety that is developed through the increase of informal service providers in the parish of Eloy Alfaro, the proposal for a training plan in food safety aimed at service providers in the parish of Eloy Alfaro was born. To make the training plan viable, the proposal is structured in 8 phases, analyzing the current proposal of the Tourism Plan of the canton of Latacunga 2020 - 2025, in dialogue with the authorities of the parish, who will provide the budget for the training plan with basic topics in food safety in order to cover the need for knowledge of service providers.

**Keywords:** Service providers, gastronomic tourism, food safety, services, products, gastronomy, typical dishes, traditional dishes.

TRANSLATED BY:

Mgs. Marco Aquino R.  
DOCENTE DE COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS



Código de Reconocimiento: **MDT-SCP-2021-0441**

Esta certificación corresponde al reconocimiento formal por haber alcanzado el desempeño esperado y haber demostrado los conocimientos, destrezas, aptitudes y habilidades en el presente perfil de cualificación profesional, otorgado por un Organismo Evaluador de la Conformidad reconocido.



## CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.

### 1.1. Antecedentes.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) menciona que el turismo gastronómico es un fenómeno turístico que ha crecido significativamente hasta convertirse en uno de los más dinámicos en la actualidad. Tanto los destinos como las empresas de viajes destacan la importancia de la gastronomía en el turismo, ya que contribuye al desarrollo económico local, nacional y regional.

El incremento de este se debe a que el consumo de alimentos los cuales son esenciales para un turista, sin embargo, a través de la necesidad de consumo requiere conocer tradiciones y costumbres mediante los platos tradicionales y locales de una zona.

(Pololikashvili, 2019) Secretario de la OMT en la “Guía para el desarrollo del turismo gastronómico” menciona que, “El interés por el turismo gastronómico ha crecido en los últimos años junto con su promoción intrínseca de la identidad regional, el desarrollo económico y el patrimonio tradicional. Siendo identificada la ventaja competitiva, cada vez más destinos en todo el mundo buscan posicionarse como destinos de turismo gastronómico.” (Pág. 2)

Este ha desarrollado un incremento notable dando lugar actualmente al 7<sup>mo</sup> Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT, el foro representó una oportunidad única para que los expertos en el creciente campo, permitiendo compartir nuevas ideas y buenas prácticas en el manejo de alimentos.

La Organización Mundial de Turismo presentó mediante uno de los foros de turismo gastronómico la plataforma ‘FoodieTourist’, que aspira a aliar a productores, empresas, academias, inversionistas, países e instituciones. La complementación de estos seis ejes es el “ecosistema de la gastronomía y el turismo” que presenta esta plataforma, con la finalidad de dar mejoras en los productos y servicios gastronómicos y de esta manera poder contar con más destinos turísticos e identificar rutas y destinos que cubran las necesidades de los turistas al realizar un viaje. (UNWTO, 2021).

La gastronomía del Ecuador es muy diversa debido a que consta de cuatro regiones tales como: Costa, Sierra, Oriente e Insular, las cuales permiten desarrollar diversos platos típicos y tradicionales, es por ello que la gastronomía en el país es uno de los motivos más relevantes, recalando que a través de esta se puede conocer las costumbres y tradiciones de las localidades, convirtiéndose en atractivos turísticos que fomentan el desarrollo del destino, por lo tanto, se debe recalcar la importancia de la gastronomía para el desarrollo turístico de un sector en particular.

Para posicionar al Ecuador como destino culinario, el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2018) proporciona el mapa gastronómico en el cual se identifican los platos típicos y tradicionales, así como bebidas representativas de las 24 provincias del país, este material ha sido difundido en ferias nacionales e internacionales con la finalidad de promocionar el turismo gastronómico del país.

La oferta gastronómica se basa en los productos locales con alta calidad y sobre todo salvaguardando el patrimonio cultural gastronómico de los destinos, de tal manera que permite a los turistas conocer y conectarse con la cultura local adquiriendo experiencias con su participación o vinculación con la localidad.

El “Mapa Gastronómico del Ecuador” es una propuesta que expone a la cocina nacional en platos de reconocida tradición que utilizan productos y alimentos de ríos, el mar y la tierra, así como usos y técnicas desde tiempos ancestrales hasta la actualidad. (Medrano, 2020)

La oferta gastronómica de la provincia de Cotopaxi está conformada por platos típicos y tradicionales los cuales, son considerados como atractivos turísticos del destino, así también estos forman parte del mapa gastronómico del país, resaltando las costumbres y tradiciones.

Al hablar de la provincia de Cotopaxi, no solo se debería asociarse al volcán, que lleva el mismo nombre el cual es considerado como uno de los más altos del mundo, sino también, a la amplia y rica gastronomía que se puede encontrar a lo largo de cada uno de sus cantones, el arte culinario de la provincia involucra la fusión de sabores y aromas propios de cada lugar, con una variedad de preparaciones culinarias, bebidas y postres, salvaguardando la diversidad de productos desde los campos agropecuarios hasta la industria, considerados como patrimonio alimentario del país. (Oñate, 2020)

## **1.2. Problema**

El deficiente turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga se debe al crecimiento de los prestadores de servicios informales, a este acontecimiento se suma el poco interés por las autoridades y una escasa organización de la parroquia, dando como efectos un inadecuado servicio en los establecimientos, la falta de mantenimiento y escasa implementación de facilidades turísticas.

El incremento de los prestadores de servicios informales ha desarrollado un inadecuado servicio en los establecimientos dado por el desconocimiento de la inocuidad alimentaria y técnicas culinarias ya que al ser informales se desarrolla un desconocimiento del almacenamiento, distribución y preparación de la materia prima que se usa para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia que son considerados como atractivos turísticos de la misma.

El desconocimiento de las técnicas culinarias ancestrales afecta a la conservación del patrimonio alimentario de la parroquia, es decir, el turismo gastronómico busca no solo satisfacer las necesidades básicas de los turistas, también busca dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia, sin embargo, este objetivo se ha visto afectado por los factores ya mencionados que generan una insatisfacción en los turistas.

### **1.3. Justificación**

El turismo gastronómico es sumamente importante en el desarrollo del turismo del Ecuador, ya que cuenta con una variedad de platos típicos y tradicionales, los cuales dan a conocer la identidad cultural de cada provincia.

La provincia de Cotopaxi posee una variedad de platos típicos y tradicionales en los cuales la gastronomía elaborada en el cantón Latacunga, ha sido motivo de investigaciones dando a conocer preparaciones culinarias desarrolladas por las parroquias urbanas como: La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Flores, sin embargo, las parroquias presentan un deficiente turismo gastronómico a razón del incremento de los prestadores de servicios informales que no representa la cultura culinaria ancestral de la zona, además, los mismos al brindar servicios de alimentos y bebidas sin registro alguno recaen en un desconocimiento de normativas y técnicas de inocuidad alimentaria, las cuales hoy en día son consideradas como prioridad al momento de presentar este servicio, por lo tanto, este acontecimiento genera desconformidad y peligro para los turistas.

La presente investigación dio a conocer la relación de los prestadores de servicios y el turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga, ya que para el desarrollo del mismo se considera necesario brindar a los turistas las facilidades que requieran, es por ello, que los prestadores de servicios de alimentos y bebidas con conocimiento en inocuidad alimentaria y técnicas culinarias son parte fundamental para el desarrollo del turismo en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

Para el cumplimiento de los objetivos trasados se optó por utilizar métodos e instrumentos de investigación que ayudaron a la recolección de datos mediante encuestas dirigidas a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas formales e informales y turistas nacionales e internacionales que visitaron el lugar, con ello se obtuvo resultados con los que se llegó a comprender el comportamiento de las variables y su relación.

### **1.3. Objetivos**

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

Analizar la relación de los prestadores de servicios con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Establecer la relación entre los servicios y productos con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- Priorizar la relación de la inocuidad alimentaria con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- Investigar la relación de las técnicas culinarias con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.**

### **2.1. Estado del Arte**

En la actualidad los platos típicos y tradicionales de la parroquia Eloy Alfaro son considerados como atractivos principales del cantón de Latacunga, lo cual ha generado diversas investigaciones donde se busca conocer costumbres y tradiciones mediante la gastronomía del cantón.

(Bedón Echeverría, 2019) mediante investigación se logra identificar las técnicas de vanguardia que mejor se adaptan a la gastronomía de la ciudad de Latacunga, lo cual permitió aplicar técnicas de cocina de vanguardia a los platos típicos y tradicionales, con el fin de revalorizar las preparaciones de la zona central andina del Ecuador y difundir sus tradiciones y costumbres mediante la propuesta de “los 15 platos tradicionales más representativos de Latacunga con diferentes técnicas de vanguardia”, se logró mantener su sabor y aroma. (Pág. 8).

Tomando en cuenta la reseña histórica de las actividades económicas de la ciudad de Latacunga se destaca la producción de harinas y comercialización de cereales y granos la cual son parte de la identidad cultural de la gastronomía de la ciudad de Latacunga, es por lo que, buscando rescatar la gastronomía autóctona se desarrolló una investigación bibliográfica sobre la “Machica” la cual es producto de procesar la cebada. (Alpusig, 2020)

Para la difusión de los atractivos turísticos se desarrolla una interfaz móvil que proporciona información de costumbres, tradiciones, gastronomía y las actividades turísticas de la parroquia Eloy Alfaro, aprovechando sus riquezas naturales, gastronómicas y culturales. (Daisy Chango-Muso; Paolo Arévalo-Ortiz, 2020)

### **2.2. Variable Independiente: Prestadores de Servicios**

Mediante el desarrollo de la investigación fue evidente la necesidad de dar a conocer términos básicos sobre la variable independiente “prestadores de servicios”, los cuales aportaron conocimiento para una mejor deducción del comportamiento de esta.

El Registro Nacional de Turismo (RNT, 2018) define a los “prestadores de servicios” como personas naturales o jurídicas que habitualmente proporcionan, intermedian o contratan directa o indirectamente con el turista.

El (RNT, 2018) plantea como obligación principal para ejercer actividades turísticas la respectiva inscripción en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones.

Para los prestadores de servicios, la obtención del registro será requisito previo y obligatorio para el funcionamiento de los establecimientos turísticos. (Pág. 1)

Según el Art. 5 de la (Ley de Turismo, 2018). Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dedican a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.

- Servicio de alimentos y bebidas.
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones. (Pág. 2)

El Art 9 de la (Ley de Turismo, 2018). Menciona que el Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Pág. 2)

### **2.2.1. Servicios y Productos.**

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) menciona que, un producto turístico como “la combinación de elementos tangibles e intangibles tales como recursos naturales, culturales, atractivos turísticos, instalaciones, servicios y actividades en torno a elementos específicos de interés, que representan la esencia del plan de marketing de un destino y generan una experiencia turística integral con elementos emocionales para los clientes potenciales.

(Expósito Peláez, 2019) “Se entiende por servicios aquello que las empresas del mercado turístico tienen por objeto satisfacer las necesidades de los turistas para organizar y disfrutar de viajes”, he ahí la necesidad de empresas intermediarias, organizadoras de transporte, alojamiento, alimentación, eventos deportivos, etc. (Pág. 1)

**2.2.1.1. Satisfacción.** Se define como un factor que promueve la felicidad, pero de manera dual, esta apoya la satisfacción. Ambos elementos se desarrollan de manera casi paralela, por ello, un trabajador feliz en el sector turístico se desempeñará mejor en sus funciones, se sentirá parte de la organización, compartirá sus logros, e incluso, transmitirá esta actitud positiva a quienes brinde sus servicios. Por lo mismo, excederá las expectativas de los turistas desarrollando un sentimiento de satisfacción en estos por el servicio recibido y contribuye también a que su experiencia sea de calidad. (Suárez Velasco y otros, 2020)

(Morillo Moreno & Morillo Moreno , 2016) La satisfacción es generada al brindar servicios y productos que cumplan o superen las expectativas de los turistas, por lo tanto, los establecimientos están en la obligación de innovar la oferta con la que garanticen calidad, es por ello que, el conocimiento de normativas y reglamentos de atención al cliente se determinó como fundamental. (Pág. 5)

**2.2.1.2. Facilidades.** El Ministerio de Turismo definió las facilidades turísticas como elementos complementarios y de apoyo cuyo objetivo es dotar de infraestructura y equipamiento a un destino turístico con el fin de mejorar la experiencia, minimizar el impacto sobre el medio ambiente y obtener componentes de alta calidad para transformarlos en productos competitivos. (MINTUR, Facilidades turísticas introducción, 2020)

Permiten una mejor afluencia de turistas, es decir gracias a las facilidades turísticas se puede brindar un mejor servicio ya que con señalética y senderos bien estructurados permiten el acceso a los establecimientos con lo cual se garantiza un servicio de calidad.

(Gorotiza, 2017) Considera como facilidades turísticas a los elementos complementarios del atractivo, los cuales tienen como principal objetivo facilitar la permanencia del turista haciendo de su visita una experiencia agradable. Pues el destino proveerá al turista de instalaciones de hospedaje, alimentación, distracciones, amenidades y otros servicios. (Pág. 22)

La implementación de las facilidades turísticas dependerá de las necesidades del turista, es decir, es importante tener en cuenta el perfil del turista con el que se está trabajando para poder proporcionar un servicio de atención de calidad mediante las facilidades que el turista requiera para satisfacer sus necesidades.

Para la clasificación de las facilidades turísticas se ha tomado en cuenta las más requeridas en la parroquia Eloy Alfaro.

- Alojamiento: instalaciones turísticas conocidas como establecimientos hoteleros o de hospedaje que se disponen al turista. De no existir este servicio el turista solo puede realizar una visita de un día, convirtiéndose solo en excursionista. Pueden ofrecer servicios básicos y/o complementarios para mejorar la calidad del servicio. (MINTUR, 2016)
- Alimentación y bebidas: son instalaciones cuya actividad económica está ligada a la producción de servicios y la venta de alimentos y bebidas. (Ponce de León Román, 2018)
- Transporte: empresas que se encargan de la movilización del turista desde su origen hacia el destino de su elección a cambio de un incentivo económico, pueden ser públicas o privadas.
- Centro de información: los turistas reciben información turística acerca de los beneficios que ofrecen los recursos turísticos, estos centros de información pueden o no prestar otros servicios complementarios. (Ley de Turismo, 2018)
- Servicio de acogida de eventos, estos tienen la función de ofertar eventos congresuales, convenciones o actividades similares.
- Facilidades de servicio y equipamiento: Batería sanitaria, estacionamientos.

**2.2.1.3. Atractivos.** Se define como atractivo turístico a un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o gastronómica. Por lo general, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer. (CEUPE, 2018)

(Navarro, 2015) Se considera como atractivo al conjunto de bienes y servicios, materiales o inmateriales que se caracteriza por poseer cierto grado de atraktividad para el visitante. Los cuales son la base del desarrollo turístico de una localidad.

El atractivo turístico es aquel lugar el cual se destaca por generar atracción, dar a conocer la identidad cultural de una localidad de la cual el turista puede ser participe. (Pág. 4)

Tipos de atractivos turísticos.

El centro europeo de posgrado clasifica a los atractivos turísticos de la siguiente manera, sin embargo, para el desarrollo del trabajo de investigación “Prestadores de servicio y turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro, cantón Latacunga” se define de mejor manera al atractivo turístico gastronómico.

- Atractivos turísticos naturales: Playas, montañas, desiertos, lagunas, costas, ríos, llanuras, bosques, reservas naturales, parques nacionales, zoológicos, jardines botánicos.
- Atractivos turísticos recreativos: Parques temáticos, parques de diversiones, centros vacacionales, acuarios turísticos, zonas para acampar, campos deportivos, miradores turísticos y sitios para practicar actividades acuáticas.
- Atractivos turísticos culturales: Museos, bibliotecas, palacios de cultura, monumentos, patrimonios de la humanidad y esculturas.
- Atractivos turísticos gastronómicos: Restaurantes, culturas culinarias, ferias gastronómicas, tours gastronómicos, platillos típicos y escuelas de gastronomía.
- Atractivos turísticos arqueológicos: Yacimientos arqueológicos, asentamientos arqueológicos, santuarios arqueológicos, ruinas y museos arqueológicos.
- Atractivos turísticos históricos: Ferrocarriles patrimoniales, centros históricos, ciudades históricas, museos de historia y lugares donde ocurrieron hechos históricos.
- Atractivos turísticos arquitectónicos: Templos, patrimonios arquitectónicos, pirámides, ciudades antiguas, prisiones antiguas, castillos, torres, rascacielos, puentes, palacios antiguos, y otros tipos de arquitectura.
- Atractivos turísticos artísticos: Galerías de arte y tiendas de arte.
- Atractivos turísticos lingüísticos: Zonas donde habiten grupos étnicos, destinos donde aún se hablen lenguas antiguas, escuelas de idiomas y lugares que hablen en un idioma diferente al del turista.
- Atractivos turísticos astronómicos: Observatorios astronómicos y lugares para ver el cielo de noche.

- Atractivo turístico gastronómico: Gastronomía de una localidad la cual refleja cultura y tradición única de la localidad, generando el turismo gastronómico el cual se perfila como un recurso indispensable que añade valor y proporciona soluciones a la necesidad de los destinos de diferenciarse y ofrecer productos únicos.

### 2.2.2 Inocuidad Alimentaria

La inocuidad de los alimentos se dio a conocer como el conjunto de condiciones en las que se producen, almacenan, distribuyen y preparan los alimentos para asegurar los alimentos, en caso de ser ingeridos no supongan un riesgo significativo para la salud de los visitantes. La inocuidad de los alimentos no puede pasarse por alto al comprobar la calidad, ya que la inocuidad es un aspecto de la calidad que debe dar a los clientes la confianza para mantenerse alejados de cualquier enfermedad. (Colombia M. d., 2023)

La inocuidad de los alimentos, como atributo esencial de la calidad, surge de la producción primaria, es decir, de todas las etapas de la cadena alimentaria, como el procesamiento, el envasado, el transporte, la comercialización, la preparación y el consumo del producto. (Mendoza, Biler, Reye, 2020)

Para el turismo gastronómico la inocuidad alimentaria es uno de los pilares fundamentales que se debe tomar en cuenta para su desarrollo, es decir los prestadores de servicios de la parroquia Eloy se vuelve primordial el conocimiento básico para la elaboración de platos típicos y tradicionales que se consideran como atractivo turístico de la misma.

La falta de inocuidad de los alimentos compone un progresivo problema de salud pública agravado por la globalización de los mercados y prestadores de servicios informales y la complejidad del control a lo largo de la cadena alimentaria industrial y artesanal. Por lo tanto, definir vías efectivas para el diagnóstico y evaluación de la inocuidad alimentaria resulta primordial. (Ulloa, Castro, Ochoa, Donoso, 2020)

**2.2.2.1. Almacenamiento.** Es el punto de control para evitar la contaminación y la multiplicación de los microorganismos en los alimentos, el cual debe ser adecuado, tomando en consideración el tiempo de deterioro de los alimentos es decir conocer los alimentos que se descomponen en menos tiempo o mayor tiempo.

Nos permite prolongar el tiempo de vida útil de los alimentos, procurando conservar su calidad, los factores que influyen en el almacenamiento de los alimentos es el contenido en agua, la humedad, el pH, la temperatura y el oxígeno. (Santander, 2018)

Analizadas las necesidades del conocimiento en almacenamiento de alimentos básicos se ha tomado en cuenta la clasificación de áreas de almacenamiento propuesta por la Universidad Industrial Santander.

Según la Universidad Industrial Santander clasifica las áreas de almacenamiento en 3 grupos:

**Tabla 1**  
*Áreas de almacenamiento.*

Grupos	Áreas de almacenamiento	Indicaciones
1	<b>Almacenamiento en seco</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará en pilas con separación mínima de 60 centímetros con respecto a las paredes, y elevadas del piso mínimo 15 centímetros, permitiendo la limpieza e inspección.</li> <li>• Los empaques no deben estar húmedos, mohosos o rotos.</li> <li>• Inspeccionar los alimentos almacenados y utilizar la regla PEPS (Primero en Entrar, Primero en Salir).</li> <li>• Todos los lotes, especialmente los productos enlatados, deben ser inspeccionados antes de permitir su almacenamiento en relación con la presencia de hundimientos, corrosión, infestación, fecha de caducidad.</li> <li>• Los plaguicidas, detergentes, desinfectantes y otras sustancias deben etiquetarse adecuadamente. Estos productos deben almacenarse en áreas o estantes especialmente identificados, evitando la contaminación de otros productos.</li> <li>• Llevar un registro de ingresos y salidas de los productos.</li> <li>• Verificar las condiciones del transporte de los productos durante la carga y descarga. (Pág. 2-3)</li> </ul>
2	<b>Almacenamiento en refrigeración.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La temperatura del refrigerador debe estar entre 0 a 5 °C o menos.</li> <li>• Las carnes crudas, aves, pescados y mariscos deben estar en un envase bien sellado o envuelto, para prevenir la contaminación a los otros alimentos.</li> <li>• Cubrir los alimentos para retener la humedad y prevenir que estos adquieran olores de otros alimentos.</li> <li>• Revisar las temperaturas de la unidad de refrigeración y llevar control de temperatura.</li> <li>• Sobrellenar los refrigeradores dificulta la limpieza y obstaculiza la circulación de aire frío.</li> <li>• Inspeccionar, rotular y fechar los alimentos que se almacenen.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emplear el método PEPS de rotación de mercancía: Primeras Entradas Primeras Salidas.</li> <li>• Evitar abrir las puertas del refrigerador más de lo necesario. (Pág. 5)</li> </ul>
3	<b>Almacenamiento en congelación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El área de almacenamiento en congelación debe estar seca, ventilada y limpia.</li> <li>• La temperatura para el almacenamiento en congelación se encuentra entre 0°C a -18°C.</li> <li>• No superar el límite de carga del congelador.</li> <li>• Colocar los productos nuevos detrás o debajo de los antiguos para asegurar una buena rotación de stocks.</li> <li>• Mantener el interior del congelador limpio y lavar frecuentemente sus superficies. (Pág. 6)</li> </ul>

El apropiado almacenamiento de los alimentos es indispensable ya que con ello se garantiza la inocuidad alimentaria con la cual se puede ofrecer productos y servicios de calidad para la oferta gastronómica de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

**2.2.2.2. Distribución.** Según (Cervantes, 2019) Define a la distribución como el diseño del mecanismo mediante el cual se pueden transferir la propiedad de los productos o materia prima desde donde estos son elaborados hasta donde finalmente se consumen o se procesan. Por lo tanto “el objetivo de la distribución es poner en contacto a los productores con los consumidores”. (Pág. 8)

La distribución conlleva el transporte de mercancía el cual es un proceso importante que presenta actividades en la que se movilizan materias primas, productos en proceso y productos terminados desde su lugar de origen hasta el sitio donde son requeridos.

Al hablar de distribución alimentaria las organizaciones toman decisiones estratégicas en relación con los canales de distribución, los cuales son empleados por las empresas para realizar sus ventas. (Galué Sandreaa & Meleán Romero, 2017)

Según el artículo de proceso de distribución de alimentos los canales los constituyen un grupo de intermediarios relacionados entre sí, que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

Algunos aspectos considerados son los siguientes:

1. Diseño de canales de distribución: Utilizar canales más cortos y eliminar los servicios no esenciales que aumentan el precio final de los productos.
2. Clasificación de los canales:
  - a) Productores-consumidores.
  - b) Productores-minoristas-consumidores.
  - c) Productores-mayoristas-minoristas o detallistas-consumidores
  - d) Productores-intermediarios-mayoristas-minoristas-consumidores

3. Integración de los canales: Productores e intermediarios actúan conjuntamente para obtener beneficios mutuos.
4. Intermediarios: Empresa lucrativa que da servicios relacionados directamente con la compra de un producto. El intermediario posee el producto en algún momento o contribuye activamente a la transferencia de la propiedad. (Pág. 81)

Los canales de distribución de alimentos pretenden garantizar la inocuidad alimentaria a través del transporte de productos dependiendo la necesidad y el tipo de producto.

Los transportistas de alimentos son responsables de seguir las pautas emitidas por el gobierno para mantener y preservar las condiciones higiénicas establecidas cuando los alimentos y productos se transportan a los comercializadores o consumidores finales. (Colombia M. d., 2023)

**2.2.2.3. Preparación de alimentos.** La preparación de alimentos de forma saludable priorizando la inocuidad alimentaria implica preservar los nutrientes y prevenir la enfermedad, así como prestar atención a los problemas de producción de alimentos. (CINIB, 2017)

La organización mundial de la salud, mediante datos estadísticos dio a conocer un pequeño número de factores relacionados con la manipulación de alimentos los mismos que son responsables de una gran proporción de episodios de enfermedades transmitidas por los alimentos en todo el mundo, por lo cual, establece “8 reglas de oro” basadas en los errores más comunes con el objetivo de ofrecer asesoramiento que pueda reducir los riesgos que puedan causar los alimentos contaminados. (OMS, 2023)

1. Elegir los alimentos tratados con fines higiénicos
2. Cocinar bien los alimentos
3. Consumir inmediatamente los alimentos cocinados
4. Recalentar bien los alimentos cocinados
5. Evitar el contacto entre los alimentos crudos y los cocinados
6. Lavarse las manos a menudo
7. Mantener escrupulosamente limpias todas las superficies de la cocina
8. Mantener los alimentos fuera del alcance de insectos, roedores y otros animales

### **2.2.3. Técnicas culinarias**

(Carvajal Villota & Díaz Moreta Paúl Adrián, 2020) en su trabajo de investigación “Técnicas Culinarias Ancestrales” mencionan que las técnicas culinarias engloban los procesos, tanto en crudo y en frío, como aquellas que emplean el calor para transformar los alimentos con el objetivo de hacerlos digeribles, atractivos y apetecibles a la hora de presentarlos en un plato ante el comensal. Existen diferentes tipos de tratamientos basados en principios de transformación de las propiedades organolépticas (normalmente cambios físicos), químicos y nutricionales en los alimentos. (Pág. 29)

(Simba Ordoñez , 2023) mediante su investigación titulada “Las técnicas culinarias y la cocina prehispánica” da a conocer que el desarrollo de las técnicas culinarias se deriva

de las costumbres ancestrales. Los cuales permiten obtener conocimientos que se puedan heredarse, con la finalidad de enriquecer el patrimonio gastronómico nacional, regional y local, dicho de otro modo, la cocina tradicional se puede enfrentar a diversos saberes, provocando que los procedimientos de cocción cambien o se renueven. (Pág. 2)

Las principales técnicas culinarias describen la cultura y tradiciones de una comunidad, estos procedimientos provienen desde los ancestros de una familia.

Para los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro se consideran las técnicas culinarias como los procesos para transformar los alimentos conservados de generación en generación, es decir las técnicas culinarias son consideradas como patrimonio inmaterial de la parroquia.

**2.2.3.1. Tipos de procesos.** (EASH, 2020) Mediante su blog de técnicas culinarias dio a conocer dos tipos de procesos en frío y los diferentes modos de cocción. A través de su uso conseguimos eliminar los gérmenes de los alimentos, facilitar el proceso de digestión, dotando a los alimentos de un aspecto más agradable a la vista y sobre todo mejorar su sabor y olor.

Se menciona dos tipos de procesar los alimentos.

- Disolución o hinchamiento: En este caso, los alimentos se colocan en un líquido frío y cuando el líquido se calienta, sueltan sus jugos.
- Concentración: En este caso, el alimento se somete a una fuente de calor intenso provocando que se forme una costra en la superficie y queden los jugos en el interior del alimento.

**2.2.3.2. Tiempo de conservación.** (Salvatierra Marchant , 2019) Mediante la segunda versión del manual de conservación de alimentos se estructuraron los objetivos principales de la conservación.

- Retrasar la alteración estructural del alimento
- Prolongar la vida útil
- Disminuir los microorganismos causantes del deterioro
- Mejorar el valor nutritivo
- Aumentar características organolépticas

(Pág. 5)

Tras el análisis de los objetivos de conservación principales se tomó en cuenta el tiempo de conservación de alimentos fríos.

**Tabla 2***Tiempo de conservación de alimentos fríos*

<b>Alimentos</b>	<b>Tipo</b>	<b>Refrigerador (40°F o menos)</b>	<b>Congelador (0°F o menos)</b>
Ensalada	Ensalada de huevo, pollo, atún, jamón y macarrones.	De 3 a 4 días	No se congelan bien
Embutidos	Tocino	1 semana	1 mes
	Embutidos crudos	De 1 a 2 días	de 1 a 2 meses
	Embutidos cocidos	1 semana	de 1 a 2 meses
Carnes molidas	Carne vacuna molida, pavo, pollo y otras aves de oral, ternera, cerdo, cordero y combinaciones	De 1 a 2 días	De 3 a 4 meses
Carnes frescas de res, ternera, cordero y cerdo	Filetes	De 3 a 5 días	De 4 a 12 meses
	Chuletas	De 3 a 5 días	De 4 a 12 meses
	Carnes asadas	De 3 a 5 días	De 4 a 12 meses
Aves de corral frescas	Pollo o pavo entero	De 1 a 2 días	1 año
	Pollo o pavo, en trozos	De 1 a 2 días	9 meses
Pescado de aleta	Pescado graso (pescado azul, bagre, salmón, atún, etc.)	De 1 a 3 días	De 2 a 3 meses
	Pescado blanco (bacalao, platija, abadejo, lenguado, etc.)	De 1 a 3 días	De 6 a 8 meses
	Pescado blanco (carbonero, perca, pez roca, trucha marina)	De 1 a 3 días	De 4 a 8 meses
Mariscos	Cangrejo fresco	2 - 4 días	De 2 a 4 meses
	Langosta fresca	2 - 4 días	De 2 a 4 meses
	Cangrejo, langosta viva	1 día	No recomendado
	Almejas, mejillones, ostras y	De 5 – a 10 días	No recomendado

	Camarones, cangrejo de río	De 3 a 5 días	De 6 a 18 meses
	Almejas, mejillones, ostras y Calamar	De 3 a 10 días	De 3 a 4 meses
	Huevos crudos con cáscara	De 3 a 5 semanas	No congelar con cáscara. Batir claras y yemas juntas y luego congelar.
Huevos	Huevos duros Guisados con huevos	1 semana Después de hornear, 3 a 4 días	No congelar Luego del horneado, 2 a 3 meses
Sopas y guisados	Con verduras o carne agregadas	De 3 a 4 días	De 2 a 3 meses

**2.2.3.3. Preparaciones.** (Simba Ordoñez , 2023) menciona que la preparación de los platos típicos y populares que forman parte de la gastronomía ecuatoriana se conforman por las técnicas, métodos de procesamiento para tratar a un alimento, con el objetivo de salvaguardar las tradiciones de los pueblos, dándole importancia al cultivo representativo de cada provincia. (Pág. 5).

Existen muchos tipos de técnicas de cocción o preparación, dependiendo del proceso que apliquemos a cada alimento. Los más tradicionales y los más innovadores, ya que constantemente se inventan nuevas técnicas en la cocina, o se conservan técnicas ancestrales o preparaciones transmitidas de generación en generación. (Procter & Gamble, 2022)

**Tabla 3**

*Preparación de alimentos*

<b>PREPARACIÓN</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Marinar</b>	Algunos alimentos, especialmente el pescado, se comen crudos y macerados con vino, vinagre, hierbas, especias, etc. para suavizarlos y adquirir su aroma.
<b>Adobar</b>	Conserva los alimentos y realzar su sabor. A menudo se usa con carne y consiste en sumergir la comida en un recipiente con un adobo.
<b>Macerar</b>	Su propósito es impartir diferentes condimentos y aromas y sabores más refinados a los alimentos. Se utiliza para dar sabor y conservar los alimentos. Se utiliza con carnes, verduras, frutas y pescados.
<b>Baño María</b>	Se utiliza para el calentamiento uniforme y lento de alimentos líquidos o sólidos. Consiste en colocar los

	alimentos en un recipiente, que luego se coloca en una olla, sartén o similar, y se coloca sobre el fuego.
<b>Escaldar</b>	Se trata de cocinar alimentos en agua hirviendo durante un corto tiempo. Cuando está lista, la comida se enfría en agua con hielo para que deje de cocinarse rápidamente, muy utilizada para verduras.
<b>Pochar</b>	Freír lentamente un alimento hasta que quede blanco. Es una técnica de cocina que se utiliza principalmente para las hortalizas o verduras.
<b>Flamear</b>	Consiste en rociar un alimento con una bebida alcohólica - generalmente un brandy y quemar para que dé sabor y aroma una vez que se consuma el alcohol.
<b>Rehogar</b>	Freír lentamente la comida hasta que quede blanca. Es una técnica de cocción utilizada principalmente sobre verduras o legumbres.
<b>Guisar</b>	Se trata de rociar los alimentos con una bebida alcohólica (generalmente brandy) y quemarlos después de beberlos para desarrollar el sabor y el aroma.
<b>Freír</b>	Consiste en freír un poco la comida, es decir, hay que calentarla para que desarrolle sus sabores y se empape en aceite.
<b>Saltear</b>	Se trata de preparar la comida, freírla y luego cocinarla en una salsa. Se diferencia del guisado en que permite que los vapores regresen durante el proceso de refinación.
<b>Tamizar</b>	Consiste en pasar los alimentos por un tamiz para separar las partes finas de las gruesas e incluso separar las partículas aglomeradas.

### 2.3. Variable dependiente: Turismo Gastronómico.

Es una forma de turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria de la localidad que se visita. Su principal motivación es conocer y experimentar las formas de preparar ciertos alimentos, descubrir nuevos sabores y entender los elementos que lo rodean, sean estos culturales, naturales, sociales, etc. (Vivanco, 2021)

El objetivo es conocer las especialidades gastronómicas de una región o de un lugar específico, por lo que han surgido diversas rutas gastronómicas.

(Sobrado, 2018) en el artículo titulado “Identidad cultural y turismo gastronómico”: la mercantilización del patrimonio menciona que dicho fenómeno se convierte en una herramienta para la conservación patrimonial y medioambiental vinculado al desarrollo sostenible de los territorios, por ende, tiene como prioridad la conservación de tradiciones, así como la valorización de recursos o productos autóctonos que de otra manera podrían desaparecer. Es decir, con la modernidad llegó la tendencia de recuperar la cultura local, lo

que ha propiciado que prácticas culturales que habían sido segregadas o remplazadas por otras resurjan. (Pág. 61)

### **2.3.1. Gastronomía.**

La gastronomía ha sido presentada como una alternativa para mostrar el lugar, crear su identidad y atraer visitantes. La gastronomía se ha convertido en un elemento de marca capaz de promover los valores culturales locales.

El atractivo principal es su capacidad de permitir a los turistas/consumidores aprender sobre los aspectos culturales del lugar y experimentar la comida local, es decir, ofertar una experiencia cultural por medio de la cual el turista puede observar, participar, vivir y experimentar los sabores regionales, ya que los platos y los rituales culinarios se han convertido en elementos importantes del viaje. Las instituciones de promoción del turismo y los propios turistas consideran la alimentación como un nicho de mercado, como un factor de promoción de un lugar o región mediante la valoración de un destino turístico. Además, esta área se presenta como un aspecto importante del turismo del destino, como ‘sentido de lugar’ y como tema de investigación primitivo en países en desarrollo. (Brito & Botelho, 2018, pág. 391).

**2.3.1.1. Tradición.** (Badillo Paredes , 2020) En su disertación se refirió a la tradición como un conjunto de vivencias y memorias de las naciones, pueblos, comunidades que hacen de su pasado un referente único y se posicionan como parte de la comunidad, están íntimamente relacionadas con el patrimonio, pues de esta manera el inicio del espíritu y la existencia de un pueblo se inmortaliza mediante prácticas reflexivas transmitidas de generación en generación y conservando su significado y esencia a lo largo del tiempo, lo que permite recordar a una comunidad quién es y cuáles son sus raíces, además de distinguirla de otras comunidades. (Pág. 11)

(Villalva Guevara & Inga Aguagallo, 2021) dan a conocer como tradición culinaria a un componente de difusión de relación social, formas de estar y cultura. Se puede incluir que la comida aparte de cumplir funciones fisiológicas básicas se ha convertido en un motivo para viajar a diferentes países del mundo y descubrir aspectos culturales, antropológicos y sociales, así también, las diversas formas de cocinar.

### **2.3.1.2. Cultivos y cosechas**

(Petrucci y otros, 2022) La importancia que el turismo gastronómico no solo ponga su enfoque en los preparados y el conocimiento asociado a los mismos, con la modernidad se orienta en conocer la materia prima empleada, dando valor a la cultura alimentaria local resaltando la importancia de los sistemas productivos y de la diversidad agrícola, de esta manera, se refuerza y reinterpreta la cocina tradicional como parte del patrimonio local; se teje una red entre recursos bioculturales, producción, comercialización y reparto de beneficios, en ese proceso se buscó revalorizar los cultivos tradicionales que frecuentemente se encuentran en proceso de pérdida de diversidad. (Pág. 132)

(Morillo Campués , 2020) La conexión entre productos autóctonos (cultivos y cosechas) y el territorio permiten al turista disfrutar de cada experiencia que tiene ese lugar como también contribuye al desarrollo sostenible de los pueblos tanto económicamente como medioambiental. Para las zonas rurales esto se puede convertir en una actividad turística que se puede fomentar prácticas ganaderas y agrícolas sostenibles, creación de empleos, nuevas vías de ingresos para atraer más turistas, por consiguiente, esté fomenta el progreso económico y turístico en el área rural. La investigación de las acciones que giran alrededor de los alimentos y productos locales, ayudan a la promoción, difusión y el desarrollo de rutas turísticas gastronómicas. (Pág. 20)

(Rodrigues Ferreira & Sánchez Martín, 2020) Los cultivos revalorizan el patrimonio rural mediante iniciativas de promoción de productos agroalimentarios locales o de platos típicos, a la vez que promueven y salvaguardan el patrimonio cultural de los territorios a través de la gastronomía.

Se consigue la puesta en valor del paisaje rural, costumbres y tradiciones de cultivos específicos de cada territorio, por tanto, el patrimonio agrario y las tradiciones rurales se convierten en productos turísticos mediante ofertas relacionadas con cultivos y cosechas locales. (Pág. 109)

#### **2.3.1.3. Relación cultural**

(Hernández Rojas & Dancausa Millán, 2018) Afirman que la gastronomía es una actividad compleja e interdisciplinaria que tiene sus raíces en la cultura. Donde el turismo gastronómico corresponde a aquella actividad turística de la cual participan personas cuya elección del destino a visitar se encuentra muy influenciada por una motivación culinaria.

(Bahls y otros, 2019) Definen a la gastronomía como el arte y la ciencia del buen comer y beber, un concepto que se extiende hacia las nociones de tradición, cultura, sociedad y civilización. Incluso se puede definir a la gastronomía como el estudio de la relación entre comida, cultura, arte y ciencia de preparar y servir comida delicada y apetitosa.

#### **2.3.2. Prestadores de servicio**

(GAD Municipal de Latacunga & Dirección de Turismo, 2020) definen a los prestadores de Servicios Turístico como toda persona natural o jurídica que ha obtenido el Registro Único de Turismo los mismos que proporcionan o facilita cualquiera de las actividades señaladas en la ley y en favor del turista local, nacional y extranjero.

Según el “Plan de turismo vigente del cantón Latacunga” planteo para los prestadores de servicio que se encuentren debidamente registrados los siguientes derechos y obligaciones con la finalidad de mejorar los servicios y productos turísticos del cantón.

**Tabla 4***Derechos y obligaciones de los prestadores de servicio*

<b>Prestadores de servicios</b>	
<b>Derechos</b>	<b>Obligaciones</b>
Ser informado y asistido por la Dirección de Turismo sobre el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones.	Cumplir con las disposiciones de la presente ordenanza, leyes, reglamentos y normas afines al ámbito turístico dentro del marco ético y profesional
Conocer la identidad de los funcionarios encargados de la atención al público.	Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad.
Presentar peticiones, solicitudes y reclamos ante la Dirección de Turismo de conformidad con la ley.	Solicitar los permisos previos que fueren del caso.
Recibir una respuesta, pronunciamiento o resolución por parte de la Dirección de Turismo, dentro de los plazos establecidos en la ley.	Llevar los libros y registros necesarios relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano y conservar tales libros y registros durante el tiempo que indique la ley.
A que sus peticiones y reclamos sean resueltos motivadamente en los términos previstos por la ley.	Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, pendientes al control del ejercicio de la actividad económica.
Obtener certificación y copia de los documentos por el prestador ante la Dirección de Turismo.	Exhibir a los funcionarios respectivos los informes, libros, registros y documentos relacionados con el desarrollo de la o las actividades económicas y formular las aclaraciones que le fueren solicitadas.
La información personal que proporcione a la Dirección de Turismo sea utilizada por esta únicamente para los fines administrativos que permita la ley.	Concurrir a las oficinas de la Dirección de Turismo, cuando su presencia sea requerida.
Acceder a los registros y documentos que formen parte de su expediente y que se mantengan en los archivos administrativos.	Realizar publicidad y promoción sin alterar o falsear la identidad turística de los atractivos turísticos del cantón.
Conocer el estado de tramitación de los procedimientos en los que sea parte.	Participar en los eventos de formación y capacitación que la Dirección de Turismo disponga en beneficio del sector turístico con miras a fomentar las buenas prácticas y la calidad en la prestación de los servicios.
Interponer los medios de defensa previstos en la normativa contra cualquier acto administrativo.	Deberán cumplir con todas las disposiciones definidas en la ley de turismo y su reglamento y demás disposiciones que emane la autoridad competente.

**2.3.2.1. Servicio** (Ramírez Cavassa, 2017) Define los servicios turísticos como un conjunto de actividades mutuamente distintas, pero estrechamente relacionadas que funcionan de manera armoniosa y coordinada en respuesta a las demandas de servicios planteadas por la composición socioeconómica de un flujo turístico particular.

Se direcciona a la satisfacción de la corriente turística, la cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un canal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, mediante las necesidades básicas que presenta la corriente turística, se clasifican en:

**Tabla 5**  
*Servicios*

Servicio	Descripción
Alojamiento	Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.
Restaurantes	Comercio en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo establecimiento.
Servicios Complementarios	Complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística como: agencias de viajes, puntos de información turística, servicio de comunicaciones

**2.3.2.2. Producto.** (Arce Bastidas y otros, 2020) Define el producto turístico como una colección de características físicas o elementos tangibles e intangibles que se ordenan de forma que ofrezcan beneficios a los clientes, resultando en la satisfacción del turista, es decir, que el producto turístico es el resultado de un proceso de producción. (Pág. 141)

El Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE) relacionado a los productos turísticos que segmenta el portafolio de productos turísticos del PLANDETUR 2020 de acuerdo con la relevancia del producto turístico en función de su promoción se tiene:

**Tabla 6**  
Producto turismo

Producto turístico en función de su promoción	Descripción
<b>Productos claves o estrellas.</b>	Aportarán mayor valor añadido a la actividad turística del país, por su mayor atractivo, potencialidad e idoneidad

---

**Producto de consolidación o estratégicos.** Son productos que, aunque importantes para el país, no aportan el valor que aportan los productos clave. Su promoción es estratégica.

---

**Producto de oportunidad.** Atraen turistas a nichos de mercado o segmentos específicos interesados. La promoción en estos productos debe ser puntual (de nicho), según surja la oportunidad.

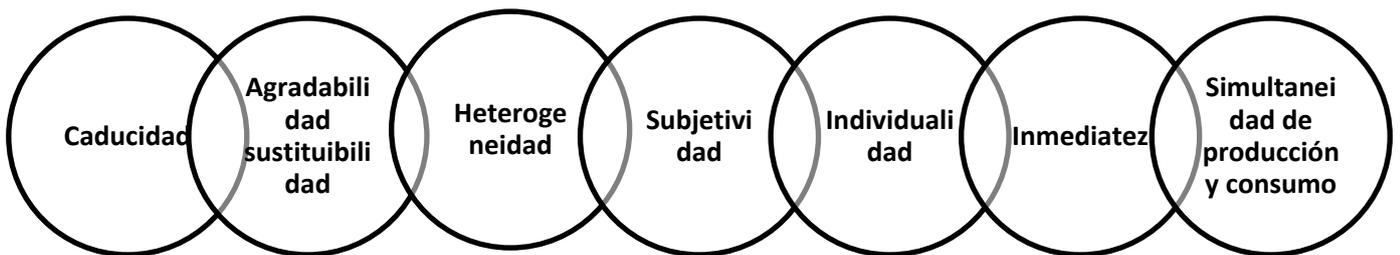
---

(Ramírez Hernández, 2019) menciona características claves que debe cumplir un producto turístico.

Tangible e Intangible: los productos turísticos poseen componentes tangibles, por ejemplo: la cama de un hotel, las amenidades, etc. La parte intangible, son todas aquellas características que están basadas en expectativas como la motivación, uso o experiencia.

### **Ilustración 1**

Características de un producto



El producto está integrado por elementos de orden sociológico y psicológico, debido a que la creación de éstos parte de satisfacer las necesidades o deseos humanos.

(Ramírez Hernández, 2019) Mediante el artículo titulado “Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local”, menciona 3 elementos.

1. Atractivos: Son las cosas o lugares que motivan la visita del turista.
2. Accesos y facilidades: Son los medios para obtener el producto turístico.
3. Herencia cultural de un pueblo: Es todo aquello relacionado con la cultura de un grupo social en particular, lo cual también puede convertirse en la principal motivación para los visitantes.

**2.3.2.3. Calidad.** (Quimis Parra, 2022) menciona que la calidad se refiere al conjunto de parámetros uniformes, fiables y seguros que permite caracterizar un producto o servicio dentro de un establecimiento u organización, el mismo que permite conocer el valor que posee en base a la satisfacción y el cumplimiento de las necesidades de los distintos consumidores. A la vez, influye en la conformidad de la demanda misma que se encuentra relacionada por las expectativas y percepciones de cada consumidor. (Pág. 28)

(Contreras Castañed, 2021). En el artículo titulado “La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia” mediante criterios de “El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio”. Se define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones, de manera que éstas superaran a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio. Ello implicaría una alta satisfacción con el mismo.

**Tabla 7**  
*Calidad del servicio*

<b>Calidad del servicio</b>	
<b>Factores actores clave que condicionan las expectativas</b>	<b>Dimensiones relativas a los criterios de evaluación</b>
Comunicación boca o boca	Elementos tangibles
Necesidades personales	Fiabilidad
Experiencias	Capacidad de respuesta
Comunicaciones externas	Seguridad
	Empatía

### **2.3.3. Identidad cultural**

(OMT & BCC, 2019) Dan a conocer que el turismo gastronómico se basa en un concepto de conocer, aprender, comer, degustar y disfrutar de la cultura gastronómica identificada con un territorio. (Pág. 8)

La identidad cultural implica un sentido de pertenencia a un grupo social que comparte características culturales comunes como costumbres, valores y creencias. Aquella no posee un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente, y está constantemente influida por influencias externas. (Castellón Valdez & Fontecha Fontecha, 2018, pág. 171)

Un elemento importante en la definición de identidad cultural es el vínculo con las características propias de un territorio que lo hacen diferente

de los demás evocan en sus habitantes un conjunto de saberes, valores, normas y símbolos que al ser compartidos en comunidad van generando un sentimiento de pertenencia.

**2.3.3.1. Herencia culinaria.** (Ríos Gomez , 2019) en el trabajo de titulación denominado “La herencia gastronómica como producto potencial turístico cultural en el

cantón Paján” da a conocer a la herencia culinaria como una descripción de la categoría, manifestaciones culturales, tipo folklor y subtipo gastronomía. En tal sentido no solo es una expresión ya que dentro de este marco contiene vivencias, anécdotas, experiencias y el sabor de recetas que hablan de nuestros antepasados.

Es el resultado del esfuerzo de copilar para rendir merito a los verdaderos protagonistas de estas historias, las familias que con esmero y tesón se preocupan en cultivar la verdadera tradición culinaria junto a sus raíces e influencias. Son platos que viajan de generación en generación manteniendo vivo el arte culinario. (Pág. 18)

(Ríos Gomez , 2019) La gastronomía es un componente esencial de la historia, tradición e identidad, la misma que se convirtió en un motivo importante para visitar un destino de tal manera que el turista busca satisfacer sus necesidades y expectativas encontrando varios productos turísticos, por estas razones la gastronomía ecuatoriana se ha considerado un producto al estar enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. (Pág. 1)

**2.3.3.2. Costumbres gastronómicas.** (Rubio Huerta y otros, 2022). Dan a conocer a las costumbres gastronómicas, como, una representación de la herencia cultural inmaterial, lo cual facilita que se preserve la identidad, de manera que se forman vínculos estrechos entre generaciones y, por ello, genera un legado importante que permite recordar las raíces de cada sociedad. Desde la Organización Mundial del Turismo se determinó a la gastronomía y a las artes culinarias como producto turístico asociado al patrimonio cultural inmaterial.

(Robelly Robelly & Miranda Calle , 2021) menciona que las tradiciones gastronómicas son importantes para el turismo debido a que de esta forma se fomenta la transmisión de estas costumbres a otras personas. Con esto los turistas pueden aprender acerca del tipo de alimentos que más consumen, la historia de ello, sus rituales y sabores exóticos. La actividad turística busca promocionar los productos y sabores de un determinado lugar a través del análisis de su cocina tradicional y alimentos. (Pág. 56)

## **CAPÍTULO III. METODOLOGIA.**

### **3.1 Tipo de Investigación.**

#### **3.1.1 Investigación documental**

(Palella Stracuzzi & Martins Pestana, 2006) Considera que “la investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos escritos u orales” (Pág. 99)

La investigación es de tipo documental ya que se sustentó y se dio a conocer mediante fuentes bibliográficas los conceptos planteados como antecedentes, las variables (prestadores de servicios y turismo gastronómico) los cuales nos permitió integrar e interpretar de mejor manera.

Mediante la investigación documental realizada en repositorios universitarios digitales, revistas e investigaciones relacionadas con las variables se logró dar a conocer el comportamiento y la relación entre las variables.

#### **3.1.2 Investigación correlacional**

(Hernández Sampieri, 2014) Describir este tipo de investigación como un estudio cuyo propósito es comprender el grado de relación o asociación que existe entre dos o más variables en una muestra o escenario, de acuerdo con los objetivos investigativos planteados. (Pág. 93)

El nivel relacional aportó en la investigación al cumplimiento del objetivo general, el cual, se pretende definir la relación de las dos variables, prestadores de servicios y turismo gastronómico, por lo que se aplicó la correlación de Pearson, dependiendo del cumplimiento de supuestos de normalidad.

#### **3.1.3 Investigación descriptiva**

(Carrasco Díaz, 2006) deduce que la investigación descriptiva responde a las preguntas. ¿Cómo son?, ¿Dónde están?, ¿Cuántos son?, ¿Quiénes son?, etc. Es decir, se refiere a las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo determinado.

Se llevó a cabo la descripción de los fenómenos sociales de la investigación mediante el árbol de problemas, donde, se da a conocer el problema central de la parroquia Eloy Alfaro con sus respectivas causas y efectos.

### **3.2 Diseño de Investigación**

#### **3.2.1 No experimental**

(Hernández Sampieri, 2014) menciona que la investigación no experimental, consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables. (Pág. 152)

El tipo de investigación no experimental fue aplicada en la recopilación de datos evolutivos del mundo real de la parroquia Eloy Alfaro con relación a las dos variables de estudio: prestadores de servicios como variable independiente y turismo gastronómico como variable dependiente.

### **3.2.2 Transversal**

(Hernández Sampieri, 2014) Aclaró que cuando se utiliza un estudio tipo transversal, los datos se recolectan en un solo momento, y el propósito es describir la incidencia de las variables y sus interrelaciones en un momento dado. (Pág. 154)

El tipo de investigación transversal es implementada en el levantamiento de información que se realizó una sola vez, con la finalidad de obtener datos verídicos del comportamiento de las variables con la aplicación de las encuestas que permitieron la recolección de datos, que aportan a la investigación.

### **3.2.3 Analítico**

(Hernández Sampieri, 2014) aclara que el método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas y los efectos. (Pág. 426)

En la investigación se presentó dos tipos de variables la variable independiente (Prestadores de servicio) y la variable dependiente (turismo gastronómico).

Dentro de la investigación analítica según la planificación de la toma de datos se trabajó con la investigación de tipo prospectivo (fuentes primarias) aplicado en la encuesta y retrospectiva (fuentes secundarias) aplicado en los antecedentes de la investigación.

## **3.3 Técnicas de recolección de datos.**

### **3.3.1 Técnicas de recolección de datos (variable independiente)**

Para la investigación académica “Prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga” se empleó la técnica de recolección de datos conocida como encuesta ya que es uno de los métodos que nos permite obtener datos directamente de los sujetos de estudio a fin de conseguir sus opiniones o sugerencias. Para lograr los resultados deseados con esta técnica es importante tener en cuenta el planteamiento del objetivo principal por lo que, el instrumento aplicado es un cuestionario con escala de Likert donde se analizan las variables y sus dimensiones encuestando a los prestadores de servicios.

### **3.3.2 Técnicas de recolección de datos (variable dependiente)**

Para la recolección de datos de la variable dependiente (turismo gastronómico) se optó por aplicar como método de recolección de datos la encuesta con su respectivo cuestionario considerado como instrumento, el cual fue estructurado mediante las dimensiones de las variables con la finalidad de conocer el desarrollo del turismo

gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro, para ello la unidad de análisis son los turistas que visitan la parroquia.

### 3.3.3 Observación.

“La observación utiliza como instrumento de recolección de datos a la guía de observación que permite al observador situarse de manera sistemática en aquello que realmente es objeto de estudio para la investigación, también es el medio que conduce la recolección y obtención de datos e información de un hecho o fenómeno”. (Cortez Quezada & Maira Salcedo, 2019, pág. 4)

Se aplicó la guía de observación con el fin de contribuir a la orientación de la propuesta y al cumplimiento de los objetivos de investigación, ya que, por medio de la observación es posible conocer las necesidades de los prestadores de servicio y a su vez plantear una propuesta que dé solución a la problemática planteada.

## 3.4 Población de estudio y tamaño de muestra

### 3.4.1 Población de estudio

#### **Población de estudio variable independiente (Prestadores de servicios)**

La población establecida para la variable independiente son los prestadores de servicios turísticos que visitaron la parroquia Eloy Alfaro. Los cuales se encuentran catastrados en el Plan de Turismo del cantón Latacunga, catastro proporcionado por el Ministerio de Turismo del cantón Latacunga, tomando en cuenta el crecimiento de los prestadores de servicios turísticos informales se consideró a los mismos dentro de la población de estudio.

**Tabla 8**

*Población (prestadores de servicio)*

Plan de Turismo del cantón Latacunga	107
Catastro del Ministerio de Turismo	46
Emprendimientos registrados en la Parroquia Eloy Alfaro	132
<b>Total</b>	<b>285 prestadores de servicios</b>

#### **Población de estudio variable dependiente (Turismo Gastronómico)**

El plan de turismo del cantón Latacunga 2020 – 2025, mediante, datos históricos dio a conocer que en el año 2018 la ciudad de Latacunga tuvo un ingreso de 479,174 turistas, se considera como población dicha cifra ya que el ingreso de los turistas a nivel mundial se vio afectado por la pandemia COVID 19.

### 3.4.2 Tamaño de muestra

#### 3.4.2.1 Variable independiente (Prestadores de servicios)

Por medio de la fórmula de población finita se determinó la muestra ya que, Hurtado (2000, p. 153), da a conocer que “una población finita es aquella que todos sus integrantes son conocidos y pueden ser identificados y listados por el investigador en su totalidad”.

Considerando 285 prestadores de servicios se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple el cual, (Otzen & Manterola, 2017, pág. 228) “garantiza que todos los individuos que componen la población tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra”.

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

**Donde:**

**N**= Población.

**n**= Tamaño de la muestra.

**E**= Error aceptable (0,05).

**p**= Probabilidad de ocurrencia (0,80).

**q**= Probabilidad de no ocurrencia (0,20).

**Z**= Valor de confianza 0,95% → (1,96).

$$n = \frac{1,96^2 * 0,80 * 0,20 * 285}{285 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = 132 \text{ prestadores de servicios.}$$

#### 3.4.2.2 Variable dependiente (Turismo Gastronómico)

Se aplicó la fórmula de población finita considerando 479,174 turistas que llegan al cantón Latacunga.

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

**Donde:**

**N**= Población.

**n**= Tamaño de la muestra.

**E**= Error aceptable (0,05).

**p**= Probabilidad de ocurrencia (0,80).

**q**= Probabilidad de no ocurrencia (0,20).

**Z**= Valor de confianza 0,95% → (1,96).

$$n = \frac{1,96^2 * 0,80 * 0,20 * 479.174}{479.174 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = 246 \text{ Turistas.}$$

Sin embargo, a partir de la muestra obtenida de turistas que ingresan al cantón Latacunga, se aplicó el muestreo no probabilístico a conveniencia que según (Otzen & Manterola, 2017, pág. 230) permite seleccionar los casos accesibles que se acuerde incluir. Esto se basa en la facilidad de acceso de los investigadores y la proximidad a los sujetos de estudio, ya que no se conoce cuántos turistas ingresan a la parroquia Eloy Alfaro es por lo que se trabaja con una muestra de **123 turistas**.

### **3.5 Hipótesis de la investigación.**

#### **3.5.1 Hipótesis generales**

- **HG1:** Los prestadores de servicios se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- **HG0:** Los prestadores de servicios no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga

#### **3.5.2 Hipótesis Específicas**

- **HE1:** Los servicios y productos se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- **HE0:** Los servicios y productos no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- **HE2:** La inocuidad alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- **HE0:** La inocuidad alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- **HE3:** Las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- **HE0:** Las técnicas culinarias no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

### **3.5. Métodos de análisis, y procesamiento de datos.**

#### **3.5.1. Validación de los instrumentos de evaluación.**

(Ramírez et al., 2019) Menciona que, al tener la formulación de los ítems, se realiza una evaluación de contenido en la materia que se denominó expertos. Esta evaluación da la

validez de la elaboración del instrumento de medición. Este proceso es cualitativo y no requiere de un análisis estadístico.

Para poder aplicar las encuestas a la muestra establecida, se realizó un proceso de revisión y validación por parte de los docentes de la Universidad Nacional de Chimborazo de la Carrera de Turismo, quienes, como expertos en la cátedra mediante observaciones realizadas, aportaron al direccionamiento adecuado del instrumento de medición, con la finalidad de obtener información relevante para un mejor desarrollo del proyecto de investigación.

**Tabla 9**

Expertos de la validación del instrumento

Nombre de experto	Cargo que desempeña en el proyecto de investigación
Mgs. Marylin Lascano	Tutora del proyecto de investigación.
Mgs. Margoth Cali	Docente de la carrera de turismo (UNACH)
Mgs. Renato Herrera	Docente de la carrera de turismo (UNACH)
Mgs. Henry Villa	Docente de la carrera de turismo (UNACH)

### 3.5.2 Confiabilidad de los instrumentos

(Torres Leandro, s. f, 2021) Menciona que existen varias técnicas para evaluar la confiabilidad, de las cuales se encuentra la evaluación por la consistencia interna de la prueba. Dicha técnica indica la correlación entre las distintas variables de la encuesta, en este sentido, separa del conjunto la variación que corresponde a factores comunes de los ítems y la que se asocia a factores únicos de cada uno de ellos. Así entendida, la confiabilidad por consistencia interna puede tomarse como una forma de estimación de la equivalencia de los componentes entre sí y su estimación es calculado a partir de una sola aplicación de la prueba.

Mediante el criterio de (Tuapanta Dacto et al., 2021) se estableció la siguiente clasificación de los niveles de fiabilidad según el Alfa de Cronbach.

**Tabla 10**

Rangos de confiabilidad

Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
Excelente	]0.9 , 1]
Muy bueno	]0.7 , 0.9]
Bueno	]0.5 , 0.7]

Regular	]0.3 , 0.5]
Deficiente	0 , 0.3]

### 3.5.3. Confiabilidad del instrumento de la variable Dependiente (Turismo Gastronómico)

Mediante una muestra aleatoria de 16 turistas que visitaron la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga, se realizó el análisis de confiabilidad.

**Tabla 11**

Confiabilidad del instrumento de la variable dependiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,984	16

Tomando en consideración los rangos de confiabilidad se determinó que el instrumento de la variable dependiente es confiable dentro del rango ]0.9, 1] “Excelente”.

### 3.5.4. Confiabilidad del instrumento de la variable Independiente (Prestadores de servicios).

Mediante una muestra aleatoria de 16 prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga, se procede a realizar el análisis de confiabilidad.

**Tabla 12**

Confiabilidad del instrumento de la variable Independiente.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,719	16

Tomando en consideración los rangos de confiabilidad se determina que el instrumento de la variable dependiente es confiable dentro del rango ]0.7, 0.9] “Muy bueno”.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

#### 4.1.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados variable independiente Prestadores de servicio.

**Tabla 13**

*Análisis e interpretación de resultados variable independiente*

ÍTEMS	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
<b>I. INFORMACIÓN GENERAL</b>	
a) Edad	Se puede observar que el 17,4% de los encuestados tienen un rango de edad de (56 -65 años), el 22% de los encuestados pertenecen al (26-35años), mientras que el 24,2% pertenece al (46-55 años), el 36,4% de prestadores de servicio encuestados se encuentran en el rango (36-45años), es decir la mayoría de los prestadores de servicio encuestados con el 36,4 % pertenecen al rango de edad de 36 a 45 años.
b) Sexo	En la encuesta realizada se determina que el 90,2% de los prestadores de servicio encuestados son de sexo femenino, mientras que el 9,8% pertenecen al sexo masculino, es decir la mayoría de los prestadores de servicio son de sexo femenino.
c) Nivel de educación	Mediante las encuestas realizadas se conoce que el 34% de los encuestados tienen un nivel de instrucción secundaria, mientras que el 65,2 % tienen un tercer nivel de instrucción.
d) Ingreso económico mensual	Mediante la encuesta realizada se conoce que el 17% de los encuestados tienen un ingreso económico de más de \$601 el 19 % de los encuestados tienen un ingreso entre \$301-\$400, mientras que el 25% tiene un ingreso de \$101-\$300, el 38 % tiene un ingreso económico de \$401-\$600, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro tienen un ingreso de \$401-\$600 aproximadamente del salario básico establecido
e) Registro	Mediante las encuestas realizadas se conoce que el 38% de los encuestados no cuentan con un registro de funcionamiento considerados como prestadores de servicio informales, mientras que el 62 % cuenta con permiso de funcionamiento es decir la mayoría de los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro cuentan con permiso de funcionamiento sin embargo

---

existe un porcentaje considerable con el cual se puede evidenciar el incremento de prestadores de servicio informales

---

## **II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA**

### **SERVICIO Y PRODUCTO**

---

- |   |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | ¿La satisfacción del cliente es un factor clave para la evaluación del desarrollo turístico gastronómico de la parroquia?     | El 98,5% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la satisfacción del cliente es un factor clave para la evaluación del desarrollo turístico gastronómico de la parroquia, mientras que el 1,5% mencionan estar en total desacuerdo y acuerdo.                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2 | ¿La satisfacción del cliente determina los factores necesarios para la mejora continua en el servicio?                        | El 93,9% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la satisfacción del cliente determina los factores necesarios para la mejora continua en el servicio, mientras que el 4,5% mencionan estar de acuerdo y el 1,5% totalmente en desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicios de la parroquia consideran a la satisfacción como una clave para realizar las mejoras en servicios y productos que son parte de la oferta gastronómica de la parroquia.                                                    |
| 3 | ¿Las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia son suficientes para el desarrollo del turismo gastronómico?      | El 56,1% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente en desacuerdo que las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia son suficientes para el desarrollo del turismo gastronómico, mientras que el 28% mencionan ser imparciales, el 7,6% están de acuerdo, el 4,5% menciona estar totalmente de acuerdo y el 3,8% de los encuestados están en desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran insuficiente las facilidades turísticas existentes en la parroquia.                      |
| 4 | ¿Las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia deben estar en constante mantenimiento para la demanda turística? | El 91,7% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia deben estar en constante mantenimiento para la demanda turística, mientras que el 6,8% mencionan estar de acuerdo, y el 1,5% de los encuestados están en total desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicios de la parroquia consideran necesario el constante mantenimiento de las facilidades turísticas de la parroquia con el fin de ofertar mejores servicios y productos gastronómicos |
-

5	¿Se considera a los platos típicos y tradicionales de la parroquia como atractivos turísticos que fomentan el desarrollo del turismo en la provincia?	El 92,4% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que se considera a los platos típicos y tradicionales de la parroquia como atractivos turísticos que fomentan el desarrollo del turismo en la provincia, mientras que el 6,8% mencionan estar de acuerdo, y el 0,8 de los encuestados están en total desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicios de la parroquia consideran los platos típicos y tradicionales como uno de los principales atractivos de la parroquia.
6	¿Los atractivos turísticos de la parroquia deben reflejar la cultura y tradición de la parroquia Eloy Alfaro?	El 89,4% de los prestadores de servicios encuestados se encuentran totalmente de acuerdo que los atractivos turísticos de la parroquia deben reflejar la cultura y tradición de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 91% están de acuerdo, y el 0,8% de los encuestados están en desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicios de la parroquia consideran que los atractivos de la parroquia deben reflejar cultura y tradición.

#### **INOCUIDAD ALIMENTARIA**

7	¿El almacenamiento de los alimentos es indispensable para la elaboración de los platos típicos y populares que se ofertan en la gastronomía de la parroquia?	El 70,5% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que el almacenamiento de los alimentos es indispensable para la elaboración de los platos típicos y populares que se ofertan en la gastronomía de la parroquia, mientras que el 14,4% están en total desacuerdo, el 13,6% de los encuestados están de acuerdo, y el 1,5% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios de la parroquia consideran el almacenamiento como indispensable.
8	¿Los prestadores de servicio deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos?	El 82,6% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicios deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos, mientras que el 15,9% están de acuerdo, el 0,8% de los encuestados están en desacuerdo, y el 0,8% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios consideran necesarias las capacitaciones en inocuidad alimentaria.
9	¿La distribución de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares se debe realizar considerando el	El 81,8% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la distribución de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares se debe realizar considerando el conocimiento en inocuidad, mientras que el 15,2%

conocimiento en inocuidad?	están de acuerdo, el 2,3% de los encuestados están en desacuerdo, y el 0,8% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios consideran importante la distribución la materia prima en base a conocimientos en inocuidad.
10 ¿La distribución adecuada de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares garantizan la inocuidad alimentaria?	El 78% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la distribución adecuada de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares garantizan la inocuidad alimentaria, mientras que el 18,9% están de acuerdo, el 0,8% de los encuestados están en desacuerdo, y el 2,3% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios consideran a la distribución adecuada como en factor que garantiza la inocuidad de los productos gastronómicos.
11 ¿La preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria?	El 75,8% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo la preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria, mientras que el 12,9% están de acuerdo, el 2,3% de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 0,8% está en desacuerdo, y el 8,3% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios consideran las capacitaciones en inocuidad necesarias para la preparación de platos típicos y tradicionales de la parroquia.
12 ¿La preparación adecuada de los platos típicos y populares de la parroquia se debe realiza bajo normas de inocuidad alimentaria?	El 86,4% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la preparación adecuada de los platos típicos y populares de la parroquia se debe realiza bajo normas de inocuidad alimentaria, mientras que el 11,4% están de acuerdo, el 0,8% de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 0,8% está en desacuerdo, y el 0,8% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios consideran importante las normas de inocuidad para la preparación adecuada de los platos típicos y tradicionales de la parroquia.
<b>TÉCNICAS CULINARIAS</b>	
13 ¿El conocimiento de los tipos de procesos técnicos que requiere la elaboración de platos típicos y	El 82,6% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que el conocimiento de los tipos de procesos técnicos que requiere la elaboración de platos típicos y tradicionales son necesarios para la

<p>tradicionales son necesarios para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia?</p>	<p>elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia, mientras que el 9,8% están de acuerdo, el 2,3% de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 0,8% está en desacuerdo, y el 3,8% es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios considera importante los tipos de procesos técnicos para la elaboración de platos típicos y tradicionales de la parroquia Eloy Alfaro.</p>
<p>14 ¿Para la elaboración de los platos típicos y populares de la parroquia se debe contar con un manual de procesos donde se implemente las técnicas culinarias?</p>	<p>El 46,2% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que para la elaboración de los platos típicos y populares de la parroquia se debe contar con un manual de procesos donde se implemente las técnicas culinarias, mientras que el 10,6% están de acuerdo, el 33,3% de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 3% está en desacuerdo, y el 6,8% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que un manual de procesos y técnicas culinarias no es indispensable para los prestadores de servicios.</p>
<p>15 ¿El conocimiento del tiempo de conservación técnico de los productos es necesario para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia?</p>	<p>El 68,2% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que el conocimiento del tiempo de conservación técnico de los productos es necesario para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia, mientras que el 14,4% están de acuerdo, el 12,9% de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 2,3% está en desacuerdo, y el 2,3% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los prestadores de servicios encuestados consideran importante la conservación de productos para la elaboración de productos.</p>
<p>16 ¿El conocimiento de las técnicas de conservación de los productos garantiza la calidad de los platos típicos y tradicionales?</p>	<p>El 69,7% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que el conocimiento de las técnicas de conservación de los productos garantiza la calidad de los platos típicos y tradicionales, mientras que el 10,6% están de acuerdo, el 13,6% de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 1,5% está en desacuerdo, y el 3,8% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los prestadores de servicios encuestados consideran la técnica de conservación necesarias para la elaboración de productos gastronómicos.</p>

**4.1.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente (Turismo gastronómico).**

**Tabla 14**

Análisis e interpretación de resultados variable dependiente

ÍTEMS	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
<b>I. INFORMACIÓN GENERAL</b>	
a) Edad	El 29,5 % de turistas encuestados perteneces al rango de edad (25 -35 años), mientras que el 21,2% de turistas que visitan la parroquia pertenecen al rango de edad (56 – 65 años), el 18,9% de los encuestados se encuentran en el rango de edad (36 – 45 años), 15,9 % pertenecen al rango de edad de (46 – 55).
b) Sexo	El 54,9% de los turistas encuestados pertenecen al sexo masculino, mientras que el 45,1% son de sexo femenino.
c) Nivel de instrucción	El 45,5 % de los turistas encuestados tienen un nivel de instrucción de tercer nivel, el 24,4 % tienen un nivel de instrucción de secundaria, mientras que el 17,1 % pertenece al nivel de instrucción primaria y el 13% tiene un nivel de instrucción de cuarto nivel.
d) Ingreso económico mensual	El 32, 5% de los turistas encuestados tienen un ingreso económico aproximado de \$401-\$600, mientras que el 31,7% tiene ingresos económicos de \$301-\$400, el 26% tiene un ingreso de \$101-\$300, mientras que el 9,8% tiene ingresos menores a 100\$.
1 ¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejar la tradición de la localidad?	El 68% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejar la tradición de la localidad, mientras que el 11,5% están de acuerdo, el 15,6% está en desacuerdo, y el 4,9% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran importante la tradición de la localidad reflejada en la gastronomía.
2 ¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro es considerada como un atractivo turístico?	El 54,5% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro es considerada como un atractivo turístico, mientras que el 26,8% están de acuerdo, el 14,4% está en desacuerdo, y el 3,3% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran la gastronomía de la parroquia como un atractivo turístico.

3	¿Los platos típicos y tradicionales de la parroquia deben ser elaborados en base a los cultivos y cosechas de la localidad?	El 36,6% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los platos típicos y tradicionales de la parroquia deben ser elaborados en base a los cultivos y cosechas de la localidad, mientras que el 41,5% están de acuerdo, el 16,3% está en desacuerdo, y el 5,3% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran importante que la base de la gastronomía sea los cultivos y cosechas de la localidad.
4	¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro reflejan la productividad agrícola y crianza de animales de la localidad?	El 45,5% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro reflejan la productividad agrícola y crianza de animales de la localidad, mientras que el 34,1% están de acuerdo, el 15,4% está en desacuerdo, y el 4,9% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran que la gastronomía de la parroquia refleja su productividad.
5	¿Los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social?	El 43,1% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social, mientras que el 32,5% están de acuerdo, el 15,4% está en desacuerdo, y el 8,9% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas observan la relación cultural con el entorno social.
6	¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro tiene relación cultural entre la localidad y la sociedad?	El 43,1% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social, mientras que el 32,5% están de acuerdo, el 15,4% está en desacuerdo, y el 8,9% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas observan la relación cultural con el entorno social.
<b>PRESTADORES DE SERVICIOS</b>		
7	¿El servicio de los prestadores de servicios es un factor importante para el desarrollo del turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro?	El 57,7% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que el servicio de los prestadores de servicios es un factor importante para el desarrollo del turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 20,3% están de acuerdo, el 16,3% está en desacuerdo, y el 5,7% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los

		turistas consideran que el servicio es un factor importante para el turismo gastronómico.
8	¿Los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio?	El 42,3% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio, mientras que el 38,2% están de acuerdo, el 15,4% está en desacuerdo, y el 4,1% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los prestadores de servicios dan a conocer la tradición y cultura de la localidad.
9	¿Los productos gastronómicos que se ofertan en la parroquia deben satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas?	El 49,2% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los productos gastronómicos que se ofertan en la parroquia deben satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas, mientras que el 29,5% están de acuerdo, el 14,8% está en desacuerdo, y el 6,6% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de la oferta de la parroquia satisface las necesidades de los turistas.
10	¿Los productos gastronómicos de la parroquia Eloy Alfaro deben formar parte de la oferta turística de la provincia de Cotopaxi?	El 56,9% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los productos gastronómicos de la parroquia Eloy Alfaro deben formar parte de la oferta turística de la provincia de Cotopaxi, mientras que el 22,8% están de acuerdo, el 14,6% está en desacuerdo, y el 5,7% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran oportuno ofertar los productos gastronómicos de la parroquia a nivel provincial.
11	¿Para realizar la evaluación a los prestadores de servicios se debe considerar la calidad de los productos y servicios?	El 48,8% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que para realizar la evaluación a los prestadores de servicios se debe considerar la calidad de los productos y servicios, mientras que el 31,7% están de acuerdo, el 15,4% está en desacuerdo, y el 4,1% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran importante la calidad de productos y servicios.
12	¿La innovación y la mejora continua de servicios y productos de la parroquia Eloy Alfaro debe estar basada en normativas de calidad?	El 59,8% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la innovación y la mejora continua de servicios y productos de la parroquia Eloy Alfaro debe estar basada en normativas de calidad, mientras que el 20,5% están de acuerdo, el 14,4% está en desacuerdo, y el 3,8% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas

---

consideran importante la innovación y mejora continua basada en calidad.

---

### **IDENTIDAD CULTURAL**

---

- |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13 ¿La herencia culinaria es una de las características que posee la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro?                                                         | El 57,7% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la herencia culinaria es una de las características que posee la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 22% están de acuerdo, el 14,6% está en desacuerdo, y el 5,7% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas se relacionan con la herencia culinaria de la parroquia.                                                                       |
| 14 ¿Las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejarse en los prestadores de servicios?                                                         | El 48,8% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejarse en los prestadores de servicios, mientras que el 31,7% están de acuerdo, el 14,6% está en desacuerdo, y el 4,9% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran reflejadas las costumbres y tradiciones de la parroquia en los prestadores de servicios.                          |
| 15 ¿Los prestadores de servicios deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro? | El 59,3% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicios deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 20,3% están de acuerdo, el 14,6% está en desacuerdo, y el 5,7% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran importante la capacitación a los prestadores de servicio. |
| 16 ¿Las costumbres gastronómicas forman parte de la oferta turística de la parroquia Eloy Alfaro?                                                                     | El 52% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que las costumbres gastronómicas forman parte de la oferta turística de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 28,4% están de acuerdo, el 14,6% está en desacuerdo, y el 4,9% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran las costumbres gastronómicas como oferta turística.                                                                             |
-

### 4.1.3 Preguntas claves variable independiente: Prestadores de servicio.

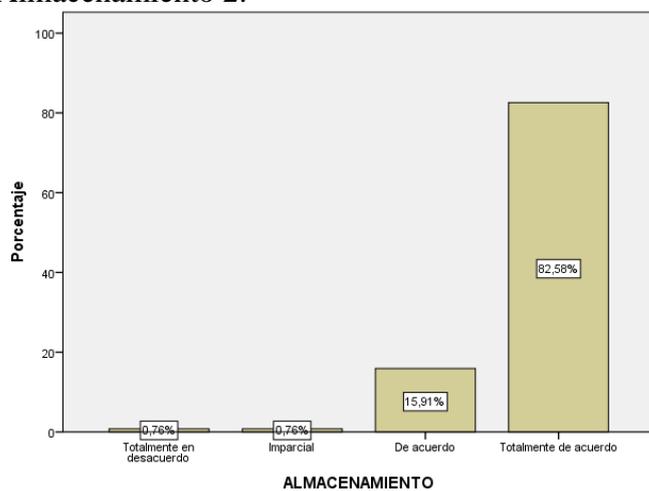
Con la finalidad de obtener información clave se elaboró las siguientes tablas e interpretaciones de las preguntas con respuestas más relevante de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios, las cuales sirven de soporte para la investigación.

#### 1) ¿Los prestadores de servicio deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos?

**Tabla 15**  
Almacenamiento 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	1	0,8	0,8	0,8
	Imparcial.	1	0,8	0,8	1,5
	De acuerdo.	21	15,9	15,9	17,4
	Totalmente de acuerdo.	109	82,6	82,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Ilustración 2**  
Almacenamiento 2.



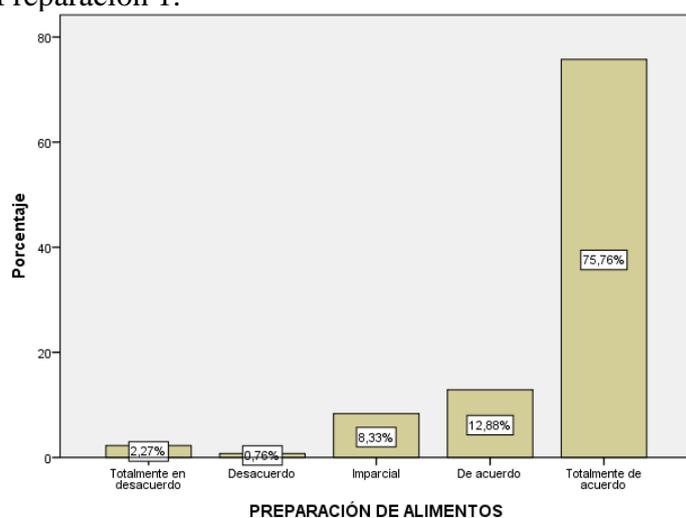
**Análisis:** El 82,6% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicios deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos, es decir se evidencia un escaso conocimiento en inocuidad alimentaria.

2) ¿La preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria?

**Tabla 16**  
Preparación 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	3	2,3	2,3	2,3
	Desacuerdo.	1	,8	,8	3,0
	Imparcial.	11	8,3	8,3	11,4
	De acuerdo.	17	12,9	12,9	24,2
	Totalmente de acuerdo.	100	75,8	75,8	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Ilustración 3**  
Preparación 1.



**Análisis:** El 75,8% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria, es decir, la mayoría de los prestadores de servicios demuestran un mínimo conocimiento en el tema.

#### 4.1.4. Preguntas claves variable dependiente: turismo gastronómico.

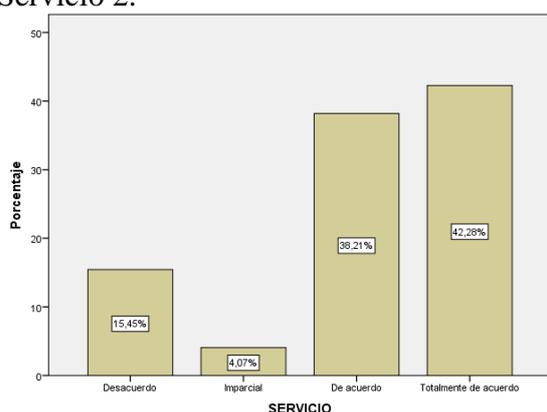
Para la obtención de información clave se elaboró las siguientes tablas e interpretaciones de las preguntas con respuestas más relevante de la encuesta aplicada a los turistas que visitan la parroquia Eloy Alfaro, las cuales se consideró como soporte para la investigación.

##### 1) ¿Los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio?

**Tabla 17**  
Servicio 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	5	3,8	4,1	19,5
	De acuerdo.	47	35,6	38,2	57,7
	Totalmente de acuerdo.	52	39,4	42,3	100,0
	Total	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

**Ilustración 4**  
Servicio 2.



**Análisis:** El 42,3% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio, es decir existe un bajo porcentaje de prestadores de servicios que den a conocer cultura y tradiciones en el sector.

2) ¿Los prestadores de servicios deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro?

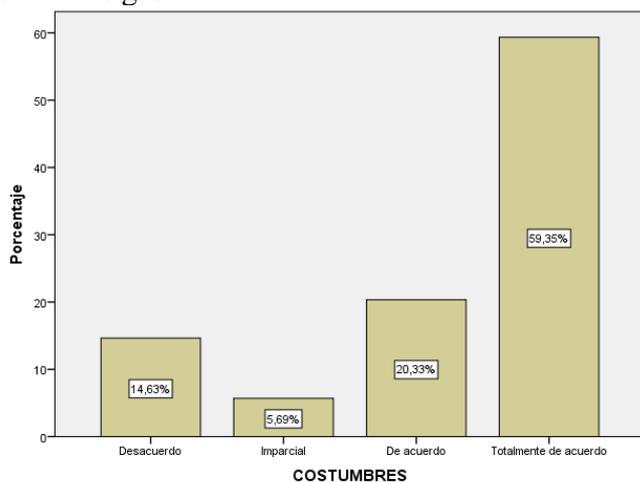
**Tabla 18**

Costumbres gastronómicas 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,6	14,6
	Imparcial.	7	5,3	5,7	20,3
	De acuerdo.	25	18,9	20,3	40,7
	Totalmente de acuerdo.	73	55,3	59,3	100,0
Total		123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

**Ilustración 5**

Costumbres gastronómicas 1.



**Análisis:** El 59,3% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicios deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro, es decir los turistas dan a conocer que es necesario que los prestadores de servicios reciban capacitaciones en turismo gastronómico con la finalidad de dar a conocer las costumbres y tradiciones por medio de la gastronomía de la parroquia.

## 4.2. Prueba de hipótesis

### 4.2.1. Hipótesis general

#### a) Planteamiento de las hipótesis

$H_1$ : Los prestadores de servicios se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

$H_0$ : Los prestadores de servicios no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

#### b) Error

$\alpha$ : 0,05

#### c) Estadístico coeficiente de correlación de Pearson.

**Tabla 19**

Comprobación de hipótesis general

		TURISMO GASTRONÓMICO	PRESTADORES DE SERVICIOS
TURISMO	Correlación de Pearson	1	,822
GASTRONÓMICO.	Sig. <b>Bilateral.</b>		<b>,048</b>
	N	123	123
PRESTADORES DE	Correlación de Pearson	,822	1
SERVICIOS.	Sig. <b>Bilateral.</b>	<b>,048</b>	
	N	123	132

#### d) Toma de decisión:

Mediante el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson. para la hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia Sig.  $0,0482 < 0,05$  por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$  y se rechaza la hipótesis nula  $H_0$ .

## 4.2.2. Hipótesis específicas

### 4.2.2.1. Hipótesis específica 1

#### a) Planteamiento de las hipótesis

$H_1$ : Los servicios y productos se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

$H_0$ : Los servicios y productos no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

#### b) Error

$\alpha$ : 0,05

#### c) Estadístico de coeficiente de correlación de Pearson.

**Tabla 20**

Comprobación de hipótesis Especifica 1

		SERVICIOS Y PRODUCTOS	TURISMO GASTRONÓMICO
INOCUIDAD	Correlación de Pearson	1	-,123
ALIMENTARIA.	Sig. <b>Bilateral.</b>		<b>,140</b>
	N	123	123
TURISMO	Correlación de Pearson	,923	1
GASTRONÓMICO.	Sig. <b>Bilateral.</b>	<b>,010</b>	
	N	123	132

#### d) Toma de decisión:

Mediante el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson para la hipótesis específica 2, de acuerdo con el nivel de significancia Sig. 0,140 > 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa  $H_1$  y se acepta la hipótesis nula  $H_0$ .

#### 4.2.2.2. Hipótesis específica 2

##### a) Planteamiento de las hipótesis

$H_1$ : La inocuidad alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

$H_0$ : La inocuidad alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

##### b) Error

$\alpha$ : 0,05

##### c) Estadístico de coeficiente de correlación de Pearson.

**Tabla 21**

Comprobación de hipótesis Especifica 2

		<b>INOCUIDAD ALIMENTARIA</b>	<b>TURISMO GASTRONÓMICO</b>
SERVICIOS Y PRODUCTOS.	Correlación de Pearson	1	,923
	Sig. <b>Bilateral.</b>		<b>,0,010</b>
	N	123	123
TURISMO GASTRONÓMICO.	Correlación de Pearson	-,167	1
	Sig. <b>Bilateral.</b>	<b>,140</b>	
	N	123	132

##### d) Toma de decisión:

Se observa que, mediante el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson para la hipótesis específica 2, de acuerdo con el nivel de significancia Sig.  $0,010 < 0,05$  por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$  y se rechaza la hipótesis nula  $H_0$ .

### 4.2.2.3. Hipótesis específica 3

#### a) Planteamiento de las hipótesis

$H_1$ : Las técnicas culinarias se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

$H_0$ : Las técnicas culinarias no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

#### b) Error

$\alpha$ : 0,05

#### c) Estadístico de coeficiente de correlación de Pearson.

**Tabla 22**

Comprobación de hipótesis Especifica 3

		TÉCNICAS CULINARIAS	TURISMO GASTRONÓMICO
TÉCNICAS CULINARIAS.	Correlación de Pearson	1	<b>-,128</b>
	Sig. <b>Bilateral.</b>		,158
	N	129	123
TURISMO GASTRONÓMICO.	Correlación de Pearson	-,128	1
	Sig. <b>Bilateral.</b>	,158	
	N	123	123

#### d) Toma de decisión:

Mediante el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson para la hipótesis específica 3, de acuerdo con el nivel de significancia Sig. 0,158 > 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa  $H_1$  y se acepta la hipótesis nula  $H_0$ .

### 4.3. Presentación de resultados

Para la verificación de la confiabilidad de los instrumentos a ser aplicados en la investigación se utiliza el estadígrafo Alpha de Cronbach el cual da a conocer resultados favorables, en la variable independiente: Prestadores de servicios se obtuvo un coeficiente alfa de 0,719 Lo considerado bueno dentro de los criterios de aceptación

En la variable dependiente: turismo gastronómico se obtuvo un coeficiente alfa  $> 0,984$ , considerado excelente dentro de los criterios de aceptación para su aplicación.

El estadígrafo coeficiente de correlación de Pearson fue aplicado mediante el sistema informático SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) con la finalidad de establecer la relación entre las variables y dimensiones para comprobar si las hipótesis de estudio son aceptadas o se rechazadas.

- a) **Hipótesis General:** Se logra evidenciar un nivel de significancia Sig.  $0,0482 < 0,05$  por lo que, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, es decir que de acuerdo con los datos utilizados los prestadores de servicios se relacionan significativamente con el turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- b) **Hipótesis específica 1:** Se logra evidenciar un nivel de significancia Sig.  $0,140 > 0,05$  por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, de acuerdo con los datos utilizados los servicios y productos no se relacionan con el turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- c) **Hipótesis específica 2:** Se logra evidenciar un nivel de significancia Sig.  $0,010 < 0,05$  por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, de acuerdo con los datos utilizados la inocuidad alimentaria se relaciona significativamente en el turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.
- d) **Hipótesis específica 3:** Se logra evidenciar un nivel de significancia  $0,158 > 0,05$  por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, de acuerdo con los datos utilizados las técnicas culinarias evidentemente no se relacionan con el turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 CONCLUSIONES**

- Los prestadores de servicios se relacionan significativamente con el turismo gastronómico, es decir, son aquellos que generan afluencia turística en el sector, por lo tanto, deben garantizar servicios y productos de calidad.
- Los servicios y productos no tienen una relación con el turismo gastronómico, sin embargo, deben garantizar calidad mediante procesos de adquisición, almacenamiento y elaboración.
- Se priorizar la relación de la inocuidad alimentaria a con el turismo gastronómico, dando a conocer el notorio interés de conocer sobre inocuidad alimentaria catalogado como prioridad POS COVID 19.
- Las técnicas culinarias no se relacionan con el turismo gastronómico, ya que los prestadores de servicios han desarrollado técnicas propias las cuales les ha permitido desarrollar autenticidad, la misma que forman parte de la oferta gastronómica de la zona.
- El turismo gastronómico al relacionarse significativamente con los prestadores de servicios requiere que los mismos adquieran conocimientos actualizados y tecnificados de lo que es el turismo gastronómico y de lo que conlleva.

### **5.2 RECOMENDACIONES**

- Mediante convenios de entidades públicas y privadas es necesario brindar a los prestadores de servicios herramientas como el conocimiento para poder mejorar los productos y servicios gastronómicos.
- Realizar levantamiento de información continua a los prestadores de servicio, tomando en cuenta la significativa relación que presentan los prestadores de servicios y el turismo gastronómico, con la finalidad de implementar conocimiento académico, que garantice la calidad de los productos y servicios.
- Proponer productos y servicios turísticos gastronómicos novedosos a los prestadores de servicios basados en estándares de calidad vigentes, con la finalidad de aumentar la demanda en relación con el turismo gastronómico.
- Fomentar el conocimiento en inocuidad alimentaria dando a conocer mediante capacitaciones la importancia de la aplicación de la inocuidad alimentaria en los procesos de adquisición, almacenamiento y elaboración de los platos típicos y tradicionales que forman parte de la oferta turística de la parroquia.
- Los futuros investigadores deben aplicar entrevistas y guías de observación con la finalidad de conocer las técnicas culinarias aplicadas por los prestadores de servicios, ya que, de esta manera se puede implementar propuestas con las que se puede seguir preservando la identidad culinaria de la parroquia.
- Reforzar los planes de capacitación acorde a las necesidades de los prestadores de servicios, los cuales fomenten interés y garanticen la mejora continua en los servicios y productos del sector.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA**

### **Título de la propuesta**

Diseño de un plan de capacitación dirigido a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Desarrollar un plan de capacitación para los prestadores de servicios, que contribuyan en la mejora del turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro.

#### **Objetivos específicos**

- Analizar la planificación estratégica actual del “Plan de turismo del cantón Latacunga”, priorizando los componentes y actividades a realizarse.
- Determinar temas de capacitación según los análisis de los resultados de los instrumentos de recolección de datos aplicados en la investigación
- Establecer el presupuesto promedio del plan de capacitación mediante el presupuesto destinado a la parroquia Eloy Alfaro.

### **Introducción**

En el Cantón Latacunga existe una variedad de platos populares y tradicionales que se consumen de modo cotidiano y son típicos de la ciudad y el Cantón.

Si bien la cocina doméstica de Latacunga es mucho más rica y variada, pues se abastece de productos de todos los climas y de todas las regiones del país, destacando los productos locales, los cuales son comercializados en la ciudad y por ello son muy populares. Su aprovechamiento puede crecer ampliamente, en tanto que se mejore su calidad y se modifiquen las características de su expendio, en especial en el caso de los mercados y los restaurantes populares: servicios, presentación, higiene, etc. (GAD Municipal de Latacunga & Dirección de Turismo, 2020)

Considerando las amplias posibilidades de desarrollo a futuro del turismo gastronómico en la Parroquia Eloy Alfaro, en la medida que se promueva la noción de que Latacunga tiene la mejor y más diversa opción gastronómica al alcance de los turistas extranjeros y nacionales, se resalta la participación de los prestadores de servicios y la importancia de las capacitaciones continuas.

El GAD municipal del cantón Latacunga por medio del plan de turismo 2020-2025 plantea proyectos con actividades en las cuales se verifica la necesidad de capacitar a los prestadores de servicios con la finalidad de contar con recursos humanos calificados, que aporten significativamente al desarrollo del turismo.

Gracias al levantamiento de información realizados en la investigación se evidencia que, los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro que brindan servicio de

alimentos y bebidas requieren capacitaciones orientadas a la inocuidad alimentaria para la mejora del desarrollo del turismo gastronómico de la parroquia.

### **Antecedentes**

(Chango Muso, 2020) El turismo se convierte en una fuente económica que conserva el valor cultural y las orientan hacia grandes finalidades, la provincia de Cotopaxi ofrece a sus turistas confortadores paisajes, indica que las chozas indígenas y los pueblos más aislados guardan la pujanza aborígen y en lo profundo de sus estrechas calles un romanticismo que derivan grandes sacrificios y esfuerzos.

En la provincia de Cotopaxi al noroccidente del cantón Latacunga se encuentra la tradicional parroquia urbana Eloy Alfaro, la cual se encuentra limitada geográficamente al Norte, con Saquisilí; por el Sur, Salcedo, al Este, el río Cutuchi; y al Oeste, Poaló, Pujilí y 11 de noviembre.

A través del Ministerio de Turismo (MINTUR), se reconocen tres manifestaciones culturales, los cuales generan atracción por los turistas como son: Estación del Tren Latacunga, Iglesia de San Felipe y los Restos de la fábrica de textiles San Gabriel.

La localización estratégica de Latacunga y la variedad y calidad de su gastronomía tradicional han sido hasta ahora desaprovechadas casi por completo.

### **Justificación**

En Ecuador, es notorio el crecimiento que ha experimentado el turismo gastronómico, en ciudades intermedias como la ciudad de Latacunga, lo cual conlleva a incrementar las ofertas gastronómicas.

La gastronomía con productos propios de la región es sin duda uno de los atractivos turísticos del cantón. La Parroquia Eloy Alfaro se destaca por la variedad de platos típicos y tradicionales que forman parte de la oferta turística.

La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro es reconocida a nivel nacional e incluyen diversas especialidades propias del cantón Latacunga, elaboradas artesanalmente y que, en general, contienen maíz y otros cereales, diversas carnes, lácteos, frutas y tubérculos, así como bebidas alcohólicas, los cuales, son cultivadas en la zona.

Sin embargo, el incremento de prestadores de servicios informales da a conocer que, es necesario orientar a los principales autores del turismo gastronómico (Prestadores de servicios), a conservar el patrimonio gastronómico de calidad basado en inocuidad alimentaria, es por ello que, en la ciudad de Latacunga existen escuelas de capacitación como: Chefs Host School, Grupo Ecuador Culinary Chefs, Avanti Gourmet Escuela de Chefs y Gusteau Escuela de Chefs. Por su parte, la Asociación de Chefs del Ecuador – Provincia de Cotopaxi (ACE-Cotopaxi) promueve el desarrollo de la gastronomía local, así como intercambio de experiencias en el país y en el exterior.

Mediante el levantamiento de información se evidencia que la falta de conocimiento de mayor relevancia que tienen los prestadores de servicios es en el tema de inocuidad

alimentaria, por ello, es necesaria la implementación y capacitaciones continuas que ayuden a los prestadores de servicios a brindar productos y servicios de calidad basado en la inocuidad alimentaria.

En el análisis de resultados de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios y turistas que visitan la parroquia Eloy Alfaro se evidencia que los prestadores de servicios requieren capacitaciones en inocuidad alimentaria.

Al analizar el nivel de correlación entre inocuidad alimentaria y turismo gastronómico se da la aceptación respectiva a la hipótesis alternativa de la investigación “La inocuidad alimentaria evidentemente se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga”. Por eso se justifica como propuesta de investigación al plan de capacitación en inocuidad alimentaria dirigida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.

Los prestadores de servicios a capacitar son aquellos que están registrados en el plan de turismo 2020-2025 del cantón Latacunga, registros de prestadores de servicios de la zona 16 que pertenecen a la parroquia Eloy Alfaro otorgados por parte del MINTUR Latacunga.

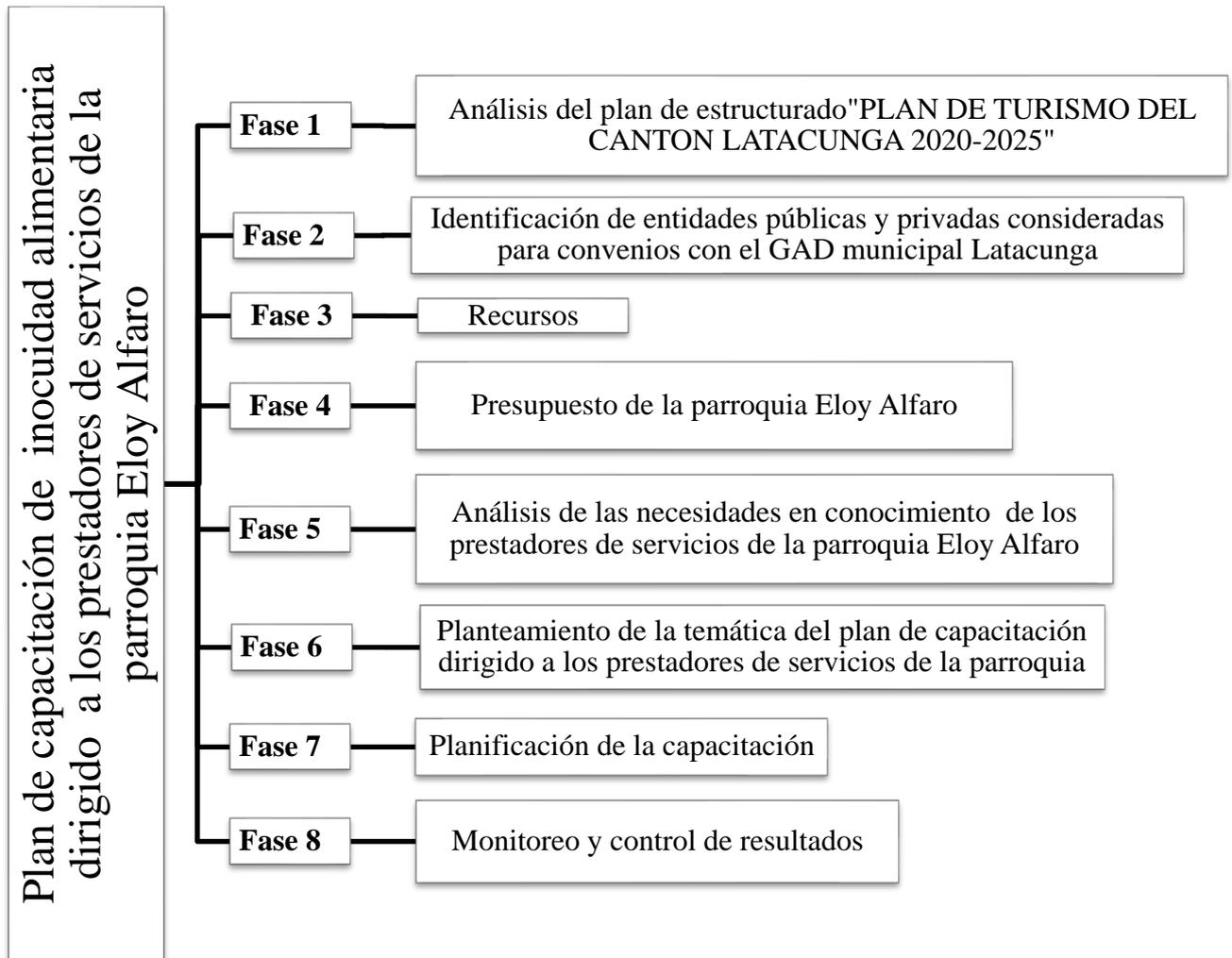
En el levantamiento de información se tomó en cuenta el crecimiento de los prestadores de servicios informal catalogados como emprendimientos, es por ello que, los emprendimientos forman parte de los prestadores de servicios a capacitar.

### **Desarrollo de la propuesta.**

El plan de capacitación de inocuidad alimentaria dirigida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro, está estructurado en 6 fases:

## Ilustración 6

Fases de la propuesta



### Fase 1: Análisis del plan estructurado "PLAN DE TURISMO DEL CANTON LATACUNGA 2020-2025"

Mediante diálogo con el presidente del consejo parroquial urbano Eloy Alfaro (Bastidas William, 2023) Menciona que, para poder realizar un plan de capacitación orientado al desarrollo del turismo en la parroquia, se debe contar con el apoyo del GAD Municipal de Latacunga, es por ello que, el plan de capacitación debe estar sustentado o apoyado en los proyectos planteados en el Plan de turismo del cantón Latacunga vigente.

Dentro del Plan de Turismo del cantón Latacunga se da a conocer el plan estructurado a desarrollarse en el periodo 2020-2025, el mismo que se encuentra estructurado en 6 programas, con 26 proyectos y 71 acciones, que abarcan, de manera integral la promoción y gestión del destino "Latacunga".

Con la finalidad de dar viabilidad al plan de capacitación en inocuidad alimentaria dirigido a los prestadores de servicios, se analiza el proyecto número 6 planteado en el "Plan de Turismo del Cantón Latacunga" considerando sus ejes de acción.

**Tabla 23**

Análisis del programa 6 del plan de turismo Latacunga.

<b>PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN PLAN DE TURISMO DEL CANTÓN LATACUNGA 2020-2025</b>		
<b>Programas 6</b>	<b>Conformación y desarrollo de servicios turísticos</b>	
El programa de conformación de servicios turísticos tiene como ejes de acción: a) Mejoramiento de los servicios existentes. b) Creación de nuevos servicios, tanto en la ciudad de Latacunga como en las parroquias y comunidades del cantón.		
<b>N°</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Acción</b>
<b>13</b>	Alojamiento y Gastronomía	Actualización periódica de información accesible sobre calidad/precio, ubicación y servicios disponibles. Elaboración de guía informativa de la oferta registrada de hostelería, alojamiento y gastronomía, en formato impreso y digital en redes sociales y buscadores de servicios turísticos de la web.
<b>14</b>	Información turística	Por medio de información actualizada de los componentes del plan y elaboración de soportes para información. Instalación de módulos de información turística en sitios estratégicos de la ciudad. Por ejemplo, en las oficinas de la Dirección de Turismo en el Centro Histórico, en el Terminal Terrestre y en la plaza de El Salto. Motivación a operadores y prestadores de servicios para que ofrezcan información actualizada y segura sobre los servicios, actividades y sitios turísticos, para facilitar la identificación y selección de los interesados.
<b>15</b>	Operadores turísticos	Actualización periódica de la información sobre servicios disponibles de operadores turísticos en el Cantón, con datos de ubicación y contactos. Compendio de información actualizada sobre la disponibilidad y oferta de servicios de guianza que existen en Latacunga y en Quito para visitas al cantón, diferenciando especialidades según recursos y tipos de turismo.
<b>16</b>	Formación de capacidades para el turismo	Convenios y articulación de acciones para capacitación de prestadores de servicios turísticos con MINTUR y con los centros académicos y tecnológicos, para contar con recursos humanos calificados. Convenios con la academia y con la cooperación internacional para la enseñanza-aprendizaje del idioma inglés para quienes desarrollan actividades relacionadas con el turismo.

Creación de una incubadora y escaladora de proyectos de turismo, en acuerdo con el empresariado y la academia.

---

<b>17</b>	Seguridad y convivencia ciudadana para el turismo	Formación y entrenamiento en servicios de información y atención a turistas y visitantes al personal de Policía Nacional y de Policía Municipal. Elaboración y difusión de una guía con recomendaciones de seguridad para turistas. Establecimiento de rutas-corredores seguros para circulación de turistas, con presencia de personal policial, cámaras de video vigilancia, iluminación, señalética y participación de vecinos residentes, comerciantes, etc. Dispositivo especial de seguridad e información en el Terminal Terrestre, Plaza de El Salto y en el paradero que se forma en el intercambiador de la Vía E-35 de ingreso a la ciudad, con presencia de personal policial, cámaras de video vigilancia, señalética, iluminación y participación de la comunidad.
-----------	---------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

Mediante el análisis del programa numero 6 planteado en el plan de turismo 2020-2025 del cantón Latacunga se determina que el proyecto 16 se orienta a realizar capacitaciones a los prestadores de servicios con el objetivo de mejorar los servicios existentes en el cantón.

**Tabla 24**  
Proyecto 16

---

**Formación de capacidades para el turismo**

- Convenios y articulación de acciones para capacitación de prestadores de servicios turísticos con MINTUR y con los centros académicos y tecnológicos, para contar con recursos humanos calificados.
  - Convenios con la academia y con la cooperación internacional para la enseñanza-aprendizaje del idioma inglés para quienes desarrollan actividades relacionadas con el turismo.
  - Creación de una incubadora y escaladora de proyectos de turismo, en acuerdo con el empresariado y la academia.
- 

El desarrollo del plan de capacitación se vincula al proyecto N° 16, se enfoca en la formación de capacidades para el turismo, cuenta con tres actividades en las cuales, la capacitación dirigida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro aportaría en la primera actividad apoyada en los convenios a realizarse, tomando en cuenta la planificación realizada por el GAD del cantón Latacunga.

## Fase 2: Identificación de entidades públicas y privadas consideradas para convenios con el GAD municipal Latacunga.

El proyecto 16 tiene como actividad realizar convenios y articulación de acciones para capacitación de prestadores de servicios turísticos con el Ministerio de Turismo (MINTUR) y con los centros académicos y tecnológicos, para contar con recursos humanos calificados, es por lo que se da a conocer a las entidades públicas y privadas que se mencionan en el plan de turismo.

### Entidades públicas.

En el cantón Latacunga existen dos entidades universitarias públicas que ofrecen programas de formación relacionados directamente con el Turismo y el ministerio de Turismo Latacunga.

**Tabla 25**  
Entidades públicas

Nombre de la entidad	Ubicación
La Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)	
Av. Simón Rodríguez s/n Barrio El Ejido Sector San Felipe.	
La Universidad de las Fuerzas Armadas-Latacunga (ESPE-L)	
Belisario Quevedo. Parroquia Belisario Quevedo Barrio El Forastero.	

---

Ministerio de turismo  
Latacunga



Av. Fernando Sánchez de Orellana y  
Marqu ez de Maenza.

---

### Entidades Privadas.

Existen 4 escuelas que se ocupan de capacitaciones en la preparación y manipulación de alimentos, y en técnicas de servicio al cliente. Estas escuelas son:

**Tabla 26**

Entidades Privadas

---

Nombre de la entidad privada	Ubicación
Chefs Host School	
Av. Unidad Nacional y El Copal frente a GAB MOTORS, Latacunga, Ecuador.	
Grupo Ecuador Culinary Chefs	
Av. Unidad Nacional y Calle de la Caobatras, tras oficinas de Servientrega del Sur.	

---

---

Avanti Gourmet Escuela de Chefs



Av. Amazonas y Felix Valencia.

la Asociación de Chefs del Ecuador – Provincia de Cotopaxi (ACE-Cotopaxi)



---

### Fase 3: Recursos

#### Tabla 27

#### Recursos

Infraestructura	Equipos e instrumento	Materiales didácticos
Coliseo Eloy Alfaro	Computadora y Laptop	Trípticos
	Proyector	Diapositivas
	Micrófono	Videos
	Parlante	
	Pizarrón	
	Insumos de útiles escolares (Esferos, cuaderno y marcadores).	
	Hoja de registro	
	Internet	

---

#### Fase 4: Presupuesto de la parroquia Eloy Alfaro

El (GAD municipal del cantón Latacunga, 2022) mediante el informe del presupuesto económico del 2022 da a conocer que el presupuesto del año 2022 del cantón:

**Tabla 28**

Presupuesto del cantón Latacunga.

Concepto	Presupuesto
Ingresos corrientes	\$ 21.104.709,41
Ingresos capitales	\$ 23,126,656.09
Ingreso financiamiento	\$ 106.443.161.91
<b>Tota de presupuesto 2022</b>	<b>\$ 150.443.161,91</b>

Según los egresos registrados en el informe presupuestario del año 2022 se refleja un \$ 846.439,68 invertidos en la parroquia Eloy Alfaro.

Mediante un dialogo con el presidente de la parroquia Eloy Alfaro “Ing. William Bastidas” se afirma que el presupuesto destinado a la parroquia por parte del GAD municipal del cantón Latacunga fue de 900.000,00 dólares los cuales fueron distribuidos para obras necesarias de los barrios de la parroquia.

Actualmente La parroquia Eloy Alfaro se encuentra implementando facilidades turísticas como son vías de acceso a la parroquia, lo cual está siendo evidenciado, es por lo que se solicitó un incremento al presupuesto anual del 2023 recibiendo así por este año 1.000.000,00 de dólares de los cuales la junta parroquial destina el 0,15% al desarrollo turístico de la parroquia en este año.

Tras el dialogo sostenido con el presidente de la junta parroquial existe el apoyo para la capacitación en inocuidad alimentaria a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.

**Tabla 29**

Presupuesto estimado de la capacitación

Descripción	Precio
Materiales didácticos	100,00 \$
Equipos	200,00 \$
Copias	100,00 \$
Publicidad	200,00 \$
OTROS	100,00 \$
<b>TOTAL</b>	<b>700,00 \$</b>

## **Fase 5: Análisis de las necesidades en conocimiento de los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.**

Las siguientes necesidades en conocimiento de los prestadores de servicios se determina mediante el análisis de los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.

**Tabla 30**  
Necesidades de los prestadores de servicios

<b>Análisis de resultados</b>	<b>Necesidades</b>
Los prestadores de servicios deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos, es decir se evidencia un escaso conocimiento en inocuidad alimentaria.	Conocimiento en inocuidad alimentaria
La preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria, es decir, la mayoría de los prestadores de servicios demuestran un mínimo conocimiento en el tema.	Capacitación en inocuidad Alimentaria
Mediante una guía de observación en los establecimientos de los prestadores de servicios se evidencia el desconocimiento de las medidas de inocuidad alimentaria.	Capacitación en inocuidad alimentaria en el establecimiento

## **Fase 6: Planteamiento de la temática del plan de capacitación dirigido a los prestadores de servicios de la parroquia.**

La temática planteada para el plan de capacitación de la parroquia Eloy Alfaro se estructura en base a la necesidad de conocimiento en “inocuidad alimentaria” de los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.

El instructivo externo para la evaluación de restaurantes, cafeterías y otros establecimientos de alimentación colectiva (2022), el cual busca, guiar a los usuarios para aplicar las correctas prácticas de higiene y manipulación en la preparación de alimentos, en beneficio de la salud de la población da a conocer el manual de prácticas de higiene y manipulación de alimentos, con temas básicos y esenciales en inocuidad alimentaria.

Mediante el manual de inocuidad alimentaria El instructivo externo para la evaluación de restaurantes, cafeterías y otros establecimientos de alimentación colectiva (2022), se plantean los siguientes temas para la capacitación en inocuidad dirigida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.

**Tema principal:** Inocuidad Alimentaria

Subtemas:

1. Importancia de la implementación de inocuidad alimentaria en los establecimientos.
2. Recepción de materia prima
3. Almacenamiento
4. Manipulación de alimentos.
5. Enfermedades transmitidas por los alimentos
6. Contaminación de los alimentos y fuentes de contaminación.
7. Preparación de los alimentos
8. Alergias a los alimentos
9. Higiene del personal
10. Mantenimiento de las instalaciones y equipos
11. Control de plagas.
12. Agua segura
13. Control del tabaco
14. Lineamientos específicos por emergencia sanitaria COVID-19

**Fase 7: Planificación de la capacitación**

**Tabla 31**  
Planificación

Planificación de capacitación “inocuidad alimentaria” dirigida a los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga										
N°	Tema	Semana 1		Semana 2		Semana 3		Semana 4		Observaciones
		día 1	día 2							
1	Importancia de la implementación de inocuidad alimentaria.									
2	Recepción de materia prima.									
3	Almacenamiento									
4	Manipulación de alimentos.									
5	Enfermedades transmitidas por los alimentos									
6	Contaminación de los alimentos y fuentes de contaminación.									
7	Preparación de los alimentos									
8	Alergias a los alimentos									
9	Higiene del personal									
10	Mantenimiento de las instalaciones y equipos									
11	Control de plagas.									
12	Agua segura									
13	Control del tabaco									
14	Lineamientos específicos por emergencia sanitaria COVID-19									

**Fase 8: Monitoreo y control de resultados**

**Evaluación y monitoreo de la capacitación en inocuidad alimentaria impartida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga capacitados.**

**CONFIDENCIALIDAD**

- a. La evaluación se da de forma anónima, los datos recolectados son estrictamente confidenciales y el evaluador se compromete a mantener la reserva del caso.
- b. Conteste toda la evaluación ya que su criterio es de suma utilidad en el desarrollo de esta.
- c. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- d. Responda con sinceridad en base a las siguientes escalas de valoración:

1= Deficiente

2= Regular

3= Bueno

4= Muy Bueno

5= Excelente

**Fecha de la Evaluación:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/

N°	Ítems	Calificación				
		1	2	3	4	5
	<b>Capacitación dirigida a los prestadores de servicios de la parroquia Eloy Alfaro.</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Muy Bueno</b>	<b>Excelente</b>
1	Como considera la ejecución del plan de capacitación en inocuidad alimentaria.					
2	Como considera la experiencia de aprendizaje					
3	considera usted que el contenido de la capacitación cumplió con sus expectativas.					
4	Como considera el método de enseñanza aplicada por los facilitadores de la capacitación.					
5	Como calificaría la calidad de la capacitación					
6	Como considera la temática planteada en el plan de capacitación inocuidad alimentaria.					

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

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**

**Evaluación y monitoreo del desempeño de los prestadores de servicios capacitados  
en inocuidad alimentaria de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.**

**INSTRUCCIONES**

- a. Conteste toda la evaluación ya que su criterio es de suma utilidad en el desarrollo de esta.
- b. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- c. Responda con sinceridad en base a las siguientes escalas de valoración:
  - 1= Deficiente
  - 2= Regular
  - 3= Bueno
  - 4= Muy Bueno
  - 5= Excelente

**Evaluación de 360 grados**

Evaluado	Evaluador
<b>Nombre:</b>	<b>Nombre:</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b>	<b>Fecha:</b>

Inocuidad alimentaria	Calificación				
	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5
Recepción de materia prima					
Almacenamiento					
Manipulación de alimentos					
Preparación de alimentos					
Higiene personal					
Control de plagas					
Control de Tabaco					
Lineamientos específicos por emergencia sanitaria covid-19.					

**Observaciones** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**Firma del evaluador**  
**C.I:**

\_\_\_\_\_  
**Firma del evaluado**  
**C.I:**

## Bibliografía

- Alpusig, C. S. (2020). "LA MÁCHICA, ELABORACIÓN, HISTORIA E IMPORTANCIA EN LA GASTRONOMIA DEL CANTÓN LATACUNGA. AMBATO: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
- Arce Bastidas, R. F., Suárez Domínguez, E., Solís Argandoña, E. V., & Argudo Guevara, N. (2020). Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador. *Podium*, (38), 139-158.
- Badillo Paredes, E. F. (2020). *GASTRONOMÍA ANCESTRAL Y SU INFLUENCIA EN EL TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA*. RIOBAMBA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.
- Bahls, Á., Wendhausen Krause, R., & Silva Añaña, E. (2019). *Comprensión de los conceptos de culinaria y gastronomía*. Argentina: SciELO Argentina.
- BARRIGA, E. N. (2010). *PLATOS TÍPICOS QUE PUEDEN SER PUESTOS EN VALOR DE LOS RECURSOS GASTRONÓMICOS TÍPICOS Y TRADICIONALES CON EL FIN DE FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA*. Riobamba: UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.
- Bedón Echeverría, M. E. (2019). "Aplicación de técnicas de cocina de vanguardia a los platos tradicionales de la gastronomía de la ciudad de Latacunga. Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Brito, L. M., & Botelho, D. (2018). La gastronomía como marca de destino: Proposiciones en Minas Gerais-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 390-412.
- Calvopiña, A. B. (2013). "LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN GASTRONÓMICA Y SU APOORTE AL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI. AMBATO: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
- Carvajal Villota, M. J., & Díaz Moreta Paúl Adrián, P. A. (2020). *TÉCNICAS CULINARIAS ANCESTRALES DE LA COMUNIDAD DE AGATO UNA ALTERNATIVA DENTRO DE LA COCINA CREATIVA*. Ibarra: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.
- Castellón Valdez, L. M., & Fontecha Fontecha, J. (2018). *LA GASTRONOMÍA UNA FUENTE PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO Y EL FORTALECIMIENTO DE IDENTIDAD CULTURAL EN SANTANDER*. SANTANDER: Turismo y Sociedad.
- Cervantes, B. (2019). *Proyecto de expansión de mercado de DISLEC mediante franquicias para licorerías*. EPN.
- CEUPE. (2018). *¿Qué es un Atractivo turístico? Tipos, ejemplos e importancia*. CEUPE.
- Chango Muso, D. V. (2020). *DISEÑO DE UNA INTERFAZ MÓVIL SOBRE LAS ACTIVIDADES*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.

- Chango Muso, D. V. (2020). *DISEÑO DE UNA INTERFAZ MÓVIL SOBRE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA ELOY ALFARO, CANTÓN LATACUNGA*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- CINIB. (2017). *Preparar alimentos para la salud y la prevención*. España: Baleares, Centro Integral de Nutrición Islas.
- Colombia. (Abril de 2018). Gov.co. Gov.co: <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx#:~:text=%E2%80%8B%E2%80%8BLa%20inocuidad%20de,un%20riesgo%20para%20la%20salud>.
- Colombia, M. d. (30 de abril de 2023). MINSALUD. MINSALUD: <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>
- Contreras Castañeda, E. D. (2021). *La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia*. Colombia: scielo.
- Cortez Quezada, M., & Maira Salcedo, M. P. (2019). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: pautas de observación*. María Rosa García González, MIDE UC.
- Daysi Chango-Muso; Paolo Arévalo-Ortiz. (2020). *DISEÑO DE INTERFAZ MÓVIL COMO MEDIO DIFUSOR DE ACTIVIDADES EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO, LATACUNGA-ECUADOR*. LATACUNGA: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.
- EASH, E. (18 de Agosto de 2020). Blog EASH. Blog EASH: <https://www.estudiahosteleria.com/blog/gastronomia/tipos-de-tecnicas-culinarias>
- ESAH. (18 de Agosto de 2020). BLOG ESAH. Noticias y tendencias para el sector de la restauración, hoteles y organización de eventos: <https://www.estudiahosteleria.com/blog/gastronomia/tipos-de-tecnicas-culinarias>
- Expósito Peláez, M. E. (2019). *Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos*. EFDEPORTES.
- GAD Municipal de Latacunga, & Dirección de Turismo. (2020). *Plan de Turismo del Cantón Latacunga*. Latacunga: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga.
- GAD municipal del cantón Latacunga. (2022). *Resolucion administrativa*. GAD municipal del cantón Latacunga.
- Galué Sandreaa, M. A., & Meleán Romero, R. A. (2017). Proceso de distribución de alimentos del Estado venezolano. *INNOVAG*, 80-81.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Lat, D. (2020). *Plan de Turismo del Cantón Latacunga*. Latacunga: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga.

- Gorotiza, J. K. (2017). *LAS FACILIDADES TURÍSTICAS COMO FACTOR CONDICIONANTE DEL DESARROLLO TURISTICO EN LA COMUNIDAD SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA. LA LIBERTAD: UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.*
- Hernández Mogollón, J. M., Di Clemente, E., & López Guzmán, T. (2014). *EL TURISMO GASTRONÓMICO COMO EXPERIENCIA.* España: Universidad de Extremadur.
- Hernández Rojas, R. D., & Dancausa Millán, M. G. (2018). *La gastronomía tradicional de Córdoba (España).* Córdoba: SciELO Argentina.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación Sexta Edición .*
- La agencia Nacional de Regulacion, C. Y. (2022). *INSTRUCTIVO EXTERNO PARA LA EVALUACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN COLEGTIVA. LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA.*
- Ley de Turismo. (2018). *Ley de Turismo.* Ley de Turismo.
- Medrano, S. A. (15 de Diciembre de 2020). *La gastronomía, un imán turístico para el Ecuador. Vistazo.*
- Mendoza, Biler, Reye. (2020). *Inocuidad alimentaria de los alimentos preparados, que se consumen en la ciudad de Manta.* Manta: Polo del conocimiento.
- MINSALUD. (22 de JUNIO de 2022). *MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Y SOCIAL. Calidad e inocuidad de alimentos:*  
<https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx#:~:text=%E2%80%8B%E2%80%8BLa%20inocuidad%20de,un%20riesgo%20para%20la%20salud.>
- MINTUR. (2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO.* MINISTERIO DE TURISMO.
- MINTUR. (2018). *MAPA GASTRONÓMICO DEL ECUADOR 24 PROVINCIAS DE SABOR Y CULTURA.* Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2020). *Facilidades turísticas introducción.* QUITO: MINISTERIO DE TURISMO.
- Morillo Campués , E. A. (2020). *RUTA GASTRONÓMICA A BASE DE CULTIVOS ANDINOS COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE DE SAN PABLO DEL LAGO CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA.* Ambato: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES.
- Morillo Moreno, M. C., & Morillo Moreno , M. (2016). *Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela.* Universidad del zulia.
- Muchotrigo, M. G. (2006). *Identidad y política cultural en el Perú.* Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos.* Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.

- Noguera, F., & Gigante, S. (2018). *Principios de la preparación de alimentos*. Uruguay: UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA COMISIÓN SECTORIAL DE ENSEÑANZA.
- OMS. (2023). *Organización Panamericana de la Salud*. Organización Panamericana de la Salud: <https://www.paho.org/es/emergencias-salud/reglas-oro-oms-para-preparacion-higienica-alimentos>
- OMT, O., & BCC, B. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Organización mundial de turismo.
- Oñate, L. O. (2020). *RIQUEZA GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI*. Latacunga: Instituto tecnológico Vicente León.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Universidad de Tarapacá.
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2006). *Metodología la investigación cuantitativa*. FEDUPEL.
- Palomeque, F. L. (2015). Turismo Gastronómico. En M. d. Lodoño, *Turismo Gastronómico, impulsor del comercio de proximidad*. UOC.
- Petrucci, N., Acosta, M., Lambaré, A., Pochettino, L., & Hilger, N. (2022). *La relación del turismo gastronómico y la agrobiodiversidad en Humahuaca (Jujuy, Argentina): una visión desde la etnobotánica*. Córdoba: Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica.
- Pololikashvili, Z. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Organización Mundial del Turismo.
- Ponce de León Román, E. (2018). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. MINISTERIO DE TURISMO.
- Procter & Gamble. (26 de Septiembre de 2022). *Proxima a tí*. Proxima a tí: <https://www.proximaati.com/hogar/recetas/10-tecnicas-de-cocina-que-debes-conocer#Anchor1>
- Quimis Parra, D. J. (2022). *CALIDAD Y OFERTA TURÍSTICA EN EL SECTOR CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO*. Riobamba: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.
- Ramírez Cavassa, C. (2017). *SERVICIOS TURÍSTICOS I*. Córdoba: Universidad Tecnológica Nacional.
- Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *9(17)*, 127-143.
- Ríos Gomez, D. I. (2019). *LA HERENCIA GASTRONÓMICA COMO PRODUCTO POTENCIAL*. Manabí: UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.
- RNT. (2018). *REGISTRO NACIONAL DE TURISMO RNT*. REGISTRO NACIONAL DE TURISMO RNT.

- Robelly Robelly, K. d., & Miranda Calle , M. A. (2021). *DIFUSIÓN DIGITAL DE LAS TRADICIONES GASTRONÓMICAS DE GUAYAQUIL*. GUAYAQUIL: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Rodrigues Ferreira, D. I., & Sánchez Martín, J. M. (2020). *La agricultura como producto turístico en áreas rurales: Un debate abierto en*. España: Revista Investigaciones Turísticas.
- Rubio Huerta, L. M., Rodriguez Corredor, M. A., Cote Daza, S. P., & Barón Chivara, J. A. (2022). *Las plazas de mercado como espacios territoriales de turismo gastronómico, valoración de la gastronomía típica bogotana*. Argentina: Scielo.
- Salvatierra Marchant , I. M. (2019). *MANUAL conservacion de alimentos*. Chile: Escuela Hotelería, Turismo y Gastronomía.
- Santander, U. I. (2018). *GUÍA DE ALMACENAMIENTO SECO*,. Colombia: Univercidad Industrial de Santander.
- Simba Ordoñez , A. F. (2023). *Las técnicas culinarias y la cocina prehispánica en la provincia deTungurahua*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Sobrado, D. A. (2018). Identidad cultural y turismo gastronómico: la mercantilización del patrimonio. *International journal of scientific management and tourism*, 51-71.
- Suárez Velasco, J. E., Paladines, G. V., & Capa Paladines, S. F. (2020). *Gestión de la felicidad y satisfacción del turista en Ecuador*. QUITO: Universidad de las Fuerza Armadas.
- Ulloa, Castro, Ochoa, Donoso. (2020). Revisión sistemática de estudios sobre inocuidad alimentaria en Cuenca, Ecuador, periodo 1981-2017. pág. 12.
- UNWTO. (2021). *SEXTO FORO MUNDIAL DE LA OMT SOBRE TURISMO GASTRONÓMICO*. Europa.
- Villalva Guevara, M. R., & Inga Aguagallo, C. F. (2021). *SABERES ANCESTRALES GASTRONÓMICOS Y TURISMO CULTURAL DE LA- CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Riobamba: Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades.
- Vivanco, F. (2021). *Turismo Gastronómico*. Quito: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.

## ANEXOS.

### Anexo 1: Tabulación variable independiente: Prestadores de servicio

#### I. Información general.

##### a) Edad.

**Tabla 32**

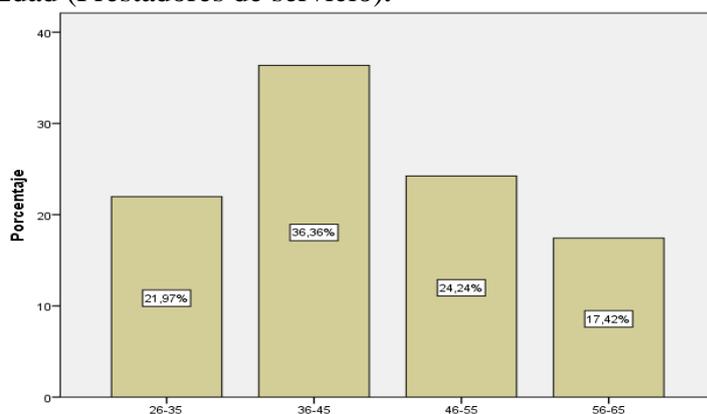
Edad (Prestadores de servicio).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-35	29	22,0	22,0	22,0
	36-45	48	36,4	36,4	58,3
	46-55	32	24,2	24,2	82,6
	56-65	23	17,4	17,4	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

#### Ilustración 7

Edad (Prestadores de servicio).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022.*

**Análisis:** se puede observar que el 17,4% de los encuestados tienen un rango de edad de (56 -65 años), el 22% de los encuestados pertenecen al (26-35años), mientras que el 24,2% pertenece al (46-55 años), el 36,4% de prestadores de servicio encuestados se encuentran en el rango (36-45años), es decir la mayoría de los prestadores de servicio encuestados con el 36,4 % pertenecen al rango de edad de 36 a 45 años.

## b) Sexo.

**Tabla 33**

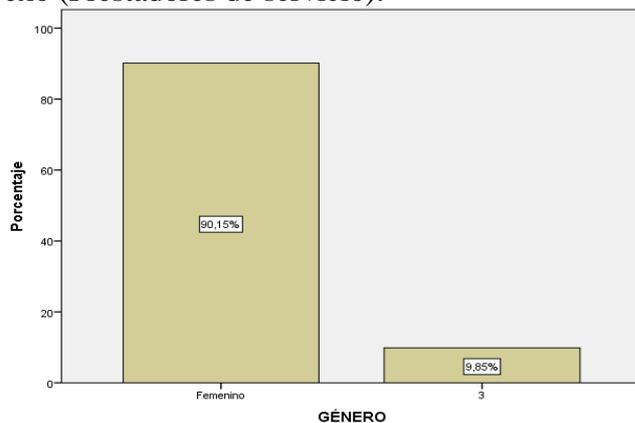
Sexo (Prestadores de servicio)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino.	119	90,2	90,2	90,2
	Masculino.	13	9,8	9,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 8**

Sexo (Prestadores de servicio).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** en la encuesta realizada se determina que el 90,2% de los prestadores de servicio encuestados son de sexo femenino, mientras que el 9,8% pertenecen al sexo masculino, es decir la mayoría de los prestadores de servicio son de sexo femenino.

e) Nivel de instrucción.

**Tabla 34**

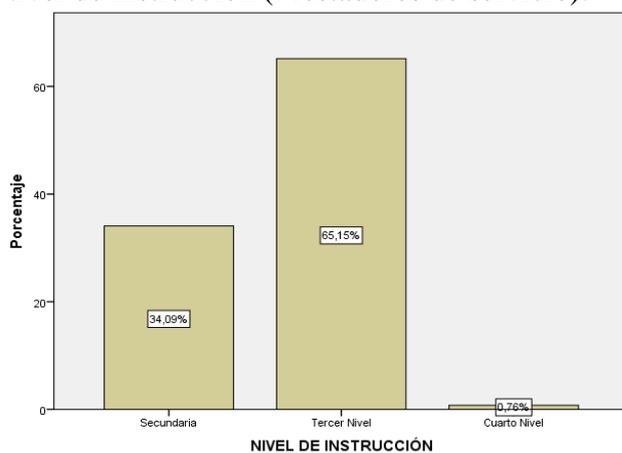
Nivel de Instrucción (Prestadores de servicio).

		Frecuenci		Porcentaje	Porcentaje
		a	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Secundaria.	45	34,1	34,1	34,1
	Tercer Nivel.	86	65,2	65,2	99,2
	Cuarto Nivel.	1	,8	,8	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 9**

Nivel de instrucción (Prestadores de servicio).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** mediante las encuestas realizadas se conoce que el 34% de los encuestados tienen un nivel de instrucción secundaria, mientras que el 65,2 % tienen un tercer nivel de instrucción.

f) **Ingreso económico mensual.**

**Tabla 35**

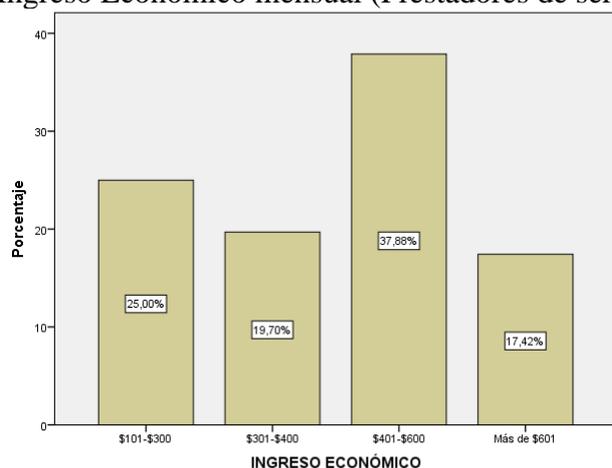
Ingreso económico mensual (Prestadores de servicio).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$101-\$300	33	25,0	25,0	25,0
	\$301-\$400	26	19,7	19,7	44,7
	\$401-\$600	50	37,9	37,9	82,6
	Más de \$601	23	17,4	17,4	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022.*

**Ilustración 10**

Ingreso Económico mensual (Prestadores de servicio).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022.*

**Análisis:** mediante la encuesta realizada se conoce que el 17% de los encuestados tienen un ingreso económico de más de \$601 el 19 % de los encuestados tienen un ingreso entre \$301-\$400, mientras que el 25% tiene un ingreso de \$101-\$300, el 38 % tiene un ingreso económico de \$401-\$600, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro tienen un ingreso de \$401-\$600 aproximadamente del salario básico establecido.

### e) Registro

**Tabla 36**

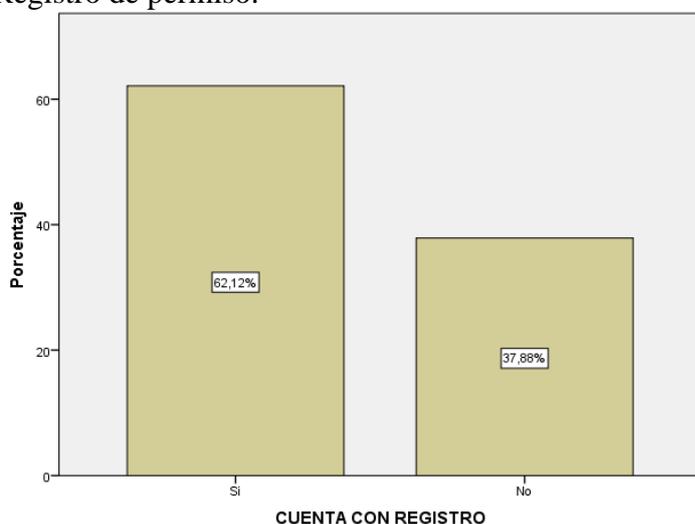
Registro de permiso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	82	62,1	62,1	62,1
	No	50	37,9	37,9	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 11**

Registro de permiso.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** mediante las encuestas realizadas se conoce que el 38% de los encuestados no cuentan con un registro de funcionamiento considerados como prestadores de servicio informales, mientras que el 62 % cuenta con permiso de funcionamiento es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro cuentan con permiso de funcionamiento sin embargo existe un porcentaje considerable con el cual que puede evidenciar el incremento de prestadores de servicio informales.

## II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA.

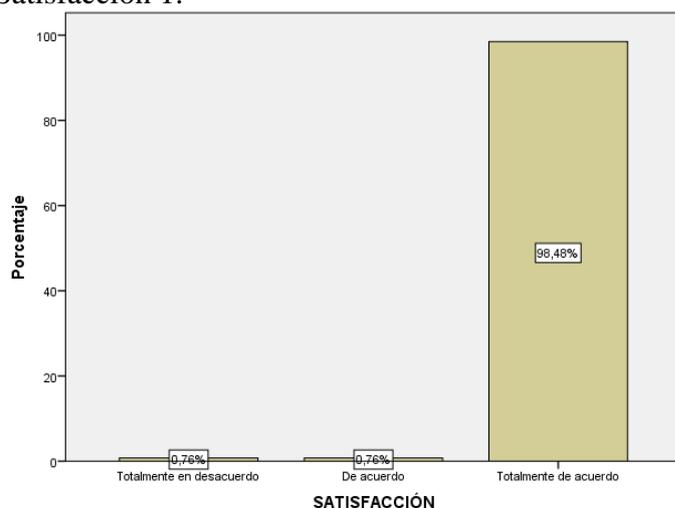
### 1) ¿La satisfacción del cliente es un factor clave para la evaluación del desarrollo turístico gastronómico de la parroquia?

**Tabla 37**  
Satisfacción 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	1	,8	,8	,8
	De acuerdo.	1	,8	,8	1,5
	Totalmente de acuerdo.	130	98,5	98,5	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 12**  
Satisfacción 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

Análisis: El 98,5% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que la satisfacción del cliente es un factor clave para la evaluación del desarrollo turístico gastronómico de la parroquia, mientras que el 1,5% mencionan estar en total desacuerdo y acuerdo.

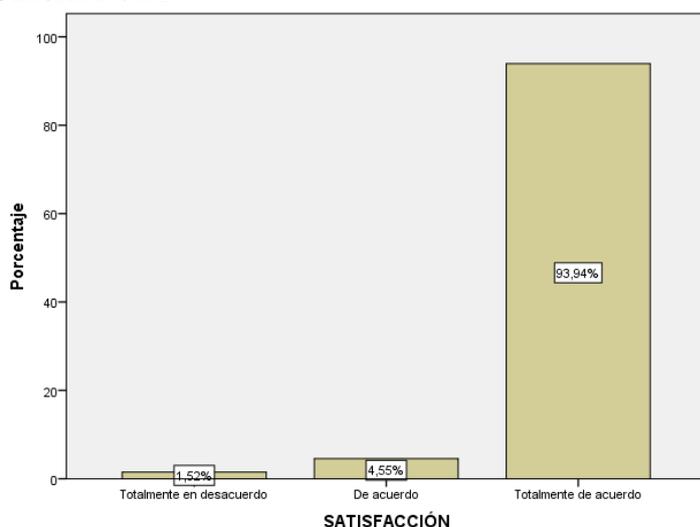
2) ¿La satisfacción del cliente determina los factores necesarios para la mejora continua en el servicio?

**Tabla 38**  
Satisfacción 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	2	1,5	1,5	1,5
	De acuerdo.	6	4,5	4,5	6,1
	Totalmente de acuerdo.	124	93,9	93,9	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 13**  
Satisfacción 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 93,9% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que La satisfacción del cliente determina los factores necesarios para la mejora continua en el servicio, mientras que el 4,5% mencionan estar de acuerdo y el 1,5% totalmente en desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran a la satisfacción como una clave para realizar las mejoras en servicios y productos que son parte de la oferta gastronómica de la parroquia.

**3) ¿Las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia son suficientes para el desarrollo del turismo gastronómico?**

**Tabla 39**

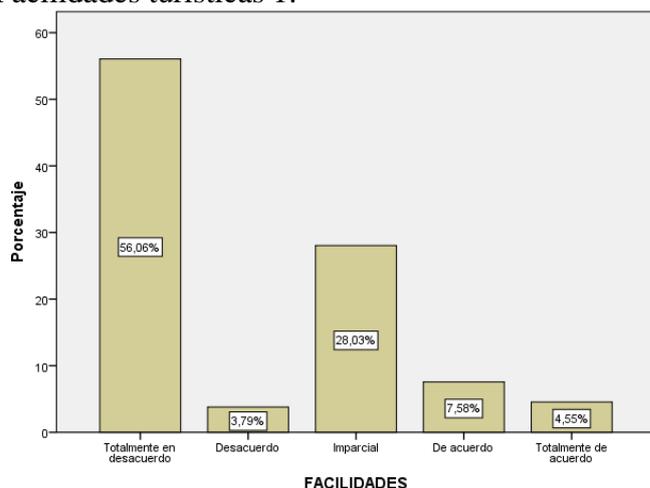
Facilidades turísticas 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	74	56,1	56,1	56,1
	Desacuerdo.	5	3,8	3,8	59,8
	Imparcial.	37	28,0	28,0	87,9
	De acuerdo.	10	7,6	7,6	95,5
	Totalmente de acuerdo.	6	4,5	4,5	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 14**

Facilidades turísticas 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 56,1% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente en desacuerdo que las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia son suficientes para el desarrollo del turismo gastronómico, mientras que el 28% mencionan ser imparciales, el 7,6% están de acuerdo, el 4,5 menciona estar totalmente de acuerdo y el 3,8 de los encuestados están en desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran insuficiente las facilidades turísticas existentes en la parroquia.

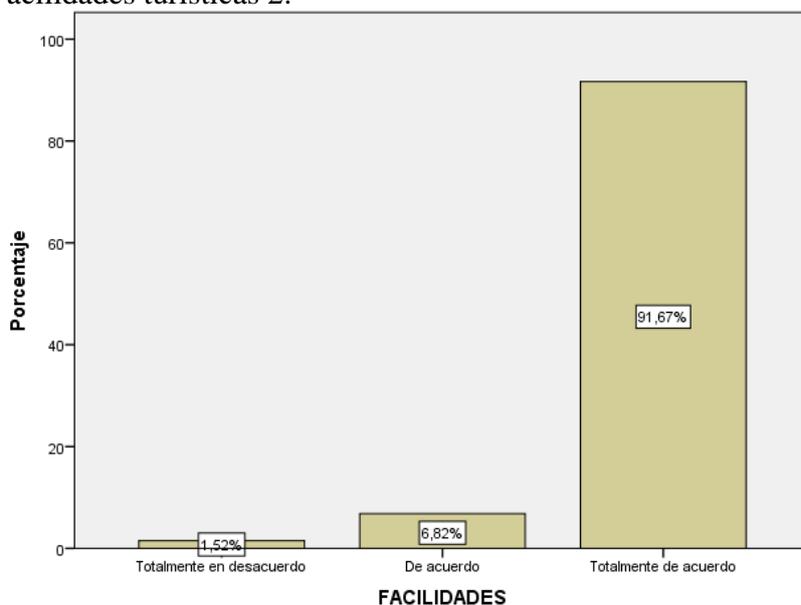
4) ¿Las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia deben estar en constante mantenimiento para la demanda turística?

**Tabla 40**  
Facilidades turísticas 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	2	1,5	1,5	1,5
	De acuerdo.	9	6,8	6,8	8,3
	Totalmente de acuerdo.	121	91,7	91,7	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 15**  
Facilidades turísticas 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 91,7% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia deben estar en constante mantenimiento para la demanda turística, mientras que el 6,8% mencionan estar de acuerdo, y el 1,5 de los encuestados están en total desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran necesario el constante mantenimiento de las facilidades turísticas de la parroquia con el fin de ofertar mejores servicios y productos gastronómicos.

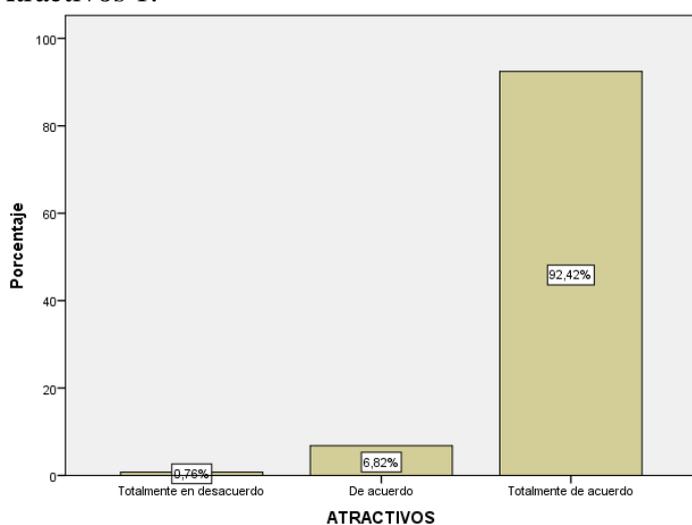
5) ¿Se considera a los platos típicos y tradicionales de la parroquia como atractivos turísticos que fomentan el desarrollo del turismo en la provincia?

**Tabla 41**  
Atractivos 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,8	,8	,8
	De acuerdo	9	6,8	6,8	7,6
	Totalmente de acuerdo	122	92,4	92,4	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 16**  
Atractivos 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 92,4% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que se considera a los platos típicos y tradicionales de la parroquia como atractivos turísticos que fomentan el desarrollo del turismo en la provincia, mientras que el 6,8% mencionan estar de acuerdo, y el 0,8 de los encuestados están en total desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran los platos típicos y tradicionales como uno de los principales atractivos de la parroquia.

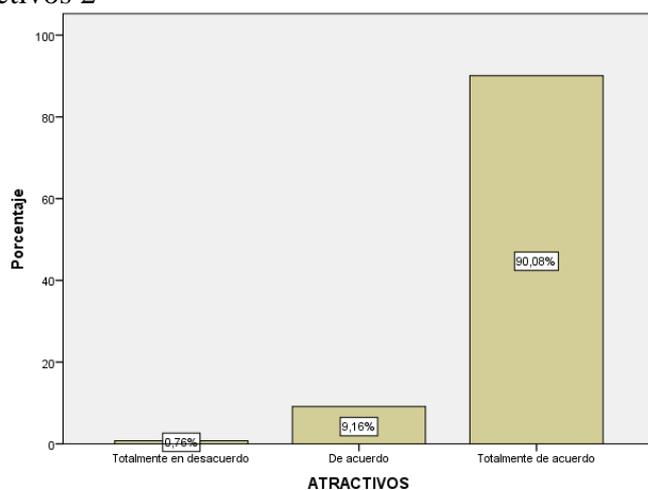
**6) ¿Los atractivos turísticos de la parroquia deben reflejar la cultura y tradición de la parroquia Eloy Alfaro?**

**Tabla 42**  
Atractivos 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	1	,8	,8	,8
	De acuerdo.	12	9,1	9,2	9,9
	Totalmente de acuerdo.	118	89,4	90,1	100,0
	Total.	131	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	1	,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2*

**Ilustración 17**  
Atractivos 2



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 89,4% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que los atractivos turísticos de la parroquia deben reflejar la cultura y tradición de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 9,1% están de acuerdo, y el 0,8 de los encuestados están en desacuerdo, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran que los atractivos de la parroquia deben reflejar cultura y tradición.

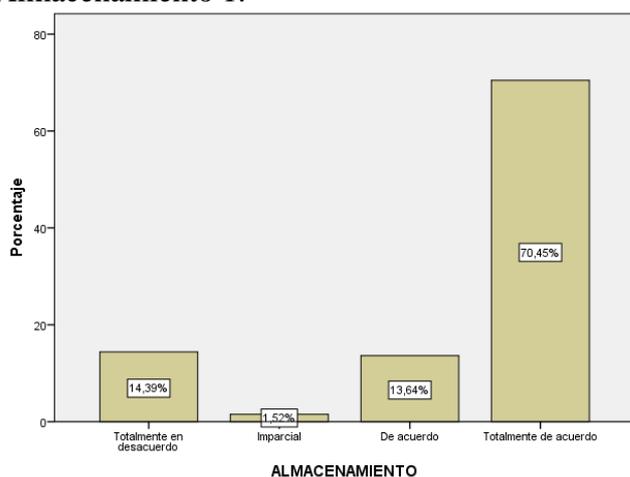
**7) ¿El almacenamiento de los alimentos es indispensable para la elaboración de los platos típicos y populares que se ofertan en la gastronomía de la parroquia?**

**Tabla 43**  
Almacenamiento 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	19	14,4	14,4	14,4
	Imparcial.	2	1,5	1,5	15,9
	De acuerdo.	18	13,6	13,6	29,5
	Totalmente de acuerdo.	93	70,5	70,5	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 18**  
Almacenamiento 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 70,5% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que el almacenamiento de los alimentos es indispensable para la elaboración de los platos típicos y populares que se ofertan en la gastronomía de la parroquia, mientras que el 14,4% están en total desacuerdo, el 13,6 de los encuestados están de acuerdo, y el 1,5 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicio de la parroquia consideran el almacenamiento como indispensable.

8) ¿Los prestadores de servicio deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos?

**Tabla 44**

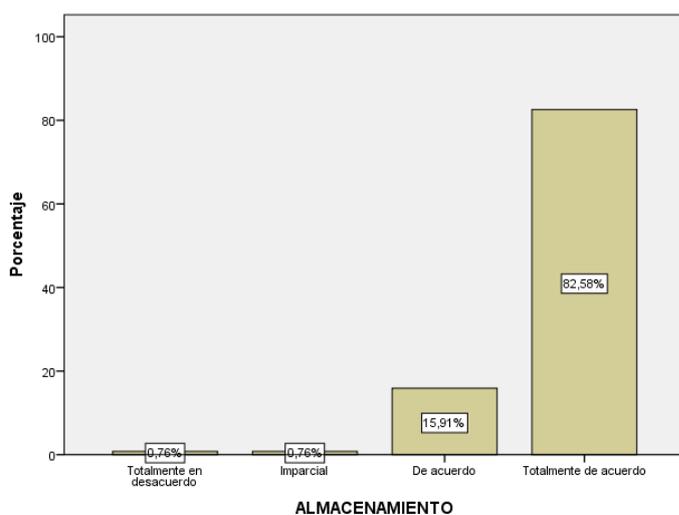
Almacenamiento 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	1	,8	,8	,8
	Imparcial.	1	,8	,8	1,5
	De acuerdo.	21	15,9	15,9	17,4
	Totalmente de acuerdo.	109	82,6	82,6	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

Ilustración 19

Almacenamiento 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 82,6% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicio deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos, mientras que el 15,9% están de acuerdo, el 0,8 de los encuestados están en desacuerdo, y el 0,8 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicio consideran necesarias las capacitaciones en inocuidad alimentaria.

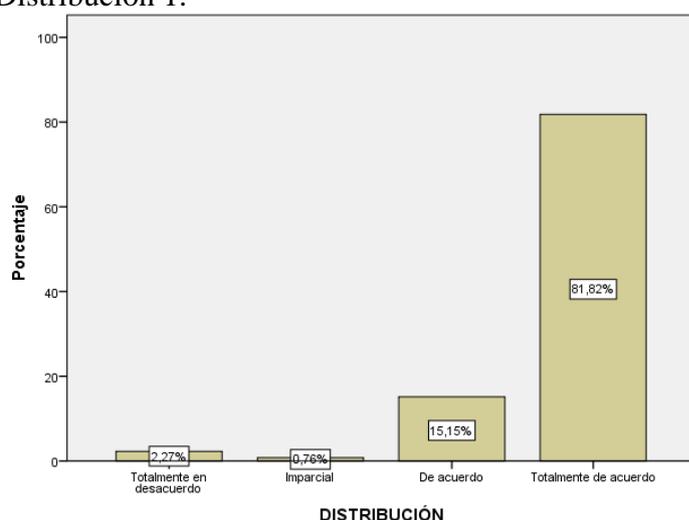
9) ¿La distribución de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares se debe realizar considerando el conocimiento en inocuidad?

**Tabla 45**  
Distribución 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	3	2,3	2,3	2,3
	Imparcial.	1	,8	,8	3,0
	De acuerdo.	20	15,2	15,2	18,2
	Totalmente de acuerdo.	108	81,8	81,8	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 20**  
Distribución 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 81,8% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que la distribución de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares se debe realizar considerando el conocimiento en inocuidad, mientras que el 15,2% están de acuerdo, el 2,3 de los encuestados están en desacuerdo, y el 0,8 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicio consideran importante la distribución la materia prima en base a conocimientos en inocuidad.

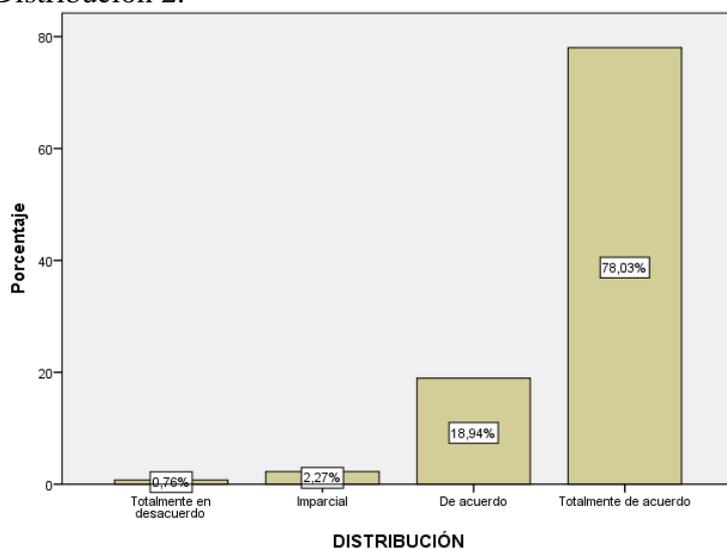
**10) ¿La distribución adecuada de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares garantizan la inocuidad alimentaria?**

**Tabla 46**  
Distribución 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	1	,8	,8	,8
	Imparcial.	3	2,3	2,3	3,0
	De acuerdo.	25	18,9	18,9	22,0
	Totalmente de acuerdo.	103	78,0	78,0	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 21**  
Distribución 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 78% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la distribución adecuada de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares garantizan la inocuidad alimentaria, mientras que el 18,9% están de acuerdo, el 0,8 de los encuestados están en desacuerdo, y el 2,3 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicio consideran a la distribución adecuada como en factor que garantiza la inocuidad de los productos gastronómicos.

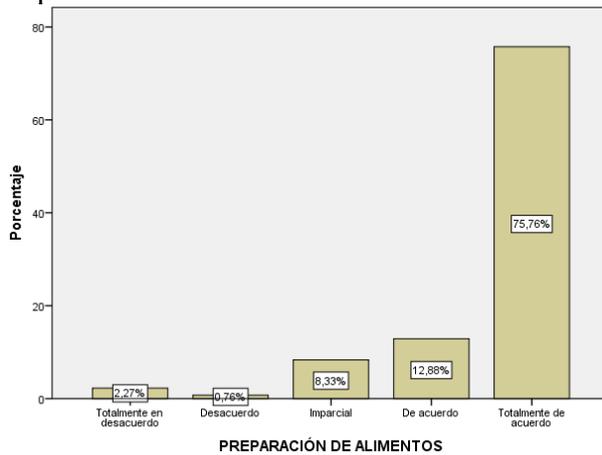
**11) ¿La preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria?**

**Tabla 47**  
Preparación 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	3	2,3	2,3	2,3
	Desacuerdo.	1	,8	,8	3,0
	Imparcial.	11	8,3	8,3	11,4
	De acuerdo.	17	12,9	12,9	24,2
	Totalmente de acuerdo.	100	75,8	75,8	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 22**  
Preparación 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 75,8% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo la preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria, mientras que el 12,9% están de acuerdo, el 2,3 de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 0,8 está en desacuerdo, y el 8,3 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios considera las capacitaciones en inocuidad necesarias para la preparación de platos típicos y tradicionales de la parroquia.

12) ¿La preparación adecuada de los platos típicos y populares de la parroquia se debe realiza bajo normas de inocuidad alimentaria?

Tabla 48

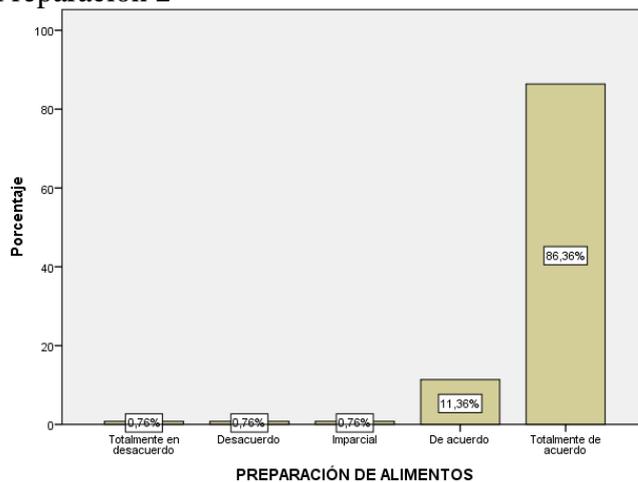
Preparación 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	1	,8	,8	,8
	Desacuerdo.	1	,8	,8	1,5
	Imparcial.	1	,8	,8	2,3
	De acuerdo.	15	11,4	11,4	13,6
	Totalmente de acuerdo.	114	86,4	86,4	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022

Ilustración 23

Preparación 2



Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022

**Análisis:** El 86,4% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que la preparación adecuada de los platos típicos y populares de la parroquia se debe realiza bajo normas de inocuidad alimentaria, mientras que el 11,4% están de acuerdo, el 0,8 de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 0,8 está en desacuerdo, y el 0,8 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicios considera importante las normas de inocuidad para la preparación adecuada de los platos típicos y tradicionales de la parroquia.

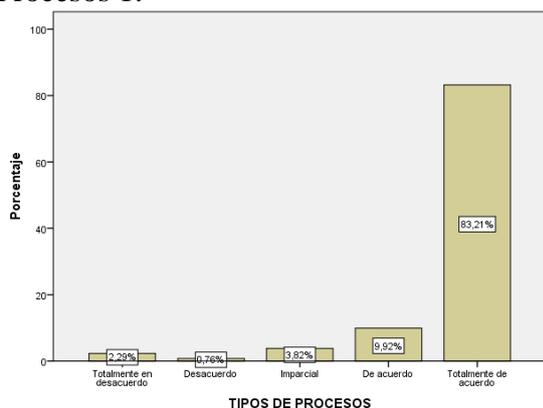
**13) ¿El conocimiento de los tipos de procesos técnicos que requiere la elaboración de platos típicos y tradicionales son necesarios para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia?**

**Tabla 49**  
Procesos 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	3	2,3	2,3	2,3
	Desacuerdo.	1	,8	,8	3,1
	Imparcial.	5	3,8	3,8	6,9
	De acuerdo.	13	9,8	9,9	16,8
	Totalmente de acuerdo.	109	82,6	83,2	100,0
	Total.	131	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	1	,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 24**  
Procesos 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 82,6% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que el conocimiento de los tipos de procesos técnicos que requiere la elaboración de platos típicos y tradicionales son necesarios para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia, mientras que el 9,8% están de acuerdo, el 2,3 de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 0,8 está en desacuerdo, y el 3,8 es imparcial, es decir la mayoría de los prestadores de servicio considera importante los tipos de procesos técnicos para la elaboración de platos típicos y tradicionales de la parroquia Eloy Alfaro.

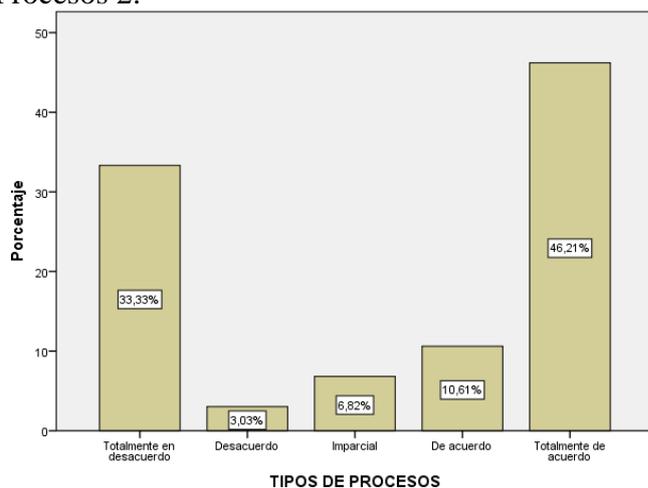
**14) ¿Para la elaboración de los platos típicos y populares de la parroquia se debe contar con un manual de procesos donde se implemente las técnicas culinarias?**

**Tabla 50**  
Procesos 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	44	33,3	33,3	33,3
	Desacuerdo.	4	3,0	3,0	36,4
	Imparcial.	9	6,8	6,8	43,2
	De acuerdo.	14	10,6	10,6	53,8
	Totalmente de acuerdo.	61	46,2	46,2	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 25**  
Procesos 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 46,2% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que para la elaboración de los platos típicos y populares de la parroquia se debe contar con un manual de procesos donde se implemente las técnicas culinarias, mientras que el 10,6% están de acuerdo, el 33,3 de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 3 está en desacuerdo, y el 6,8 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que un manual de procesos y técnicas culinarias no es indispensable para los prestadores de servicios.

**15) ¿El conocimiento del tiempo de conservación técnico de los productos es necesario para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia?**

**Tabla 51**

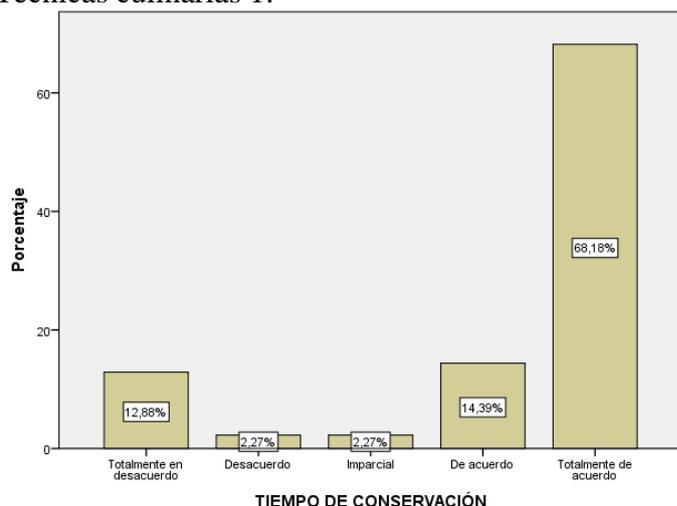
Técnicas culinarias 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	17	12,9	12,9	12,9
	Desacuerdo.	3	2,3	2,3	15,2
	Imparcial.	3	2,3	2,3	17,4
	De acuerdo.	19	14,4	14,4	31,8
	Totalmente de acuerdo.	90	68,2	68,2	100,0
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 26**

Técnicas culinarias 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 68,2% de los prestadores de servicio encuestados están totalmente de acuerdo que el conocimiento del tiempo de conservación técnico de los productos es necesario para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia, mientras que el 14,4% están de acuerdo, el 12,9 de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 2,3 está en desacuerdo, y el 2,3 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los prestadores de servicio encuestados consideran importante la conservación de productos para la elaboración de productos.

**16) ¿El conocimiento de las técnicas de conservación de los productos garantiza la calidad de los platos típicos y tradicionales?**

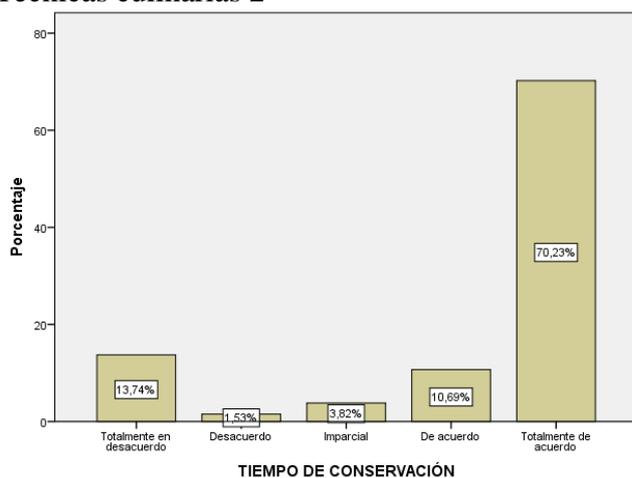
**Tabla 52**  
Técnicas culinarias 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo.	18	13,6	13,7	13,7
	Desacuerdo.	2	1,5	1,5	15,3
	Imparcial.	5	3,8	3,8	19,1
	De acuerdo.	14	10,6	10,7	29,8
	Totalmente de acuerdo.	92	69,7	70,2	100,0
	Total.	131	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	1	,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 27**

Técnicas culinarias 2



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 69,7% de los prestadores de servicios encuestados están totalmente de acuerdo que el conocimiento de la técnicas de conservación de los productos garantiza la calidad de los platos típicos y tradicionales, mientras que el 10,6% están de acuerdo, el 13,6 de los encuestados están totalmente en desacuerdo el 1,5 está en desacuerdo, y el 3,8 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los prestadores de servicio encuestados consideran la técnica de conservación necesarias para la elaboración de productos gastronómicos.

## Anexo 2. Tabulación variable dependiente: Turismo Gastronómico

### I. Información general.

#### a) Edad.

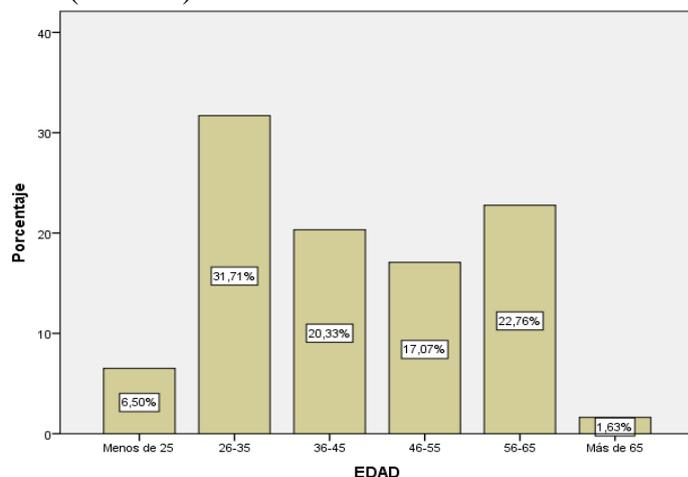
**Tabla 53**  
Edad (Turistas).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 25	8	6,1	6,5	6,5
	26-35	39	29,5	31,7	38,2
	36-45	25	18,9	20,3	58,5
	46-55	21	15,9	17,1	75,6
	56-65	28	21,2	22,8	98,4
	Más de 65	2	1,5	1,6	100,0
	Total	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

### Ilustración 28

Edad (Turistas).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 29,5 % de turistas encuestados pertenecen al rango de edad (25 -35 años), mientras que el 21,2% de turistas que visitan la parroquia pertenecen al rango de edad (56 – 65 años), el 18,9% de los encuestados se encuentran en el rango de edad (36 – 45 años), 15,9 % pertenecen al rango de edad de (46 – 55).

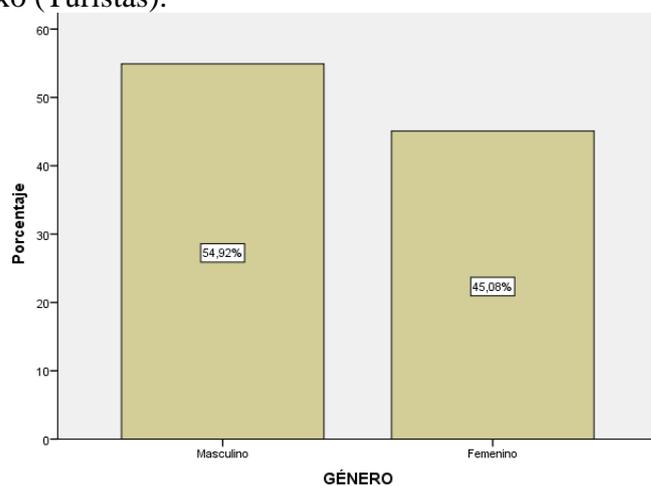
b) Sexo.

**Tabla 54**  
Sexo (Turistas).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino.	67	50,8	54,9	54,9
	Femenino.	55	41,7	45,1	100,0
	Total.	122	92,4	100,0	
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 29**  
Sexo (Turistas).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** el 54,9% de los turistas encuestados pertenecen al sexo masculino, mientras que el 45,1% son de sexo femenino.

### c) Nivel de Instrucción

**Tabla 55**

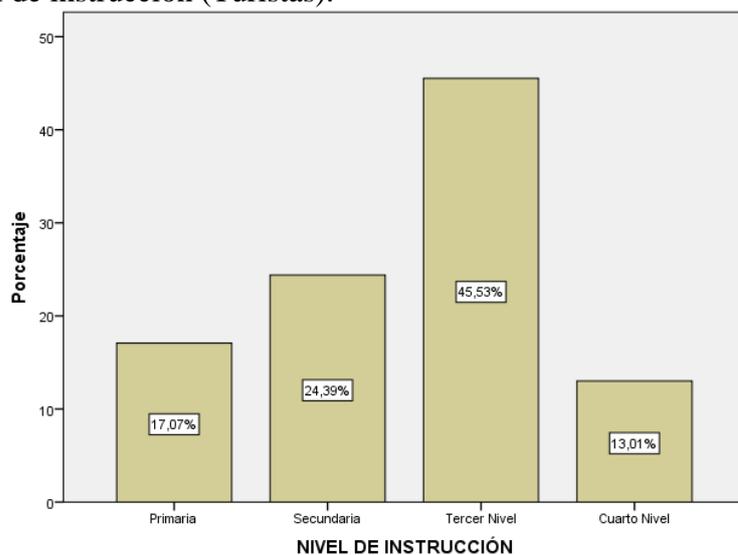
Nivel de instrucción (Turistas).

		Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje
		a	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Primaria.	21	15,9	17,1	17,1
	Secundaria.	30	22,7	24,4	41,5
	Tercer Nivel.	56	42,4	45,5	87,0
	Cuarto Nivel.	16	12,1	13,0	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

### Ilustración 30:

Nivel de instrucción (Turistas).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 45,5 % de los turistas encuestados tienen un nivel de instrucción de tercer nivel, el 24,4 % tienen un nivel de instrucción de secundaria, mientras que el 17,1 % pertenece al nivel de instrucción primaria y el 13% tiene un nivel de instrucción de cuarto nivel.

**g) Ingreso económico mensual.**

**Tabla 56**

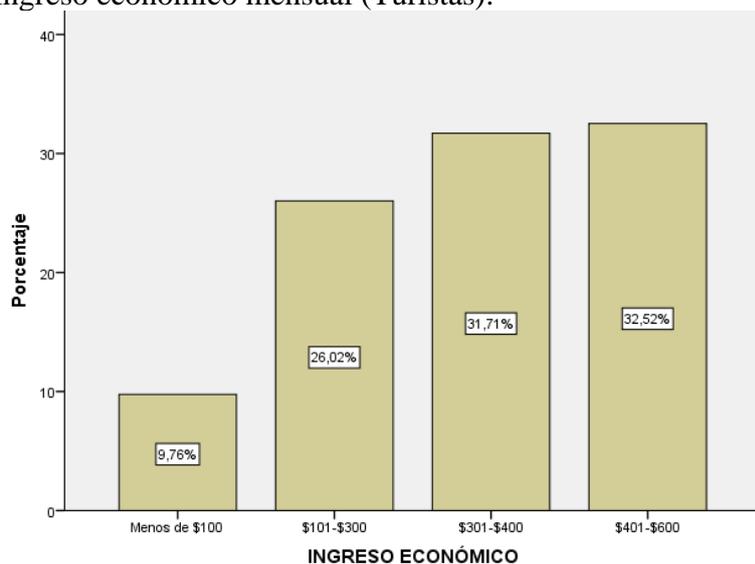
Ingreso económico mensual (Turistas).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de \$100	12	9,1	9,8	9,8
	\$101-\$300	32	24,2	26,0	35,8
	\$301-\$400	39	29,5	31,7	67,5
	\$401-\$600	40	30,3	32,5	100,0
	Total	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 31**

Ingreso económico mensual (Turistas).



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 32, 5% de los turistas encuestados tienen un ingreso económico aproximado de \$401-\$600, mientras que el 31,7 tiene ingresos económicos de \$301-\$400, el 26% tiene un ingreso de \$101-\$300, mientras que el 9,8 tiene ingresos menores a 100\$.

## II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

### 1) ¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejar la tradición de la localidad?

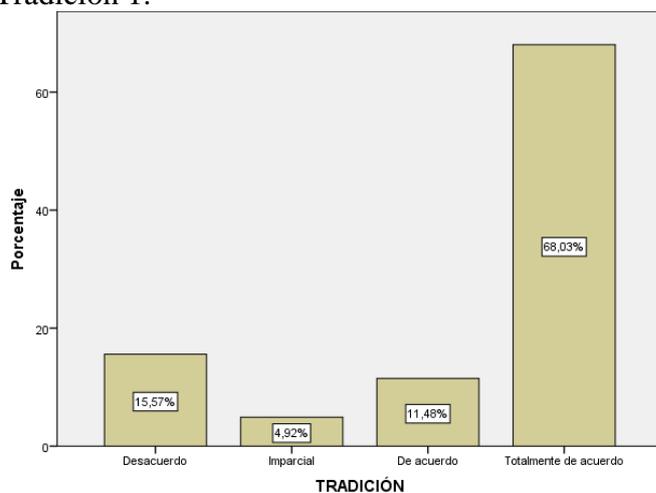
**Tabla 57**  
Tradición 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,6	15,6
	Imparcial.	6	4,5	4,9	20,5
	De acuerdo.	14	10,6	11,5	32,0
	Totalmente de acuerdo.	83	62,9	68,0	100,0
Total.		122	92,4	100,0	
Perdidos	Sistema.	10	7,6		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

### Ilustración 32

Tradición 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 68% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejar la tradición de la localidad, mientras que el 11,5% están de acuerdo, el 15,6 está en desacuerdo, y el 4,9 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran importante la tradición de la localidad reflejada en la gastronomía.

2) ¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro es considerada como un atractivo turístico?

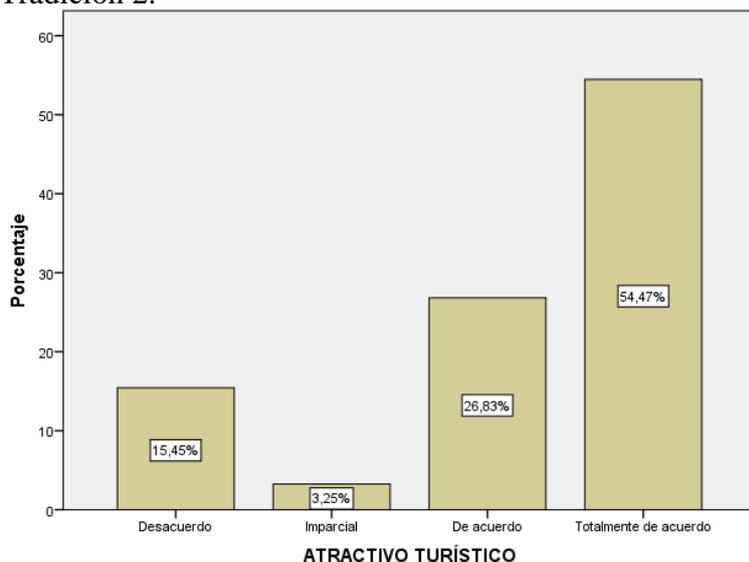
**Tabla 58**  
Tradición 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	4	3,0	3,3	18,7
	De acuerdo.	33	25,0	26,8	45,5
	Totalmente de acuerdo.	67	50,8	54,5	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 33**

Tradición 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 54,5% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro es considerada como un atractivo turístico, mientras que el 26,8% están de acuerdo, el 14,4 está en desacuerdo, y el 3,3 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran la gastronomía de la parroquia como un atractivo turístico.

3) ¿Los platos típicos y tradicionales de la parroquia deben ser elaborados en base a los cultivos y cosechas de la localidad?

**Tabla 59**

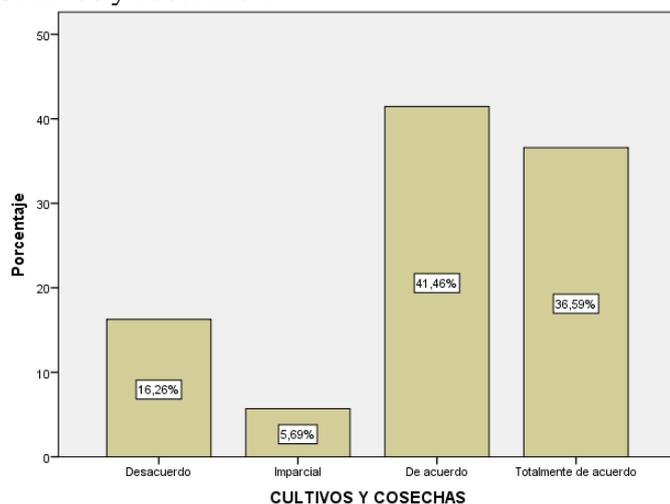
Cultivos y cosechas 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	20	15,2	16,3	16,3
	Imparcial.	7	5,3	5,7	22,0
	De acuerdo.	51	38,6	41,5	63,4
	Totalmente de acuerdo.	45	34,1	36,6	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 34**

Cultivos y cosechas 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 36,6% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los platos típicos y tradicionales de la parroquia deben ser elaborados en base a los cultivos y cosechas de la localidad, mientras que el 41,5% están de acuerdo, el 16,3 está en desacuerdo, y el 5,3 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran importante que la base de la gastronomía sea los cultivos y cosechas de la localidad.

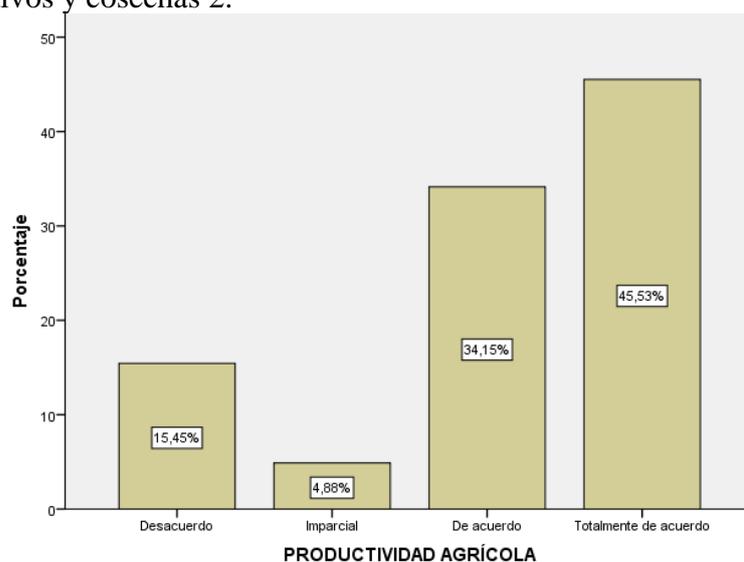
4) ¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro reflejan la productividad agrícola y crianza de animales de la localidad?

**Tabla 60**  
Cultivos y cosechas 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	6	4,5	4,9	20,3
	De acuerdo.	42	31,8	34,1	54,5
	Totalmente de acuerdo.	56	42,4	45,5	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 35**  
Cultivos y cosechas 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 45,5% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro reflejan la productividad agrícola y crianza de animales de la localidad, mientras que el 34,1% están de acuerdo, el 15,4 está en desacuerdo, y el 4,9 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas encuestados consideran que la gastronomía de la parroquia refleja su productividad.

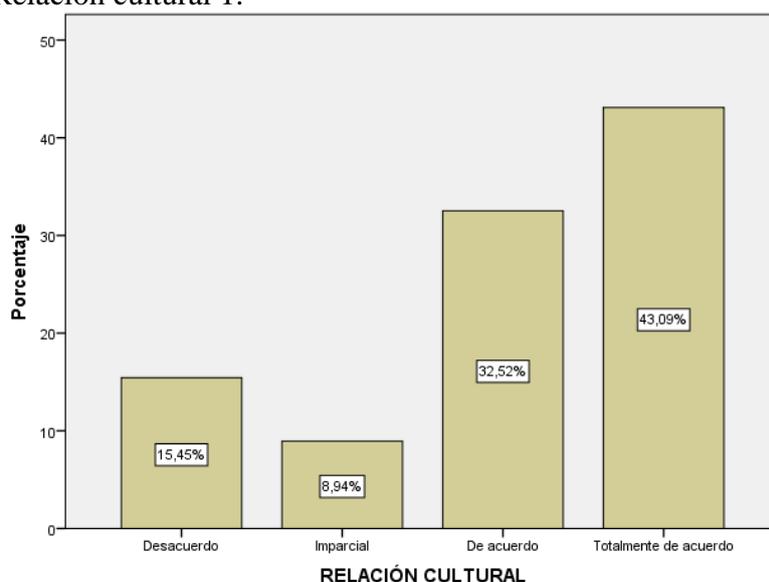
5) ¿Los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social?

**Tabla 61**  
Relación cultural 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	11	8,3	8,9	24,4
	De acuerdo.	40	30,3	32,5	56,9
	Totalmente de acuerdo.	53	40,2	43,1	100,0
	Total	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 36**  
Relación cultural 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 43,1% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social, mientras que el 32,5% están de acuerdo, el 15,4 está en desacuerdo, y el 8,9 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas observan la relación cultural con el entorno social.

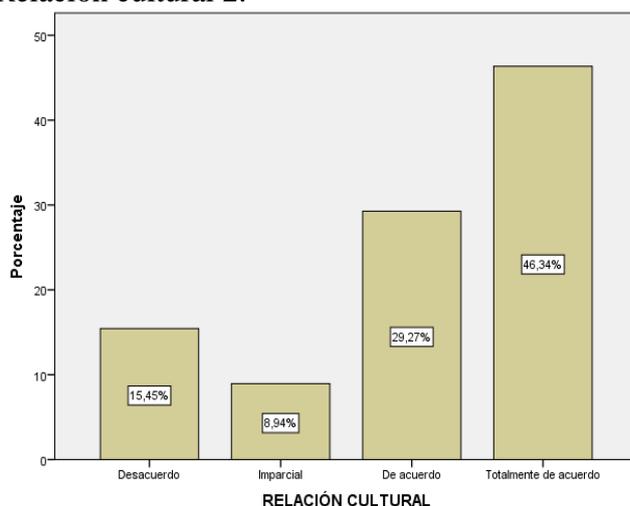
6) ¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro tiene relación cultural entre la localidad y la sociedad?

**Tabla 62**  
Relación cultural 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	11	8,3	8,9	24,4
	De acuerdo.	36	27,3	29,3	53,7
	Totalmente de acuerdo.	57	43,2	46,3	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 37**  
Relación cultural 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 43,1% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social, mientras que el 32,5% están de acuerdo, el 15,4 está en desacuerdo, y el 8,9 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas observan la relación cultural con el entorno social.

**7) ¿El servicio de los prestadores de servicio es un factor importante para el desarrollo del turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro?**

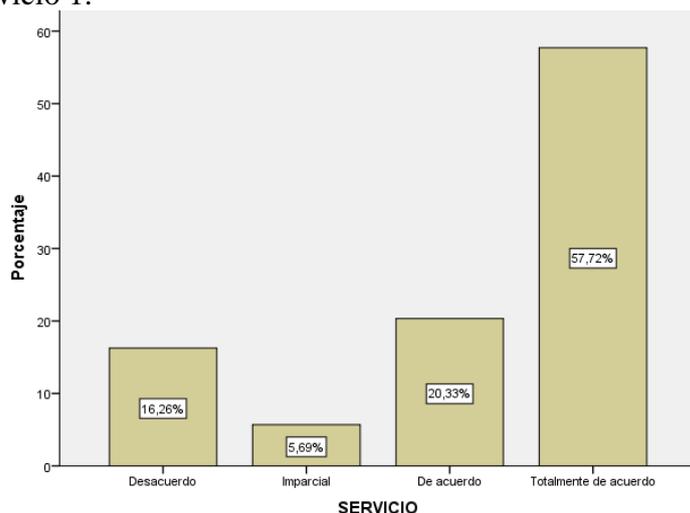
**Tabla 63**  
Servicio 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	20	15,2	16,3	16,3
	Imparcial.	7	5,3	5,7	22,0
	De acuerdo.	25	18,9	20,3	42,3
	Totalmente de acuerdo.	71	53,8	57,7	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 38**

Servicio 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 57,7% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que el servicio de los prestadores de servicios es un factor importante para el desarrollo del turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 20,3% están de acuerdo, el 16,3% está en desacuerdo, y el 5,7 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran que el servicio es un factor importante para el turismo gastronómico.

8) ¿Los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio?

**Tabla 64**

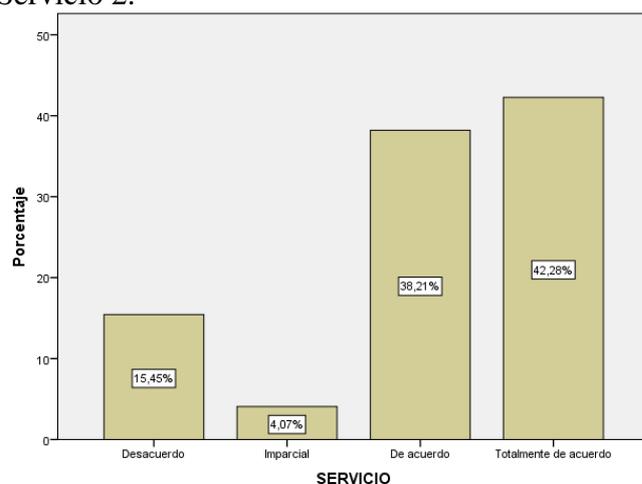
Servicio 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	5	3,8	4,1	19,5
	De acuerdo.	47	35,6	38,2	57,7
	Totalmente de acuerdo.	52	39,4	42,3	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 39**

Servicio 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 42,3% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio, mientras que el 38,2% están de acuerdo, el 15,4 está en desacuerdo, y el 4,1 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los prestadores de servicio dan a conocer la tradición y cultura de la localidad.

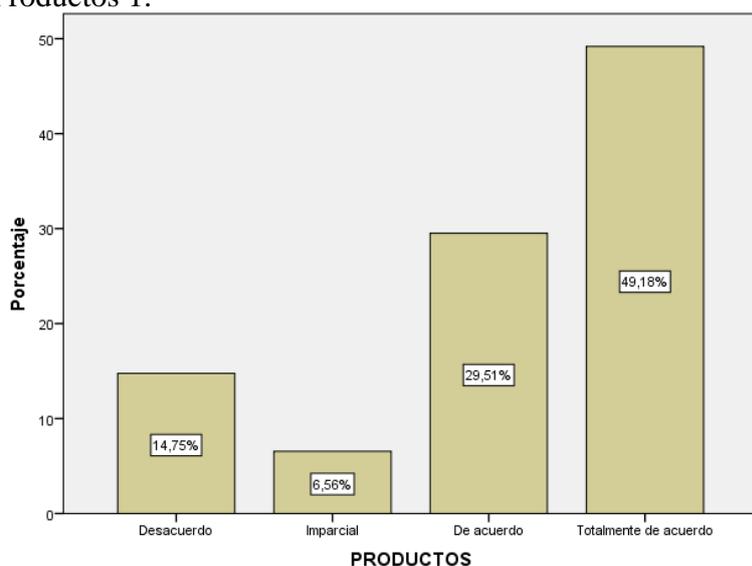
9) ¿Los productos gastronómicos que se ofertan en la parroquia deben satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas?

**Tabla 65**  
Productos1.

		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,8	14,8
	Imparcial.	8	6,1	6,6	21,3
	De acuerdo.	36	27,3	29,5	50,8
	Totalmente de acuerdo.	60	45,5	49,2	100,0
	Total.	122	92,4	100,0	
Perdidos	Sistema	10	7,6		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 40**  
Productos 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 49,2% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los productos gastronómicos que se ofertan en la parroquia deben satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas, mientras que el 29,5% están de acuerdo, el 14,8 está en desacuerdo, y el 6,6 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de la oferta de la parroquia satisface las necesidades de los turistas.

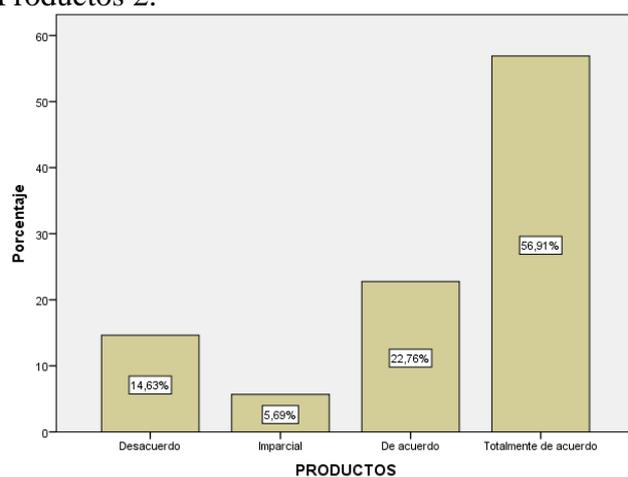
**10) ¿Los productos gastronómicos de la parroquia Eloy Alfaro deben formar parte de la oferta turística de la provincia de Cotopaxi?**

**Tabla 66**  
Productos 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,6	14,6
	Imparcial.	7	5,3	5,7	20,3
	De acuerdo.	28	21,2	22,8	43,1
	Totalmente de acuerdo.	70	53,0	56,9	100,0
Total.		123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
Total		132	100,0		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 41**  
Productos 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 56,9% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los productos gastronómicos de la parroquia Eloy Alfaro deben formar parte de la oferta turística de la provincia de Cotopaxi, mientras que el 22,8% están de acuerdo, el 14,6 está en desacuerdo, y el 5,7 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran oportuno ofertar los productos gastronómicos de la parroquia a nivel provincial.

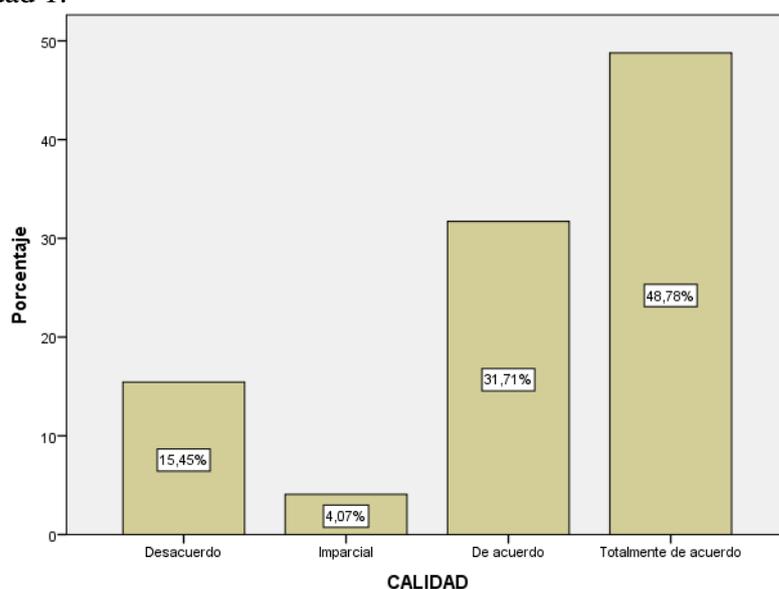
**11) ¿Para realizar la evaluación a los prestadores de servicio se debe considerar la calidad de los productos y servicios?**

**Tabla 67**  
Calidad 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,4	15,4
	Imparcial.	5	3,8	4,1	19,5
	De acuerdo.	39	29,5	31,7	51,2
	Totalmente de acuerdo.	60	45,5	48,8	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 42**  
Calidad 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 48,8% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que para realizar la evaluación a los prestadores de servicio se debe considerar la calidad de los productos y servicios, mientras que el 31,7% están de acuerdo, el 15,4 está en desacuerdo, y el 4,1 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran importante la calidad de productos y servicios.

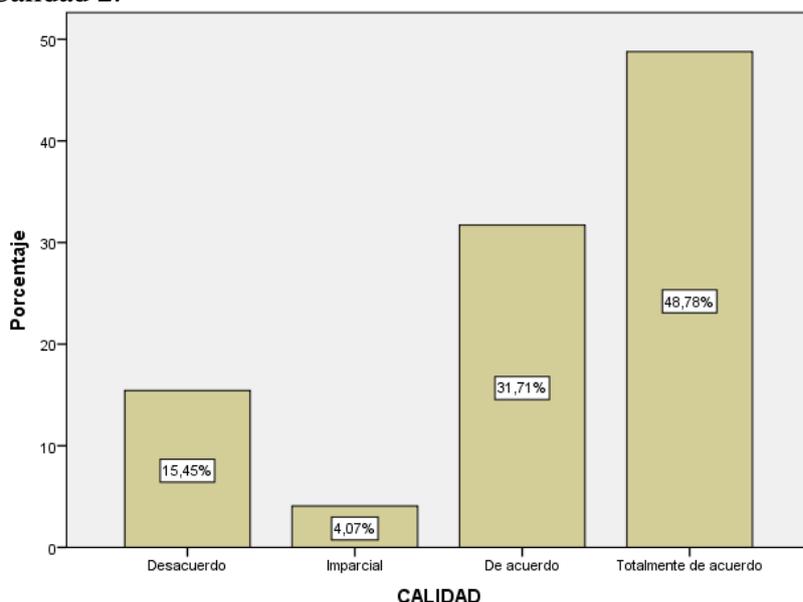
**12) ¿La innovación y la mejora continua de servicios y productos de la parroquia Eloy Alfaro debe estar basada en normativas de calidad?**

**Tabla 68**  
Calidad 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	19	14,4	15,6	15,6
	Imparcial.	5	3,8	4,1	19,7
	De acuerdo.	25	18,9	20,5	40,2
	Totalmente de acuerdo.	73	55,3	59,8	100,0
Total.		122	92,4	100,0	
Perdidos	Sistema	10	7,6		
Total		132	100,0		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 43**  
Calidad 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 59,8% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la innovación y la mejora continua de servicios y productos de la parroquia Eloy Alfaro debe estar basada en normativas de calidad, mientras que el 20,5% están de acuerdo, el 14,4% está en desacuerdo, y el 3,8% es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran importante la innovación y mejora continua basada en calidad.

13) ¿La herencia culinaria es una de las características que posee la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro?

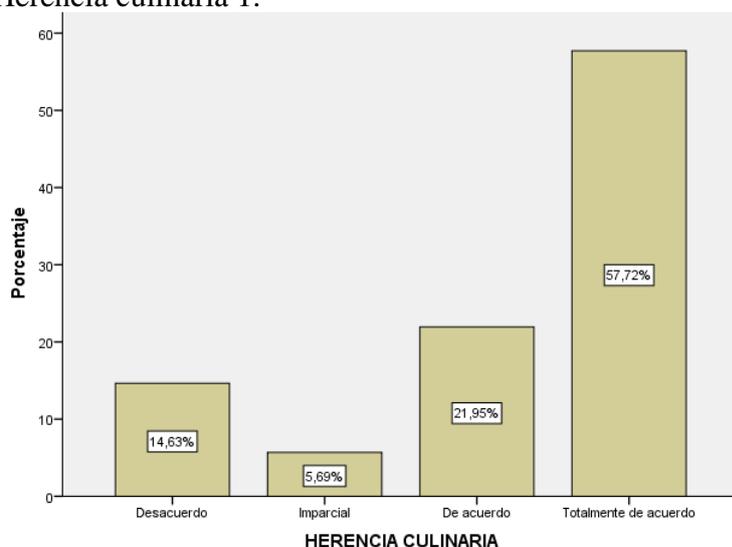
**Tabla 69**  
Herencia culinaria 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,6	14,6
	Imparcial.	7	5,3	5,7	20,3
	De acuerdo.	27	20,5	22,0	42,3
	Totalmente de acuerdo.	71	53,8	57,7	100,0
Total.		123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 44**

Herencia culinaria 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 57,7% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que la herencia culinaria es una de las características que posee la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 22% están de acuerdo, el 14,6 está en desacuerdo, y el 5,7 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas se relacionan con la herencia culinaria de la parroquia.

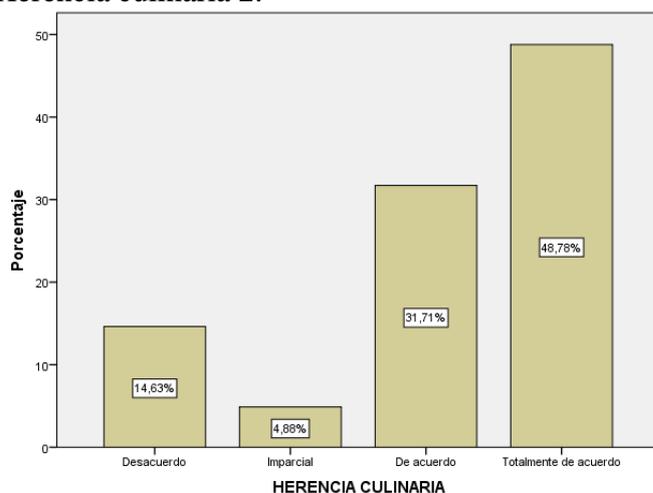
14) ¿Las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejarse en los prestadores de servicio?

**Tabla 70**  
Herencia culinaria 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,6	14,6
	Imparcial.	6	4,5	4,9	19,5
	De acuerdo.	39	29,5	31,7	51,2
	Totalmente de acuerdo.	60	45,5	48,8	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 45**  
Herencia culinaria 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 48,8% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejarse en los prestadores de servicio, mientras que el 31,7% están de acuerdo, el 14,6 está en desacuerdo, y el 4,9 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran reflejadas las costumbres y tradiciones de la parroquia en los prestadores de servicio.

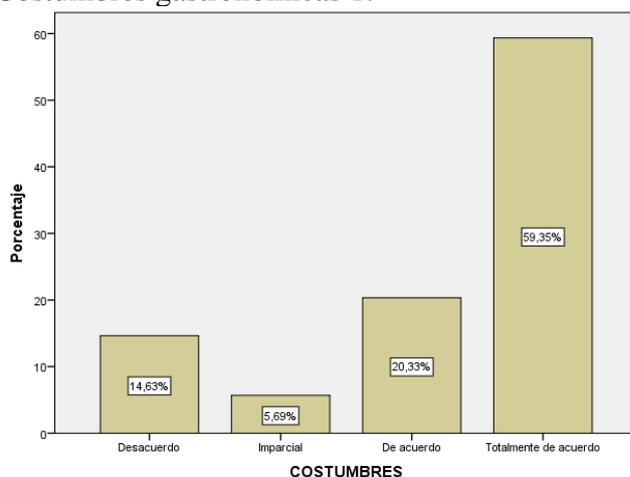
**15) ¿Los prestadores de servicio deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro?**

**Tabla 71**  
Costumbres gastronómicas 1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,6	14,6
	Imparcial.	7	5,3	5,7	20,3
	De acuerdo.	25	18,9	20,3	40,7
	Totalmente de acuerdo.	73	55,3	59,3	100,0
Total.		123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema.	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 46**  
Costumbres gastronómicas 1.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 59,3% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que los prestadores de servicio deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 20,3% están de acuerdo, el 14,6 está en desacuerdo, y el 5,7 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran importante la capacitación a los prestadores de servicio.

**16) ¿Las costumbres gastronómicas forman parte de la oferta turística de la parroquia Eloy Alfaro?**

**Tabla 72**

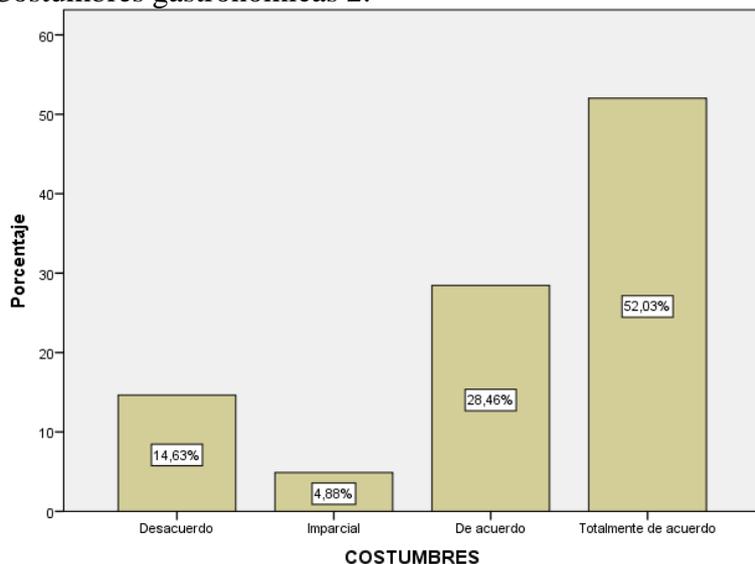
Costumbres gastronómicas 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo.	18	13,6	14,6	14,6
	Imparcial.	6	4,5	4,9	19,5
	De acuerdo.	35	26,5	28,5	48,0
	Totalmente de acuerdo.	64	48,5	52,0	100,0
	Total.	123	93,2	100,0	
Perdidos	Sistema	9	6,8		
<b>Total</b>		<b>132</b>	<b>100,0</b>		

*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Ilustración 47**

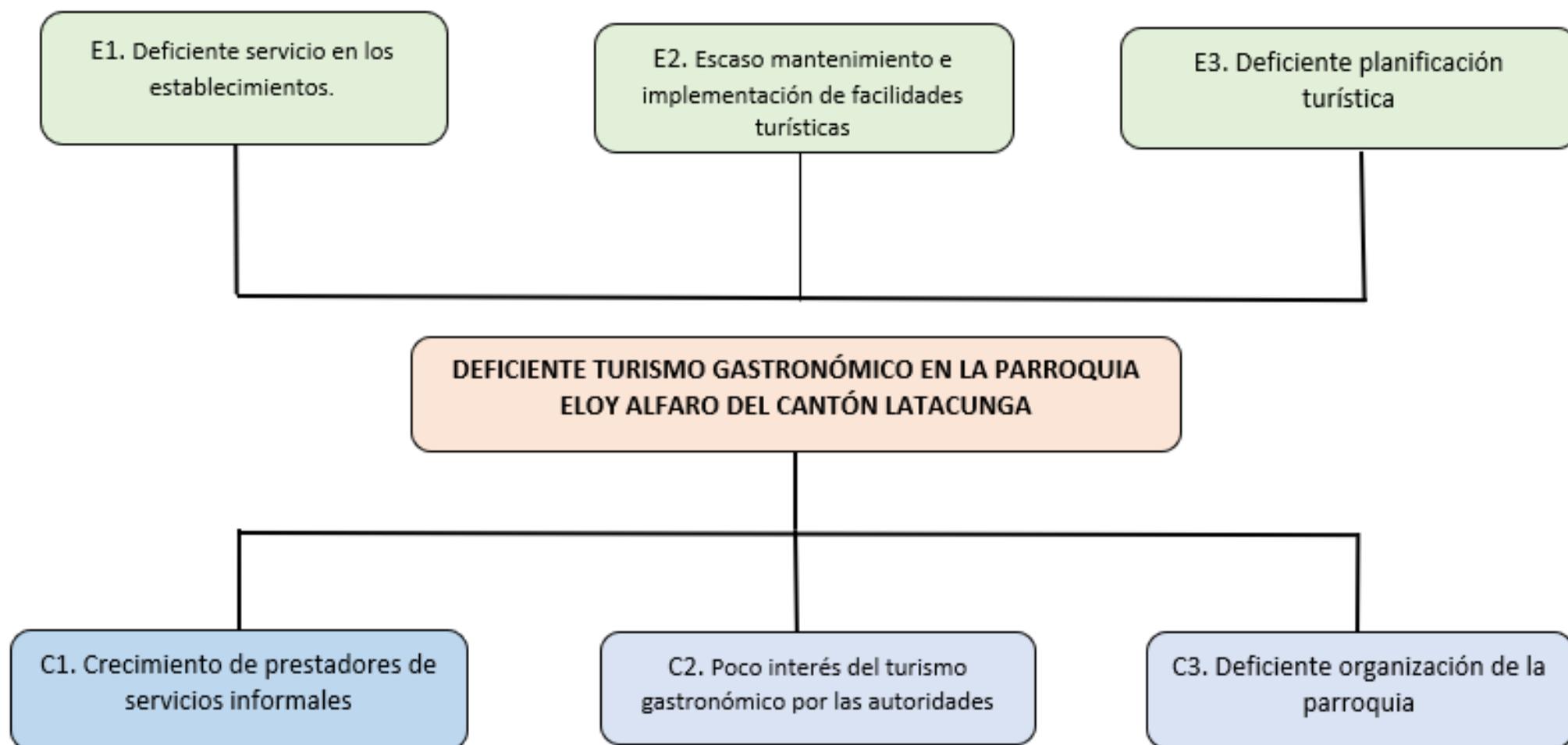
Costumbres gastronómicas 2.



*Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022*

**Análisis:** El 52% de los turistas encuestados están totalmente de acuerdo que las costumbres gastronómicas forman parte de la oferta turística de la parroquia Eloy Alfaro, mientras que el 28,4% están de acuerdo, el 14,6 está en desacuerdo, y el 4,9 es imparcial, analizando las respuestas obtenidas se observa que la mayoría de los turistas consideran las costumbres gastronómicas como oferta turística.

### Anexo 3. Árbol de problemas



#### Anexo 4. Operacionalización de variables

Variable	Definición	Definición operacional	Dimensiones o categorías	Definición	indicadores	Método técnica e instrumento
Variable Independiente  Prestadores de servicios	Es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios turísticos, el cual se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones. (RNT 2017)	Los prestadores de servicios son personas naturales o jurídicas que proporcionan <u>servicios</u> y <u>productos</u> , siendo los establecimientos que brindan servicio de alimentos y bebidas o a su vez brindan este servicio como complementario deben registrarse a cumplir con normas de <u>inocuidad alimentaria</u> y conocer sobre las <u>técnicas culinarias</u> para poder brindar servicio acorde a las necesidades del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio y producto</li> <li>• Inocuidad alimentaria</li> </ul>	<p>Los servicios y productos se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten <u>satisfacer</u> al turista, hacer uso óptimo de las <u>facilidades</u> o industria turística y darle valor económico a los <u>atractivos</u> o recursos turísticos. (OEA 1980),</p> <p>La inocuidad alimentaria puede definirse como el conjunto de condiciones y medidas necesarias durante la producción, <u>almacenamiento</u>, <u>distribución</u> y <u>preparación de alimentos</u> para asegurar que una vez ingeridos, no representen un riesgo para la salud. (MINSALUD, 2022)</p> <p>Las técnicas culinarias son los diferentes <u>tipos de procesos</u> que aplicamos a los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción</li> <li>• Facilidades</li> <li>• Atractivos</li> <li>• Almacenamiento</li> <li>• Distribución</li> <li>• preparación de alimentos</li> <li>• Tipos de procesos</li> <li>• Tiempo de conservación</li> </ul>	<p><b>Método:</b> Correlacional</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas culinarias</li> </ul>	<p>alimentos con la finalidad de hacerlos más digeribles, sabrosos y alargar su <u>tiempo de conservación</u>. Entre las técnicas culinarias se incluyen los procesos de limpieza de los alimentos, las <u>preparaciones</u> en frío y los diferentes modos de cocción o cocinado, facilitar el proceso de digestión, desde el momento de llevarlos a la boca (ablandándolos), dotarles de un aspecto más agradable a la vista y sobre todo mejorar su sabor y su olor. (ESAH, 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparaciones</li> </ul>	
<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Turismo gastronómico</p>	<p>El turismo gastronómico es una práctica exploratoria que lleva a conocer otros lugares y hábitos y que se concretiza en la degustación de platos y productos diversos a los de la cotidianidad. En este sentido la gastronomía es parte de la identidad local y en ella se refleja la cultura de un pueblo y la vida de las personas. (Hernández</p>	<p>El turismo gastronómico lleva a conocer lugares que se caracterizan por una exclusiva <u>gastronomía</u> que cuenta con <u>prestadores de servicios</u>, los cuales por medio de los platos típicos y tradicionales muestran la <u>identidad</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía</li> </ul>	<p>La gastronomía comprende un conjunto de conocimientos, competencias prácticas, rituales, <u>tradiciones</u> y símbolos relacionados con los <u>cultivos y cosechas agrícolas</u>, la pesca y la cría de animales, y también con la forma de conservar, transformar, cocinar, compartir y consumir los alimentos, como una acción simbólica y tradicional que ‘estrecha’ la <u>relación cultural</u> del humano con la comida y su entorno. (Unesco 2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradición</li> <li>• cultivos y cosechas</li> <li>• relación cultural</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio</li> <li>• Producto</li> <li>• Calidad</li> </ul>	<p><b>Método:</b> Correlacional</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p>

	Mogollón, Di Clemente, & López Guzmán, 2014)	<u>cultural</u> de dicho lugar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicio</li> <li>• identidad cultural</li> </ul>	<p>Es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los <u>servicios</u> o <u>productos</u> turísticos de calidad, el cual se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones. (RNT 2017)</p> <p>la identidad cultural no es simplemente la expresión de la «verdadera historia» de cada grupo o nación, sino que puede ser entendida, como <u>herencia</u> y <u>costumbres</u> a través del cual cada comunidad construye su pasado, mediante un ejercicio selectivo de memoria. (Muchotrigo, 2006)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herencia culinaria</li> <li>• Costumbres gastronómicas</li> </ul>	
--	----------------------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

## Anexo 5. Matriz de consistencia

Problema	objetivo	Hipótesis	Variable/Dimensiones	Población
<b>General</b>	<b>General</b>	<b>General</b>	<b>Variable independiente</b>	<p><b>Variable independiente</b></p> <p>Prestadores de servicio registrados y no registrados</p> <p><b>Variable dependiente</b></p> <p>Turistas que ingresan a la parroquia</p>
¿Como se relaciona los Prestadores de servicio con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga?	Analizar la relación de los prestadores de servicio con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.	<p><b>H1:</b> Los prestadores de servicio se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p> <p><b>H0:</b> Los prestadores de servicio no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga</p>	<p>Prestadores de servicio</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio y producto</li> <li>• Inocuidad alimentaria</li> <li>• Técnicas culinarias</li> </ul>	
<b>Específico</b>	<b>especifico</b>	<b>Específico</b>	<b>Variable dependiente</b>	
¿Como se relaciona los servicios y productos con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga?	Establecer la relaciona los servicios y productos con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga	<p><b>HE1:</b> Los servicios y productos se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p> <p><b>HE0:</b> Los servicios y productos no se relacionan con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p>	<p>Turismo Gastronómico</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía</li> <li>• Prestadores de servicio</li> <li>• Identidad Cultural</li> </ul>	
¿Como se relaciona la inocuidad alimentaria con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga?	Priorizar la relaciona de la inocuidad alimentaria con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga	<p><b>HE1:</b> La inocuidad alimentaria se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p> <p><b>HE0:</b> La inocuidad alimentaria no se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p>		
¿Como se relaciona las técnicas culinarias con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga?	Investigar la relación de las técnicas culinarias con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga	<p><b>HE1:</b> Las técnicas culinarias se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p> <p><b>HE0:</b> Las técnicas culinarias no se relaciona con el turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga.</p>		

**Anexo 6. Instrumento de recolección de datos (Encuesta dirigida a los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro)**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “PRESTADORES DE SERVICIOS Y  
TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO DEL  
CANTÓN LATACUNGA”**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE LA  
PARROQUIA ELOY ALFARO DEL CANTÓN LATACUNGA**

Encuesta N.º: \_\_\_\_\_ Fecha de la Encuesta: \_\_/\_\_/\_\_/ Encuestador:

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

El propósito de esta encuesta es para obtener datos estadísticos que ayuden a determinar la relación de los prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga"

- e. Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- f. Conteste toda la encuesta ya que su criterio es de suma utilidad en el desarrollo del proyecto.
- g. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- h. Responda con sinceridad en base a las siguientes escalas de valoración:
  - 1= Totalmente en desacuerdo
  - 2= Desacuerdo
  - 3= Imparcial
  - 4= De acuerdo

## **I. INFORMACIÓN GENERAL**

### **1. Edad**

- a)  Menos de 25 años
- b)  26-35 años
- c)  36-45 años
- d)  46-55 años
- e)  56-65 años
- f)  Más de 65

### **2. ¿Cuál es su sexo?**

- a)  Masculino
- b)  Femenino

### **3. ¿Cuál es su nivel de educación?**

- a)  Primaria
- b)  Secundaria
- c)  Tercer nivel
- d)  Cuarto nivel

### **4. ¿Cuál es su ingreso económico al mes?**

- a) Menos de \$100
- b) \$101 - \$300
- c) \$301 - \$400
- d) \$401 - \$600
- e) Más de \$ 601

### **5. ¿Cuenta con registro o permiso de funcionamiento?**

- a) Si
- b) No

### III. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

#### Variable Independiente: Prestadores de servicio

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO					Observaciones
		1	2	3	4	5	
Dimensiones	<b>SERVICIO Y PRODUCTO</b>	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Imparcial	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
1	¿La satisfacción del cliente es un factor clave para la evaluación del desarrollo turístico gastronómico de la parroquia?						
2	¿La satisfacción del cliente determina los factores necesarios para la mejora continua en el servicio?						
3	¿Las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia son suficientes para el desarrollo del turismo gastronómico?						
4	¿Las facilidades turísticas con las que cuenta la parroquia deben estar en constante mantenimiento para la demanda turística?						
5	¿Se considera a los platos típicos y tradicionales de la parroquia como atractivos turísticos que fomentan el desarrollo del turismo en la provincia?						
6	¿Los atractivos turísticos de la parroquia deben reflejar la cultura y tradición de la parroquia Eloy Alfaro?						
Dimensiones	<b>INOCUIDAD ALIMENTARIA</b>						
7	¿El almacenamiento de los alimentos es indispensable para la elaboración de los platos típicos y populares que se ofertan en la gastronomía de la parroquia?						

8	¿Los prestadores de servicio deben tener capacitaciones en inocuidad para el almacenamiento de alimentos?						
9	¿La distribución de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares se debe realizar						
10	¿La distribución adecuada de la materia prima para la elaboración de platos típicos y populares garantizan la inocuidad alimentaria?						
11	¿La preparación de los platos típicos y populares de la parroquia se lo debe realizar bajo la supervisión de una persona capacitada en inocuidad alimentaria?						
12	¿La preparación adecuada de los platos típicos y populares de la parroquia se debe realiza bajo normas de inocuidad alimentaria?						
Dimensiones	<b>TÉCNICAS CULINARIAS</b>						
13	¿El conocimiento de los tipos de procesos técnicos que requiere la elaboración de platos típicos y tradicionales son necesarios para la elaboración de los platos típicos y						
14	¿Para la elaboración de los platos típicos y populares de la parroquia se debe contar con un manual de procesos donde se implemente las técnicas culinarias?						
15	¿El conocimiento del tiempo de conservación técnico de los productos es necesario para la elaboración de los platos típicos y tradicionales de la parroquia?						
16	¿El conocimiento de las técnicas de conservación de los productos garantiza la calidad de los platos típicos y tradicionales?						

**Anexo 7. Instrumento de recolección de datos (Encuesta dirigida a los turistas que visitan la parroquia Eloy Alfaro)**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “PRESTADORES DE SERVICIOS Y  
TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO DEL  
CANTÓN LATACUNGA.”**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA PARROQUIA  
ELOY ALFARO DEL CANTÓN LATACUNGA**

Encuesta N.º: \_\_\_\_\_ Fecha de la Encuesta: \_\_/\_\_/\_\_/ Encuestador:

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

El propósito de esta encuesta es para obtener datos estadísticos que ayuden a determinar la relación de los prestadores de servicios y turismo gastronómico en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga”

- i. Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- j. Conteste toda la encuesta ya que su criterio es de suma utilidad en el desarrollo del proyecto.
- k. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- l. Responda con sinceridad en base a las siguientes escalas de valoración:
  - 1= Totalmente en desacuerdo
  - 2= Desacuerdo
  - 3= Imparcial
  - 4= De acuerdo

## **I. INFORMACIÓN GENERAL**

### **1. Edad**

- a)  Menos de 25 años
- b)  26-35 años
- c)  36-45 años
- d)  46-55 años
- e)  56-65 años
- f)  Más de 65

### **2. ¿Cuál es su sexo?**

- a)  Masculino
- b)  Femenino

### **3. ¿Cuál es su nivel de educación?**

- a)  Primaria
- b)  Secundaria
- c)  Tercer nivel
- d)  Cuarto nivel

### **4. ¿Cuál es su ingreso económico al mes?**

- a) Menos de \$100
- b) \$101 - \$300
- c) \$301 - \$400
- d) \$401 - \$600

**Variable Dependiente: Turismo Gastronómico**

**IV. INFORMACIÓN ESPECÍFICA**

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO					Observaciones
		1	2	3	4	5	
Dimensiones	<b>GASTRONOMÍA</b>	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Imparcial	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
1	¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejar la tradición de la localidad?						
2	¿La gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro es considerada como un atractivo turístico?						
3	¿Los platos típicos y tradicionales de la parroquia deben ser elaborados en base a los cultivos y cosechas de la localidad?						
4	¿la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro reflejan la productividad agrícola y crianza de animales de la localidad?						
5	¿Los platos tradicionales y populares reflejan la relación cultural con el entorno social?						
6	¿la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro tiene relación cultural entre la localidad y la sociedad?						
Dimensiones	<b>PRESTADORES DE SERVICIO</b>						
7	¿El servicio de los prestadores de servicio es un factor importante para el desarrollo del turismo gastronómico de la parroquia Eloy Alfaro?						
8	¿Los prestadores de servicio de la parroquia Eloy Alfaro reflejan conocimiento de tradición y cultura de la localidad al ofrecer el servicio?						
9	¿Los productos gastronómicos que se ofertan en la parroquia deben satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas?						

10	¿los productos gastronómicos de la parroquia Eloy Alfaro deben formar parte de la oferta turística de la provincia de Cotopaxi?						
11	¿Para realizar la evaluación a los prestadores de servicio se debe considerar la calidad de los productos y servicios?						
12	¿La innovación y la mejora continua de servicios y productos de la parroquia Eloy Alfaro debe estar basada en normativas de calidad?						
Dimensiones	<b>IDENTIDAD CULTURAL</b>						
13	¿La herencia culinaria es una de las características que posee la gastronomía de la parroquia Eloy Alfaro?						
14	¿Las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro debe reflejarse en los prestadores de servicio?						
15	¿los prestadores de servicio deben contar con capacitaciones en turismo gastronómico para dar a conocer las costumbres gastronómicas de la parroquia Eloy Alfaro?						
16	¿Las costumbres gastronómicas forman parte de la oferta turística de la parroquia Eloy Alfaro?						

**Anexo 8. Instrumento de recolección de datos (guía de observación)**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “PRESTADORES DE SERVICIOS Y  
TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO DEL  
CANTÓN LATACUNGA.”**

**Guía de observación a los establecimientos encuestados de los prestadores de la  
parroquia Eloy Alfaro cantón Latacunga.**

**Fecha:**

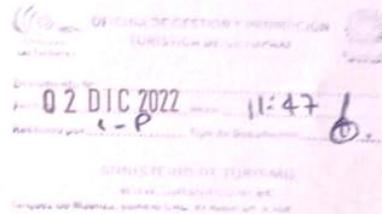
<b>Guía de observación a los establecimientos encuestados de los prestadores de la parroquia Eloy Alfaro cantón Latacunga.</b>	
	<b>Observación</b>
Facilidades de acceso al establecimiento	
Servicios brindados.	
Promociones del establecimiento	
Infraestructura del establecimiento	
Distribución adecuada de zonas de cocina, baño, almacenamiento de materia prima, etc.	
Calidad de productos	

Permisos de funcionamiento	
Señaléticas del establecimiento	
Normas de higiene personal implementadas en el establecimiento.	
Control de plagas	
Presencia de plagas.	
Control de Tabaco	
Lineamientos específicos por emergencia sanitaria covid-19.	

## Anexo 9. Solicitud de catastro de prestadores de servicios

Latacunga 02 de Diciembre del 2022

Lcda. María Rosa Aguirre  
Directora Zonal 6 - MINTUR  
Presente:



Yo **Karina Lizbeth Remache Pichucho** con C.I **1722624952** estudiante de la **Universidad Nacional Chimborazo** de la **Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas** de la **carrera de Turismo** actualmente cursando **Óctavo semestre paralelo A** solicito de la **manera más comedida** el **catastro de los prestadores de servicios del cantón Latacunga**.

De ante mano muchas gracias por su atención y pronta respuesta.

Atentamente:

**Karina Lizbeth Remache Pichucho**  
0978772602  
lizbethremache04@gmail.com  
klremache.fia@unach.edu.ec

## Anexo 10. Certificado de la junta parroquial



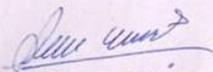
### CONSEJO PARROQUIAL URBANO "ELOY ALFARO"

---

#### CERTIFICADO

Yo Ing. William Robert Bastidas Bravo con cédula número 0501908636, en calidad de *Presidente* del Consejo Parroquial Urbano Eloy Alfaro, tengo a bien certificar que la señorita Karina Lizbeth Remache Pichucho con cédula número 1722624952, realizó el levantamiento de información mediante encuestas a los prestadores de servicios y turistas con la finalidad de realizar una base de datos, que servirá para el trabajo de titulación "PRESTADORES DE SERVICIOS Y TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO DEL CANTÓN LATACUNGA".

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando a la señorita Karina Lizbeth Remache Pichucho hacer uso como a bien creyere conveniente.



Ing. William Bastidas Bravo

PRESIDENTE

## Anexo 11. Fotografías



Fotografía N° 1. Matriz de la parroquia Eloy Alfaro la



Fotografía N°2. Pancarta de promoción turística de parroquia



Fotografía N°3: Mercado San Felipe



Fotografía N°4 Plazoleta San Felipe



Fotografía N°5: Delicia de la Serranía



Fotografía N°6: Complejo Turístico Agua Luna



Fotografía N°7: Paradero de Luis (La calera)



Fotografía N°8: Asadero Hildita (Patután)



Fotografía N°9: Aplicación de guía de observación



Fotografía N°10:Recoleccion de Datos (La calera)



Fotografía N°11:Recoleccion de datos ( La Calera)



Fotografía N°12: Recoleccion de datos ( la calera)



Fotografía N°13: Aplicación de encuesta



Fotografía N°14: Dialogo virtual (Ing. William Bastidas)