



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Turismo

**“La oferta culinaria y la calidad de servicio: Caso de estudio;
Parroquia Totoras”**

Autora: Eugenio Guanina Yahisa Desirée

Tutor: Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

Ambato-Ecuador
Enero, 2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“La oferta culinaria y la calidad de servicio: Caso de estudio; Parroquia Totoras”
del/la alumno/a Eugenio Guanina Yahisa Desirée, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, enero 2024

EL TUTOR

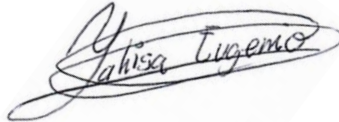
.....
Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.
C.C.: 1803017365

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**La oferta culinaria y la calidad de servicio: Caso de estudio; Parroquia Totoras**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, enero 2024

LA AUTORA

A handwritten signature in black ink, reading "Yahisa Eugenio", enclosed within a hand-drawn oval shape.

.....
Yahisa Desirée Eugenio Guanina

C.C. 180469779-3

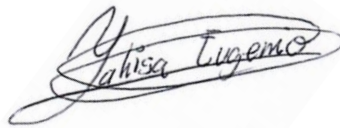
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, enero 2024

LA AUTORA

A handwritten signature in black ink, reading "Yahisa Eugenio", enclosed within a faint, light-colored oval watermark.

.....
Yahisa Desirée Eugenio Guanina

C.C. 180469779-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“La oferta culinaria y la calidad de servicio: Caso de estudio; Parroquia Totoras”**, de Yahisa Desirée Eugenio Guanina, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, enero 2024

Para constancia firman

Lic. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803318169

Ing. Luis Rafael Tello Vasco, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1801405141

DEDICATORIA

A quienes desde un inicio me encaminaron hacia este sueño, me hicieron la mujer que soy hoy en día y por su amor incondicional; mis padres, Fabiola y Klever por ser mi eterno apoyo y pilar, gracias por enseñarme que nada ni nadie nos limita, por siempre procurar nuestra felicidad y demostrarme que la representación del amor más sincero siempre serán ustedes.

A quien representa mi pequeña razón, aquella que por sí sola manifiesta en mí, la vida y mi felicidad entera; mi hermana Aina. Gracias a ti y por ti he podido superar adversidades innumerables. Ir de tu mano y ver como creces, es el mayor regalo que la vida me podría dar.

A Carolina Guerrero, quien ha sido mi compañera de vida a lo largo de estos años, quien me impulsa a seguir. Gracias a ti esta etapa ha sido más llevadera y pude culminarla. Sin tu apoyo esto no hubiera sido posible, simplemente gracias por ser mi incondicional.

A mí por ser perseverante y por sobre todo nunca dejarme caer.
A cada una de las personas que me ayudaron y fueron un apoyo incondicional para poder llegar a este momento.

El logro es mío, pero el triunfo fue por y para ustedes. ¡Gracias!

Yakisa Desirée Eugenio Guanina

AGRADECIMIENTO

A todos quienes conforman la Universidad Técnica de Ambato, personal administrativo y sobre todo a los docentes de la Carrera de Turismo, por brindarme sus conocimientos a lo largo de mi vida universitaria y por hacer posible este éxito académico.

A mi docente tutor el Ing. Diego Melo Fiallos por su apoyo, direccionamiento y paciencia durante la elaboración de la presente investigación, por su pleno compromiso conmigo y la carrera de Turismo.

Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Totoras y a todos quienes me brindaron su apoyo en la realización de este trabajo.

A mi familia mi eterno agradecimiento, su presencia y apoyo ha sido necesario en cada momento de mi vida. A mis padres por luchar incansablemente por y para mi felicidad y hacer posible este logro académico. A mi hermana, por ser mi motor de esta vida y las que están por venir.

A mi pequeña estrellita, Gateco. Por hacerse presente a través de maullidos y ronroneos, por mostrarme un amor genuino y sincero.

A quien me ha acompañado en los últimos meses, Marco. Has sido una de las personas fundamentales para llegar a este punto. Muchas gracias por estar y por cada palabra de aliento. Gracias por ser ese cachito de mi vida que estuvo presente en esta etapa.

Yahisa Desirée Eugenio Guanina

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
CAPITULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes investigativos.....	1
1.2. Fundamentación teórica.....	5
Variable independiente.....	5
Variable dependiente.....	12
1.3. Objetivos.....	22
Objetivo general	22
Objetivos específicos	22
CAPITULO II.....	24
METODOLOGÍA	24
2.1. Materiales.....	24
2.2 Métodos.....	25
Enfoque.....	25

Diseño.....	25
Alcance.....	25
Población y muestra.....	27
Población objetiva.....	27
Selección de la muestra.....	27
Técnicas.....	28
Observación.....	28
Instrumentos.....	29
Cuestionario.....	29
CAPITULO III.....	31
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	31
3.1. Análisis y discusión de los resultados.....	31
Fichas.....	31
Encuestas Modelo SERVQUAL.....	45
Encuesta oferta culinaria presente en la Parroquia Totoras.....	68
3.2 Verificación de hipótesis.....	69
CAPITULO IV.....	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
4.1. Conclusiones.....	70
4.2. Recomendaciones.....	71
Propuesta.....	72
MATERIALES DE REFERENCIA.....	75
ANEXOS.....	87
ANEXO A. Carta compromiso.....	88
ANEXO B. Instrumentos.....	89
ANEXO C. Carta de entrega del producto al beneficiario.....	95

ANEXO D. Evidencias. 96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo SERVQUAL</i>	5
Figura 2 <i>Modelo RATER</i>	14
Figura 3 <i>Modelo de la Calidad percibida del servicio de Grönroos,</i>	15
Figura 4 <i>Ubicación de la parroquia Totoras</i>	26
Figura 5 <i>¿El restaurante cumple con el servicio que prometió?</i>	46
Figura 6 <i>¿Cuándo usted presenta un problema, el restaurante muestra sincero interés en resolverlo?</i>	47
Figura 7 <i>¿La primera impresión que usted recibió por parte del restaurante fue sobresaliente?</i>	48
Figura 8 <i>¿El servicio fue proporcionado en el tiempo establecido?</i>	49
Figura 9 <i>¿El restaurante ofrece un servicio libre de errores?</i>	50
Figura 10 <i>¿El restaurante informó sobre el tiempo que llevará cumplir con el pedido?</i>	51
Figura 11 <i>¿Los trabajadores del restaurante fueron rápidos en el cumplimiento del servicio?</i>	52
Figura 12 <i>¿Los trabajadores se muestran prestos a ayudarle?</i>	53
Figura 13 <i>¿Los trabajadores están ocupados para brindarle ayuda?</i>	54
Figura 14 <i>¿Los trabajadores transmiten confianza mientras realizan el servicio?</i> .	55
Figura 15 <i>Al momento de cancelar por los servicios recibidos, ¿Se siente seguro en utilizar su forma de pago preferente?</i>	56
Figura 16 <i>¿Los trabajadores se muestran de forma cortés hacia usted en todo momento?</i>	57
Figura 17 <i>¿Los trabajadores tienen el conocimiento suficiente para responder a sus preguntas o inquietudes?</i>	58
Figura 18 <i>¿El restaurante le brinda una atención personalizada?</i>	59
Figura 19 <i>¿Los trabajadores le brindan una atención personalizada?</i>	60
Figura 20 <i>¿El restaurante se preocupa por sus intereses?</i>	61
Figura 21 <i>¿Los trabajadores atienden sus necesidades específicas?</i>	62
Figura 22 <i>¿El restaurante maneja horarios de atención convenientes?</i>	63
Figura 23 <i>¿El restaurante posee equipos de aspecto moderno?</i>	64
Figura 24 <i>¿Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas?</i>	65
Figura 25 <i>¿Los trabajadores lucen impecables en su imagen personal?</i>	66

Figura 26 <i>¿Los recursos utilizados en el montaje de los diversos platillos ofertados, son atractivos?</i>	67
Figura 27 Desarrollo de la propuesta	73
Figura 28 Captura de pantalla de la revista digital.....	74
Figura 29. Captura de pantalla de la revista digital de la oferta culinaria.....	74
Figura 30 Asadero Tungurahua.....	96
Figura 31 La Parrilla	96
Figura 32 Paradero "El Rancho"	97
Figura 33 Cristal Food	98
Figura 34 Mishqui Tungurahua.....	98
Figura 35 Chinchulines al paso.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Materiales</i>	24
Tabla 2 <i>Condiciones meteorológicas del cantón Ambato</i>	26
Tabla 3 <i>Ficha del quimbolito</i>	31
Tabla 4 <i>Ficha del morocho</i>	33
Tabla 5 <i>Ficha del caldo de 31</i>	35
Tabla 6 <i>Ficha del chinchulín</i>	37
Tabla 7 <i>Ficha de ubre con papas</i>	39
Tabla 8 <i>Ficha del librillo con papas</i>	41
Tabla 9 <i>Ficha de la humita</i>	43
Tabla 10: <i>Análisis de fiabilidad de Cronbach</i>	45
Tabla 11 <i>Encuesta realiza sobre el consumo de la oferta culinaria de la parroquia Totoras</i>	68
Tabla 12 <i>Pruebas de chi-cuadrado</i>	69

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tuvo como objetivo evaluar el nivel de servicio y oferta de restauración existentes en la Parroquia Totoras. Para llevar a cabo la investigación se utilizó una metodología cuantitativa apoyada en instrumentos como encuestas y cuestionarios administrado por Google Forms utilizando el método SERVQUAL. Se seleccionó una muestra de 203 participantes con una técnica básica de muestreo aleatorio simple, se desarrolló una hipótesis nula y una alternativa comprobada con un análisis estadístico en el programa SPSS y Microsoft Excel para examinar los datos recopilados. Los resultados muestran un porcentaje mayor de 29 % consumidor de chinchulín a diferencia de 5 % que consumen humitas. Además, en los hallazgos se determinó un (valor crítico observado) $0,000 < 0,05$, es decir la oferta culinaria se relaciona significativamente con la calidad de servicio. Aspectos como la amabilidad del personal y la eficiencia en el manejo de pedidos demostraron ser factores determinantes de la calidad del servicio. Así mismo, según el análisis de fiabilidad con un destacado coeficiente alfa de Cronbach de 0.967, se confirmó una coherencia excepcional entre los 22 elementos evaluados. Entre las sugerencias se encuentran iniciativas para fortalecer la identidad culinaria, cursos de capacitación para mejorar la calidad del servicio y el despliegue paulatino de la plataforma digital sugerida. Como conclusión, los componentes examinados muestran un alto grado de coherencia. Se recomienda potenciar la identidad culinaria, implementar una plataforma digital y mejorar la calidad del servicio a través de la capacitación.

PALABRAS CLAVE: GASTRONOMÍA LOCAL, EFICIENCIA DE SERVICIO, IDENTIDAD CULTURAL, DIVERSIDAD GASTRONÓMICA, PLAN DE MEJORA.

ABSTRACT

The objective of the research was to evaluate the level of service and catering offer existing in the Totoras Parish. To carry out the research, a quantitative methodology was used supported by instruments such as surveys and questionnaires administered by Google Forms using the SERVQUAL method. A sample of 203 participants was selected with a basic simple random sampling technique, a null hypothesis and an alternative hypothesis were developed and evaluated with a statistical analysis in the SPSS program and Microsoft Excel to examine the collected data. The results show a higher percentage of 29% Chinchulin consumers as opposed to 5% who consume humitas. Furthermore, in the findings a (observed critical value) $0.000 < 0.05$ was determined, that is, the culinary offer is significantly related to the quality of service. Aspects such as the friendliness of the staff and the efficiency in handling orders proved to be determining factors of the quality of the service. Likewise, according to the reliability analysis with a notable Cronbach's alpha coefficient of 0.967, exceptional coherence was confirmed between the twenty-two elements evaluated. Among the suggestions are initiatives to strengthen culinary identity, training courses to improve the quality of service and the gradual deployment of the suggested digital platform. In conclusion, the components examined show a high degree of coherence. It is recommended to enhance culinary identity, implement a digital platform, and improve the quality of service through training.

KEYWORDS: LOCAL GASTRONOMY, SERVICE EFFICIENCY, CULTURAL IDENTITY, GASTRONOMIC DIVERSITY, IMPROVEMENT PLAN.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

Investigaciones antecedentes

Oferta Culinaria

En el estudio "El aspecto técnico culinario en la categorización de los restaurantes y el comportamiento de los consumidores en Nueva Loja, Ecuador" efectuada por **(Quintana D, 2022)**, examina la influencia del aspecto técnico culinario en la asignación de categorías y en el comportamiento del consumidor durante la decisión de compra en Nueva Loja. Este estudio cualitativo-exploratorio utiliza observación directa, cuestionarios técnicos culinarios para restaurantes y entrevistas a consumidores. Los resultados revelan que más de la mitad de los establecimientos son poco eficientes, afectando negativamente la percepción de la demanda del mercado gastronómico en Nueva Loja.

Bajo la autoría de **(Veloz S, 2020)** la investigación "Análisis de la propuesta culinaria de la provincia del Guayas y su influencia en el desarrollo del turismo gastronómico ecuatoriano. Caso de estudio: 2021-2022" aborda la riqueza gastronómica del Guayas y su impacto en el turismo ecuatoriano. A pesar de sus atractivos culinarios, la provincia enfrenta desafíos en la identificación y promoción de factores turísticos. La investigación propone analizar la intervención de entidades públicas y privadas en la promoción de "huecas gastronómicas" y examinar encuestas para evaluar la oferta gastronómica y sus efectos en el desarrollo económico, social y cultural de la provincia del Guayas.

El caso de estudio de "Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica," liderada por **(Vaca C, 2021)**, aborda la correlación entre la oferta gastronómica y las tendencias culinarias por el GAD Municipalidad de Ambato.

Desarrollada en el segundo semestre de 2020, utiliza un diseño no experimental con un enfoque mixto. La investigación se centra en analizar la influencia de las tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica, empleando instrumentos como fichas estructuradas y cuestionarios basados en modelos de notoriedad y actitud ponderada. Los resultados, analizados mediante la prueba de la Rho de Spearman, revelan una moderada correlación entre las tendencias culinarias y la oferta turística gastronómica en restaurantes con el distintivo Q de calidad en la ciudad de Ambato. La investigación concluye con recomendaciones sobre el uso adecuado de tendencias culinarias y la identificación de los tipos de establecimientos, comida y ambientación con mayor demanda entre los usuarios estudiados.

La investigación "Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador" fue realizada por (**Salazar D, 2017**). El propósito de esta investigación fue evaluar la variedad de opciones gastronómicas disponibles en la región de Rumipamba, en la provincia de Pichincha, Ecuador, utilizando los componentes que componen el mix de marketing de servicios. Se utilizó una técnica de investigación univariable con fuentes de información primaria y secundaria y el uso de Internet. El estudio se llevó a cabo de manera transversal en un solo momento y se utilizó un cuestionario compuesto por 10 preguntas cerradas de naturaleza cualitativa. Los hallazgos indicaron que la estructura de la oferta de alimentos y bebidas en el sector de Rumipamba. El aporte que propone es la creación de infraestructura con mayor capacidad de aforo para sus clientes con el objetivo de mejorar la calidad del servicio.

El autor, (**Sosa M, 2022**), realizó un estudio llamado "Memoria alimentaria, nostalgia y tiempo libre: una aproximación a la oferta culinaria tradicional del Centro Histórico de Quito". El objetivo de esta investigación fue investigar cómo los visitantes de proximidad se relacionan con los alimentos tradicionales que se ofrecen en los establecimientos alimentarios emblemáticos del Centro Histórico de Quito, Ecuador. Estos establecimientos son el principal destino turístico de la ciudad (61%) y la actividad turística más representativa (79,2%). Utilizando una metodología de

investigación mixta y un estudio de caso sencillo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los dueños de establecimientos de comida emblemáticos, agricultores, sector gubernamental y especialistas en alimentos y turismo, así como una encuesta a 784 turistas. Se descubrió que los establecimientos de comida ofrecen platos tradicionales en su menú que atraen a los turistas locales debido a la nostalgia y la nostalgia por la comida. El aporte es la relación entre los servicios de alimentación y las técnicas y procesos de la cocina tradicional, así como su impacto en la calidad del servicio.

Calidad del Servicio

Según, **(Godoy J, 2021)** llevó a cabo un estudio llamado "El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio". El sistema de atención al cliente y cómo afecta los objetivos individuales y colectivos de las organizaciones fueron examinados en esta investigación. En cuanto a la metodología de investigación, se presenta la tipología mixta con la utilización de fuentes primarias y secundarias, así como de Internet. Establece que la satisfacción y la lealtad de los clientes son factores clave para el éxito empresarial, según esta investigación.

El autor, **(Ramirez E, 2019)**, llevó a cabo una investigación sobre "Calidad en el servicio al cliente". El objetivo es proporcionar a la empresa pruebas de la opinión actual del cliente sobre el servicio que recibe y demostrar que hay una correlación entre este servicio y la satisfacción del cliente. Esta investigación ha utilizado la metodología cualitativa porque las opiniones de los clientes de la empresa son un indicador de la calidad del servicio. Este estudio también encontró que el desempeño del trabajo en equipo de los departamentos de ventas y atención al cliente se ve directamente afectado por la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que reciben en relación con los tiempos de respuesta a las solicitudes de los clientes. El estudio actual **(Silva G, 2021)**, examina la calidad del servicio en establecimientos de alimentos y bebidas y cómo afecta el crecimiento turístico de la parroquia Ulba en el cantón Baños. Busco crear planes de gestión turística. La investigación involucra varias comunidades y tiene como objetivo coordinar esfuerzos entre iniciativas

privadas y comunitarias respaldadas por el Gobierno Parroquial de Ulba. El diagnóstico turístico, el análisis de gestión y la formalización de estrategias son componentes de la técnica sugerida. Bajo la dirección de Silva G., esta investigación se posiciona como una herramienta crucial para mejorar la calidad del servicio y ayudar al crecimiento turístico sostenible de Ulba.

El estudio "Los sistemas de calidad y el mercado turístico de Baños de Agua Santa" destaca la importancia de la calidad en el sector turístico (**Bravo C, 2022**). La investigación analiza la relación entre los Sistemas de Gestión de Calidad y el mercado turístico local en el restaurante Nünna Chill Garden utilizando encuestas y listas de cotejo. A pesar de que los comensales tienen una opinión positiva, se descubren incumplimientos normativos que indican que se deben tomar medidas para mejorar los servicios.

La importancia de la calidad en los deportes de aventura se destaca en la investigación "La calidad de los servicios en deportes de aventura en el cantón Baños de Agua Santa" (**Muñoz E, 2022**). Explora cómo la gestión de la calidad en las empresas de turismo afecta el deporte en el cantón. Se aplicó una encuesta SERVQUAL a 334 participantes utilizando una metodología mixta no experimental. Los resultados resaltan la importancia de los elementos tangibles y la importancia de mejorar la capacidad de respuesta. Según la investigación, se debe implementar un plan para mejorar la calidad de los deportes de aventura en Baños de Agua Santa.

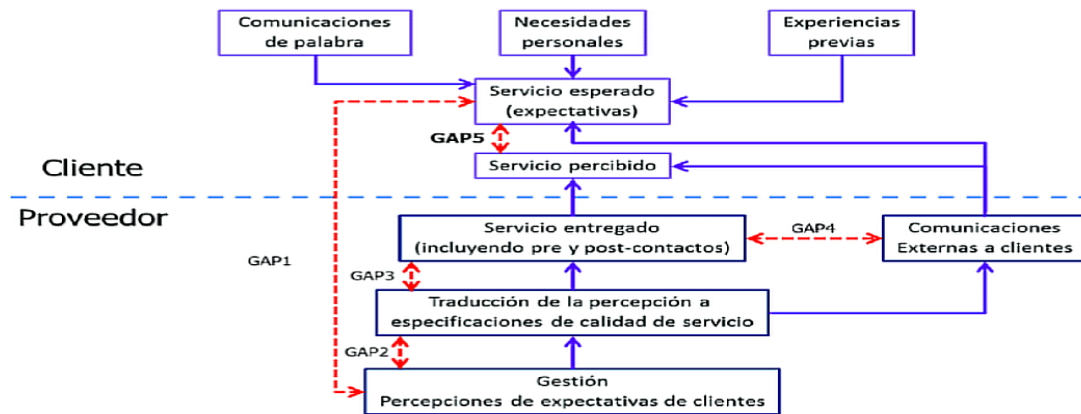
-Teoría, modelo o posición filosófica

Modelo SERVQUAL

En la presente investigación se utilizó como base el modelo SERVQUAL, mismo que fue creado por sus autores Parasuraman, Zeithaml y Berry y que es ampliamente aceptado en la literatura sobre servicios. Tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía son las cinco dimensiones clave de la evaluación de la calidad de servicio que se proponen a través de este método. Estas dimensiones brindan un marco sistemático para medir las expectativas y percepciones de los clientes,

identificando brechas que pueden mejorarse para elevar la calidad del servicio (Ballena S, 2018).

Figura 1 Modelo SERVQUAL



Nota: El método SERVQUAL, que se ha convertido en una herramienta esencial que permite a las empresas mejorar continuamente sus servicios. Tomado de (Vergara F, 2019).

1.2. Fundamentación teórica

Variable independiente

Platillos tradicionales

La diversidad se puede ver en la preservación y continuidad de los platillos tradicionales transmitidos a lo largo de generaciones. Estos platos no solo transmiten historias y tradiciones locales, sino que también representan habilidades culinarias excepcionales. Aprender a reconocer y comprender cómo se preparan estos platos tradicionales ayudará a comprender la esencia de la gastronomía de esta región (Narvaez M, 2023).

Influencias locales e internacionales

La variedad de platos no se limita únicamente a lo tradicional; también incluye elementos locales e internacionales. Puede haber mezclas de ingredientes y recetas

culinarias que muestren la diversidad cultural de la comunidad. Identificar estas influencias proporcionará una comprensión más profunda de cómo la cocina local se adapta a las preferencias y necesidades cambiantes del público **(Narvaez M, 2023)**.

Adaptación a preferencias locales

La diversidad se muestra en la variedad de platos disponibles y en la adaptación de la oferta a las preferencias específicas de la comunidad local. La comprensión de las preferencias del público permitirá comprender cómo los restaurantes de esta región han adaptado su oferta para satisfacer las expectativas y gustos únicos del público **(Arnandis R, 2018)**.

Inclusión de opciones contemporáneas

La diversidad también puede incluir opciones culinarias más contemporáneas, como platos de tendencia o adaptaciones creativas de recetas tradicionales. La inclusión de opciones contemporáneas en la oferta culinaria revelará la capacidad de la comunidad para innovar y responder a las dinámicas gastronómicas cambiantes **(Rivera A, 2018)**.

Diversidad de la oferta culinaria

La variedad del menú culinario se refiere a la amplia gama de opciones de los clientes. Los platos tradicionales, las influencias de la cocina local e internacional, y las opciones adaptadas a las preferencias y necesidades del vecindario se encuentran todos en este menú **(Torres O, 2018)**.

Valor cultural y social

La calidad y autenticidad de la oferta culinaria tienen un impacto gastronómico y cultural. La comida local sirve como un vínculo cultural que une a la comunidad y preserva sus tradiciones **(Gonzales M, 2019)**.

Calidad y autenticidad

Los estándares gastronómicos y la autenticidad de los platos locales son factores que determinan la calidad de la oferta culinaria. La autenticidad en este contexto implica mantener las recetas tradicionales y los métodos de preparación, respetando la herencia cultural y los ingredientes locales únicos (**Cunha S, 2018**).

Excelencia de la preparación

La excelencia en la elaboración de platos locales demuestra la calidad de la variedad culinaria disponible. Este aspecto va más allá de la simple competencia técnica; implica la meticulosidad en la selección de ingredientes frescos y la aplicación de técnicas culinarias que realzan los sabores auténticos de la región. Los restaurantes obtienen reconocimiento y prestigio en la comunidad gracias a su constante esfuerzo por ser los mejores (**Sandoval L, 2021**).

Preservación de recetas tradicionales

La autenticidad de la oferta culinaria radica en la preservación de recetas tradicionales transmitidas de generación en generación. Además de ser una forma única de preparar alimentos, estas recetas muestran la historia y la identidad cultural. La fidelidad a estas tradiciones culinarias ancestrales preserva la autenticidad de los platillos y ayuda a preservar la rica herencia culinaria de la región (**Aguero J, 2019**).

Utilización de ingredientes autóctonos

La preferencia por ingredientes locales y autóctonos demuestra la autenticidad. La elección cuidadosa de productos regionales, que destaca la diversidad y singularidad de la oferta culinaria, refleja la conexión con la tierra. La utilización de ingredientes autóctonos no solo mejora la sostenibilidad y la economía local, sino que también agrega autenticidad a los platos (**Abner A, 2020**).

Relación con la identidad local

La oferta culinaria de esta región está intrínsecamente relacionada con la identidad de la comunidad. La cocina representa la historia, la cultura y las costumbres culinarias arraigadas de la región y juega un papel importante en la creación de la identidad local **(Sobrado D, 2018)**.

Manifestación de tradiciones y costumbres

La gastronomía de la región es un claro ejemplo de las tradiciones y costumbres arraigadas de la comunidad. Los platos locales son una experiencia sensorial y una representación viva de tradiciones culinarias que han perdurado a lo largo del tiempo. La comprensión de cómo se reflejan estas costumbres en la oferta culinaria ayudará a identificar los elementos clave que componen la identidad local **(Calero J, 2021)**.

Creación de un sentido de pertenencia

Los restaurantes y tiendas de alimentos locales se han convertido en lugares emblemáticos que fomentan un sentido de pertenencia entre los habitantes de la región. Al disfrutar de la gastronomía local, la comunidad comparte una experiencia común que fortalece los lazos sociales y refuerza el sentido de identidad compartida. Para comprender mejor la relación entre la oferta culinaria y la identidad local, es necesario analizar cómo la gastronomía local crea estos lazos sociales **(Inga C, 2020)**.

Influencias externas en la oferta culinaria

La globalización y las migraciones, que introducen nuevas influencias y fusiones gastronómicas, pueden tener un impacto en la oferta culinaria. Es esencial comprender cómo estos factores externos pueden afectar la autenticidad y la diversidad de la oferta culinaria de la región **(Cevallos G, 2022)**.

Globalización culinaria

La interconexión cultural y culinaria de la región se ha fortalecido gracias a la globalización culinaria. La presencia de ingredientes, métodos y estilos de cocina de otras regiones y países aumenta la diversidad de la oferta, pero plantea desafíos para preservar la autenticidad de la cocina local. Para comprender mejor la adaptabilidad de la comunidad a estas influencias externas, es necesario examinar cómo la globalización culinaria afecta la oferta (**Salvador M , 2020**).

Migración y diversidad

La migración interna y externa juega un papel importante en la introducción de nuevas influencias en la oferta culinaria de la región. La llegada de personas con diferentes tradiciones culinarias puede provocar fusiones únicas de sabores y estilos. La dinámica intercultural en la gastronomía de la región se puede comprender mejor si se conoce cómo se integran estas influencias migratorias en la oferta local (**Salvador M , 2020**).

Innovación y tendencias

Las tendencias en la cocina y las nuevas técnicas pueden tener un impacto en la oferta de la región. Aunque la introducción de nuevas prácticas puede agregar frescura y creatividad a la oferta local, también requiere un equilibrio cuidadoso para no perder la esencia de la cocina tradicional. Para entender cómo las tendencias globales afectan la oferta local, será fundamental examinar cómo la comunidad acepta la innovación sin sacrificar su identidad culinaria (**Benavides G, 2019**).

Condiciones económicas

La oferta culinaria también puede verse afectada por las circunstancias económicas, tanto a nivel local como global. La accesibilidad de ciertos platillos puede verse afectada por cambios en la disponibilidad y el costo de los ingredientes. Comprender cómo las circunstancias económicas afectan la oferta permitirá examinar la capacidad

de la comunidad para adaptarse a las variaciones en el mercado alimentario **(Benavides G, 2019)**.

Factores que influyen en la oferta culinaria

Una variedad de factores que convergen para dar forma a la diversidad y autenticidad de la cocina en la región tienen un impacto intrínsecamente en la oferta culinaria local **(Vaca C, 2021)**.

Disponibilidad de ingredientes autóctonos

La elección de los ingredientes es esencial para crear la oferta culinaria local. La disponibilidad de productos autóctonos, cultivados o producidos en la región es fundamental. La singularidad de la gastronomía local se basa en la conexión con el entorno geográfico a través de la selección de ingredientes **(Ante A, 2023)**.

Tradiciones y costumbres

La oferta culinaria local está influenciada por las costumbres y tradiciones arraigadas de la comunidad. La identidad cultural que se refleja en la mesa incluye recetas que se han transmitido de generación en generación, métodos de preparación específicos y eventos culinarios tradicionales **(Marroquin M, 2022)**.

Cambios demográficos

La oferta culinaria puede verse significativamente afectada por cambios en la composición demográfica de la región. La gastronomía local puede experimentar cambios y fusiones como resultado de la llegada de nuevos residentes con diferentes tradiciones culinarias o la salida de ciertos grupos **(Morales J, 2018)**.

Factores económicos

La oferta culinaria local está influenciada por la economía local y global. La disponibilidad y la variedad de platos disponibles están influenciadas por la accesibilidad y los costos de ciertos ingredientes, así como por la capacidad financiera de la comunidad (Mora L, 2018).

Influencias externas

La migración y las tendencias gastronómicas globales pueden agregar nuevos elementos a la oferta culinaria local. El desafío constante para la comunidad es adaptarse a estas influencias sin perder su autenticidad (Pacherres S, 2020).

Calidad de servicio en locales de restauración

La experiencia del cliente en un restaurante depende principalmente de la calidad del servicio. La percepción general de calidad del servicio fue influenciada por una variedad de factores (Monroy M, 2020).

Atención al cliente

La calidad del servicio se basaba en la atención al cliente. La satisfacción del cliente fue aumentada por la amabilidad, la prontitud y la disposición del personal de los restaurantes. La evaluación de la forma en que se manejaba la interacción con los clientes dio información importante sobre la calidad del servicio en la comunidad (Carrasco F, 2023).

Eficiencia en el servicio

Para que la experiencia culinaria fuera positiva, el servicio debía ser eficiente. La eficiencia tuvo un impacto directo en la percepción de la calidad, desde la toma de pedidos hasta la entrega de la comida. Analizar la rapidez y la precisión de la atención al cliente reveló la eficiencia del servicio en los restaurantes (Sanchez F, 2021).

Ambiente y presentación

La calidad de servicio percibida fue significativamente influenciada por el ambiente del lugar y la presentación de los platillos. La experiencia general se pudo mejorar con un entorno acogedor, una decoración adecuada y una presentación cuidadosa de los alimentos. Examinar cómo se gestionaron estos aspectos en los establecimientos locales ayudó a comprender la importancia que la comunidad otorgaba a la estética y al ambiente (López F, 2018).

Adaptabilidad y personalización

Los factores que determinaron la calidad del servicio incluyeron la capacidad de adaptarse a las preferencias individuales y la posibilidad de personalizar la experiencia. Se proporcionó información útil sobre la atención personalizada al evaluar si los locales de restauración pudieron satisfacer necesidades específicas, como restricciones dietéticas o preferencias culinarias (Pavón D, 2020).

Retroalimentación y resolución de problemas

Los indicadores clave de la calidad del servicio fueron la atención y la resolución de problemas del cliente. La percepción del cliente fue mejorada por la capacidad de aceptar críticas constructivas y abordar problemas de manera proactiva. Investigar cómo se manejaba la retroalimentación y las situaciones problemáticas en los restaurantes locales dio una visión completa de la calidad del servicio (Barreal J, 2019).

Variable dependiente

Calidad de servicio

La medida en que los establecimientos de restauración satisfacen las expectativas y necesidades de los clientes durante su experiencia de servicio se conoce como calidad

de servicio. exige un servicio eficiente, amable y adaptado a las preferencias individuales para crear una experiencia de cliente positiva (**Chiriboga E, 2018**).

La atención al cliente es un componente esencial de la calidad de servicio e implica una interacción cordial y eficaz del personal con los comensales. La percepción de la calidad está directamente influenciada por cómo se presta el servicio, desde la toma de pedidos hasta la entrega de los platillos. Además, la personalización y la adaptabilidad son fundamentales, lo que permite a los restaurantes adaptarse a las preferencias y necesidades únicas de los clientes (**Bollet F, 2019**).

El ambiente y la presentación en los restaurantes también juegan un papel importante en la calidad del servicio. La experiencia general del cliente se mejora con un entorno acogedor, una decoración adecuada y una presentación cuidadosa de los alimentos (Silva R, 2021). La calidad del servicio no se mide solo por la calidad del servicio, sino también por la capacidad del establecimiento para manejar las críticas del cliente y resolver problemas. La capacidad de abordar situaciones problemáticas y recibir críticas constructivas demuestra un compromiso constante con la mejora y la satisfacción del cliente (**Escobar K, 2019**).

Enfoques teóricos sobre la calidad de servicio en la industria de la restauración

Se han desarrollado una variedad de enfoques teóricos en el ámbito académico para analizar y mejorar la calidad de servicio en la industria de la restauración. Estos marcos conceptuales brindan estructuras sistemáticas para evaluar la experiencia del cliente en restaurantes (**Santiesteban M, 2019**). Los enfoques teóricos más populares incluyen:

Modelo RATER

El modelo RATER, una variante de SERVQUAL, se concentra en cinco dimensiones más específicamente: confiabilidad, garantía, tangibilidad, empatía y capacidad de respuesta. Este método se destaca por su relevancia en la industria de servicios al

proporcionar estándares claros para evaluar la calidad de los servicios y guiar estrategias de mejora (Guzman J, 2019).

Figura 2 Modelo RATER

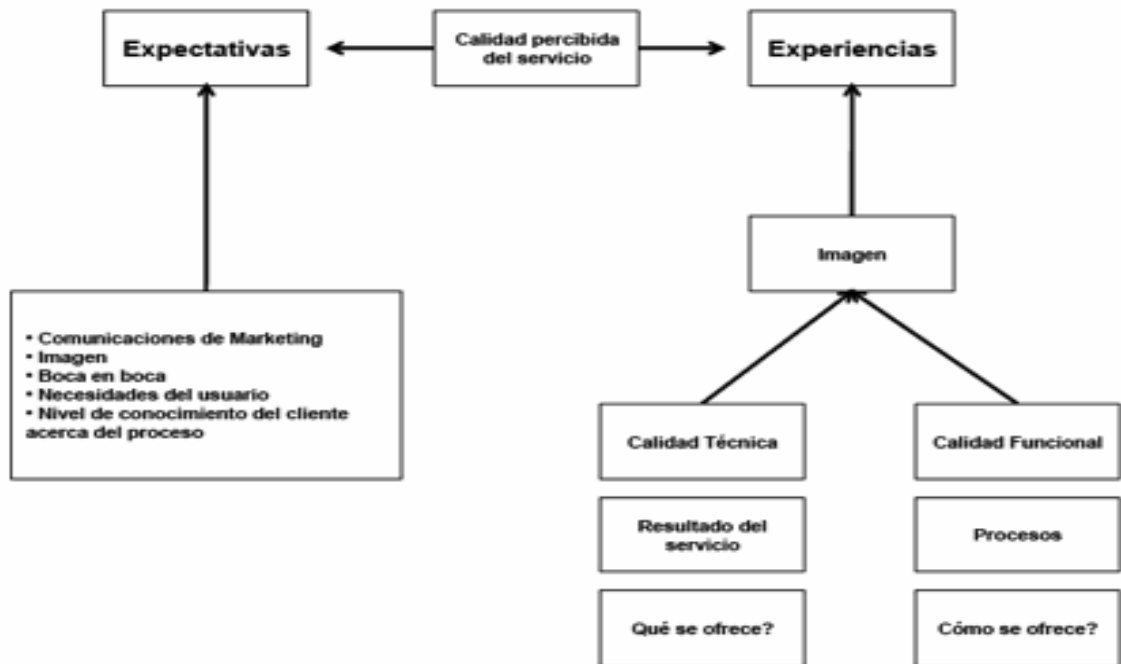


Nota: El método RATER es una herramienta útil para la evaluación y mejora de la calidad de los servicios. Tomado de (Huaroc L, 2014).

Modelo de calidad de servicios de Grönroos

Un modelo centrado en la interacción entre los clientes y los proveedores de servicios fue propuesto por Christian Grönroos. Su perspectiva destaca la importancia de la interactividad y la creación de valor mutua. Reconoce que la calidad del servicio no solo depende del desempeño del proveedor, sino también de la participación y la percepción del cliente durante la interacción (Pazmiño V, 2021).

Figura 3 Modelo de la Calidad percibida del servicio de Grönroos,



Nota: El modelo de calidad de servicios de Grönroos ofrece una visión innovadora que se erige como una guía esencial para las organizaciones Tomado de (Mora C, 2021)

Modelo de la calidad de servicio de Parasuraman, Zeithaml y Berry para restaurantes

Este modelo particular se deriva del SERVQUAL y se adapta al sector de la restauración. Proporciona una estructura para evaluar la calidad de servicio en restaurantes teniendo en cuenta factores como la atención del personal, la eficiencia en el servicio, la calidad de los alimentos y la atmósfera del lugar (Vergara J, 2019).

Teoría de la experiencia del cliente

Este enfoque va más allá de brindar un servicio eficiente para crear experiencias memorables para los clientes. Reconoce que la calidad del servicio se mide no solo por el cumplimiento de las expectativas, sino también por la capacidad de sorprender y deleitar al cliente durante su visita (Alves C, 2019).

Dimensiones clave de la calidad de servicio en la industria de la restauración

La evaluación de la calidad de servicio en el sector de la restauración se basa en una serie de factores que consideran una variedad de aspectos de la experiencia del cliente. Estas dimensiones clave brindan un marco completo para comprender y mejorar la calidad de servicio en los establecimientos gastronómicos (**Cruz A, 2018**). Las dimensiones más relevantes incluyen:

Calidad de los alimentos

Sabor

En la industria de la restauración, el sabor es una parte importante de la calidad de los alimentos. Se refiere a las cualidades gustativas de los platos que se ofrecen. Un sabor excepcional implica una combinación armoniosa de sabores, la correcta sazón de los alimentos y la atención a la calidad de los ingredientes. La experiencia sensorial proporcionada por el sabor es fundamental para la satisfacción del cliente y puede afectar la percepción general de la calidad del restaurante (**Angulo E, 2020**).

Presentación

La disposición visual y estética de los platos al ser servidos es el enfoque principal de la presentación. Se extiende más allá de la apariencia y abarca la creatividad en la presentación de los elementos del plato (**Rigol L, 2020**). Una presentación atractiva no solo atrae al cliente, sino que también demuestra el esmero y la atención al detalle del establecimiento. La presentación cuidadosa de los platos mejora la experiencia gastronómica. (**Alves C, 2019**).

Variedad

Para satisfacer una gama diversa de gustos y preferencias, la variedad en el menú es esencial. Esta dimensión implica brindar a los clientes con preferencias alimenticias

específicas una variedad de tipos de platos y una amplia variedad de ingredientes. La variedad permite a los clientes elegir opciones que se ajusten a sus preferencias individuales, lo que promueve una experiencia más personalizada y adaptada a sus necesidades (**Pavón D, 2020**).

Frescura de los ingredientes

Los ingredientes utilizados en la preparación de platos deben ser frescos. El uso de ingredientes de alta calidad y en buen estado es necesario. Los ingredientes frescos no solo mejoran el sabor de los platos, sino que también transmiten un compromiso con la excelencia y la calidad en la cocina. La percepción general de la calidad de la oferta culinaria de un restaurante puede verse significativamente afectada por la frescura de los ingredientes (Torres P, 2023).

Atención al cliente

Amabilidad del personal

Una parte importante de la calidad de servicio en la industria de la restauración es la amabilidad del personal. Este concepto se refiere a la actitud positiva, la amabilidad y la disposición del personal hacia los clientes (Rodríguez A, 2021). La experiencia general del cliente se ve directamente afectada por una interacción amable que crea un entorno acogedor y positivo. La amabilidad del personal aumenta la satisfacción del cliente y puede tener un impacto significativo en la lealtad del cliente a largo plazo. (**Pazmiño V, 2021**).

Rapidez en el servicio

La calidad del servicio en un restaurante depende de la rapidez. El tiempo que transcurre desde que el cliente hace un pedido hasta que se le sirve, así como la prontitud en la atención del cliente durante la comida, están incluidos en este concepto. La rapidez en el servicio puede tener un impacto en la percepción general de la

eficiencia del restaurante, además de mejorar la experiencia del cliente (**López F, 2018**).

Eficiencia en la toma de pedidos

La eficiencia en la toma de pedidos depende de la agilidad y precisión con la que el personal registra los pedidos de los clientes. Una toma de pedidos efectiva garantiza que los platos solicitados se preparen correctamente y se sirvan de manera oportuna. La productividad en esta área se traduce en una experiencia sin contratiempos y en un alto nivel de profesionalismo del personal (**Oehmichen C, 2019**).

Capacidad de respuesta a solicitudes y preguntas

La capacidad del personal para atender y satisfacer las necesidades específicas de los clientes se conoce como capacidad de respuesta a solicitudes y preguntas. Esto incluye la capacidad de atender solicitudes especiales, cambiar platos según sus preferencias y responder a consultas sobre el menú. Un servicio centrado en el cliente y una respuesta ágil y positiva a estas interacciones contribuyen a la percepción general de la calidad del servicio (**Almeida J, 2022**).

Ambiente y atmósfera

Decoración y diseño del lugar

La atmósfera general de un restaurante se ve significativamente afectada por la decoración y el diseño del lugar. El diseño del lugar se refiere a la disposición y distribución de los espacios, mientras que la decoración incluye cosas como muebles, colores, obras de arte y otros detalles visuales (**Veloz S, 2020**). Un ambiente acogedor y estéticamente agradable puede ser creado por una decoración atractiva y un diseño bien planificado, influyendo en la experiencia del cliente y agregando un toque distintivo a la identidad del restaurante (**Tigse G, 2022**).

Nivel de confort

La comodidad de los asientos, la disposición del espacio y otros elementos ambientales están directamente relacionados con el nivel de comodidad en un restaurante. Los clientes pueden relajarse y disfrutar de su comida de manera más placentera en un ambiente cómodo. La percepción del cliente sobre la calidad de la experiencia en el restaurante puede verse positivamente afectada por la elección adecuada de muebles y la atención al espacio (**Abner A, 2020**).

Iluminación y música ambiental

La iluminación y la música ambiental son esenciales para crear el ambiente ideal en un restaurante. Una iluminación adecuada puede crear un ambiente cálido y acogedor, y la música ambiental ayuda a crear una experiencia sensorial (Vaca C, 2021). La combinación adecuada de iluminación y música puede cambiar el estado de ánimo de los clientes y complementar la temática del restaurante, mejorando la experiencia en general (**Pazmiño V, 2021**).

Limpieza y orden

El orden y la limpieza son elementos clave que afectan la percepción de la calidad del servicio. Un restaurante limpio y bien mantenido transmite confianza y cumple con los estándares de higiene y calidad (**Pacherres S, 2020**). El orden de las mesas y la limpieza en las áreas visibles son indicadores importantes de atención al detalle y pueden afectar la satisfacción del cliente y su disposición a volver a la tienda. (**Lareau R, 2020**).

Experiencia general del cliente

Interacción con el Personal: una parte importante de la experiencia general del cliente es la interacción con el personal. La percepción del servicio se ve significativamente afectada por la amabilidad, el profesionalismo y la eficiencia del personal en las

interacciones directas. Una atención personalizada y cordial mejora la relación cliente-restaurante y mejora la experiencia general (**Mora L, 2018**).

Proceso de reserva y recepción

La experiencia del cliente en el restaurante comienza con la reserva y recepción. Establecer una primera impresión positiva requiere un proceso de reserva eficiente y una recepción amable (**Abner A, 2020**). La reserva fácil, las instrucciones claras y la recepción organizada garantizan una experiencia sin contratiempos (**Viteri M, 2022**).

Experiencia en la mesa

La experiencia en la mesa incluye todo el tiempo que el cliente pasa disfrutando de la comida. Cada interacción, desde la presentación del menú hasta la recomendación de platos y la atención durante la comida, afecta la experiencia general. La calidad de la comida, la rapidez en el servicio y la disponibilidad del personal para satisfacer las necesidades del cliente son esenciales en esta fase (**Sanchez F, 2021**).

Proceso de pago y despedida

La experiencia del cliente se cierra con el proceso de pago y despedida. La percepción final del servicio se ve afectada por una factura clara, un proceso de pago eficiente y una despedida cortés. Un despido positivo puede dejar una impresión duradera e influir en la disposición del cliente para regresar. El compromiso del restaurante con la satisfacción del cliente desde el principio hasta el final de su visita se refleja en la atención prestada durante este proceso (**Salvador M , 2020**).

Evaluación al cliente

La amabilidad, la cortesía y la eficacia del personal en la interacción con los comensales son aspectos importantes de la atención al cliente. La capacidad de responder a las necesidades y preguntas de los clientes de manera positiva y proactiva

tiene un impacto significativo en la percepción general de la calidad del servicio **(Bonilla J, 2018)**.

Eficiencia en el servicio

La eficiencia en el servicio se define como la rapidez y precisión con las que se realizan las actividades relacionadas con la atención al cliente. Desde el momento en que se hace el pedido hasta el momento en que se entrega la comida, la eficiencia juega un papel importante en la experiencia del cliente y su percepción de la calidad del servicio **(Castro J, 2018)**.

Satisfacción del cliente

En la industria de la restauración, la satisfacción del cliente es un factor crucial que se deriva de varios factores clave. Estos aspectos mejoran la experiencia general del cliente y su nivel de satisfacción **(Font M, 2018)**. Aquí hay una lista más detallada de las variables que afectan la satisfacción del cliente:

Calidad de los alimentos

La satisfacción del cliente está directamente influenciada por la calidad de los alimentos. Aspectos como la frescura, la presentación y el sabor de los platillos están incluidos. La percepción positiva de la calidad del servicio se beneficia de la consistencia en la entrega de alimentos de alta calidad **(Font M, 2018)**.

Ambiente y atmosfera

La experiencia general del cliente se ve afectada por el entorno y la atmósfera del establecimiento. Un lugar acogedor, una decoración adecuada y un ambiente agradable pueden mejorar significativamente la percepción de la calidad del servicio **(Lareau R, 2020)**.

Personalización y adaptabilidad

La importancia de personalizar la experiencia del cliente y adaptarla a sus preferencias individuales ha aumentado. Esta parte del asunto implica la capacidad del establecimiento para adaptarse a requisitos específicos, como restricciones dietéticas o solicitudes especiales (**Kazakos A, 2020**).

Comunicación efectiva

La comunicación efectiva es esencial para garantizar que el personal y los clientes tengan una comprensión clara. Esto incluye mantener la presentación del menú clara, la explicación de los platillos y el manejo de cualquier información relevante sobre la experiencia gastronómica (**Fernandez M, 2022**).

Gestión de problemas y retroalimentación

Una parte importante es la capacidad de resolver problemas de manera efectiva y recibir comentarios de los clientes. La percepción general de la calidad del servicio se mejora con una respuesta proactiva a situaciones problemáticas y una buena gestión de la retroalimentación (**Matos L, 2018**).

1.3. Objetivos

Objetivo general

Analizar la oferta culinaria y la calidad de servicio; caso de estudio: Parroquia Totoras.

Objetivos específicos

- Identificar la oferta culinaria presente en la Parroquia Totoras.
- Identificar los factores claves en la calidad de servicio en locales de restauración de la parroquia Totoras
- Presentar una alternativa de solución al problema presentado.

El primer objetivo específico se desarrolló conociendo a profundidad la oferta culinaria que ofrece la Parroquia Totoras mediante una visita detenida a los lugares de restauración, para proceder con la creación de fichas de los platillos existentes, adicionalmente, se realizaron encuestas a clientes de habituales de los lugares de restauración para conocer su deseo por probar platillos nuevos.

El segundo objetivo específico se llevó a cabo realizando una encuesta de 22 preguntas a 203 personas basa en el método SERVQUAL utilizando 5 dimensiones para evaluar la calidad de la restauración en la Parroquia Totoras, la encuesta se llevó a cabo utilizando una calificación del 1 al 7 siendo la calificación más baja totalmente en desacuerdo y la más alta como totalmente de acuerdo.

En el tercer objetivo se presentó una propuesta de solución a los problemas conocidos gracias a las encuestas realizadas anteriormente para cumplir los objetivos anteriores, se diseñó una revista digital “Los sabores de mi Tierra”, una herramienta útil para mostrar la abundancia de la comida de la parroquia y atraer a clientes potenciales.

CAPITULO II METODOLOGÍA

2.1. Materiales

Tabla 1 *Materiales*

INSTITUCIONALES	OBJETIVOS	COSTO USD
GAD Parroquial Totoras	Obtención de información relevante para la investigación.	-
Biblioteca	Obtención de información	-
HUMANOS	OBJETIVOS	COSTOS USD
Tutor asignado	Asesor para el Desarrollo de la investigación	-
Coordinador de la Carrera de turismo	Aprobación de la investigación	-
Dueños de los locales de restauración	Información y recopilación de datos	-
Responsable del área de turismo	Contribuye con información	-
TECNOLÓGICOS	OBJETIVOS	COSTOS USD
Internet Laptop Celular	Actualizar datos y redacción de la información	500
MATERIALES	OBJETIVOS	COSTOS USD
Esferos Impresiones CD	Material necesario para la realización de la recopilación de datos	50
LOGISTICA	OBJETIVOS	COSTOS USD
Transporte Alimentación	Necesarios para la recopilación de datos de la investigación	20
TOTAL		570

Nota: Tabla de los instrumentos ocupados en esta investigación, realizado por Eugenio D, 2023.

2.2 Métodos

Enfoque

La metodología utilizada fue principalmente cuantitativa y se centró en una comprensión profunda de la oferta culinaria y la calidad de servicio (**Cevallos G, 2022**). Se utilizaron encuestas y cuestionarios con preguntas abiertas para recopilar las percepciones y experiencias de los participantes. Además, se utilizaron técnicas cuantitativas para analizar los datos demográficos y las preferencias, lo que proporcionó una perspectiva más amplia. Además, la investigación utilizó herramientas tecnológicas como tablas de Microsoft Excel para sistematizar datos de manera eficiente y facilitar la presentación visual y el análisis estadístico.

Diseño

El estudio se basó en un diseño transversal no experimental que se centró en un momento en el tiempo específico sin manipular variables (**Gonzales M, 2019**). Esta elección de diseño permitió obtener un panorama instantáneo de la situación, capturando la diversidad de la oferta culinaria y los factores de calidad del servicio en la Parroquia Totoras.

Alcance

Alcance investigativo

El enfoque de este estudio fue principalmente descriptivo. La investigación de la (**Universidad de Guanajuato de 2021**), indica que este alcance permite describir detalladamente cómo se manifiestan los fenómenos; es decir, pretende especificar los rasgos, atributos y perfiles de individuos, grupos o cualquier otro tipo de fenómeno que ocurrirá y será sometido a análisis. Debido a que tuvo como objetivo brindar información específica sobre la oferta culinaria que tienen las personas cuando visitan la parroquia Totoras el presente estudio tuvo un alcance descriptivo.

Alcance territorial

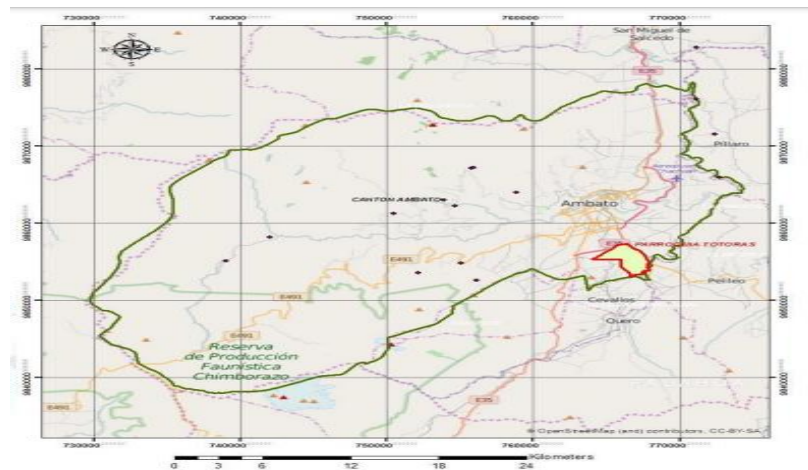
La investigación se llevó a cabo en la parroquia Totoras en el cantón Ambato y tuvo una duración de 30 días. Durante este tiempo, se determinó minuciosamente los temas de la oferta culinaria y la calidad de los servicios en la parroquia. Se utilizó un enfoque cuantitativo como método principal para comprender las percepciones y experiencias de la comunidad en relación con la alimentación y los servicios ofrecidos en la zona (Cunha S, 2018).

Tabla 2 Condiciones meteorológicas del cantón Ambato

UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Provincia	Tungurahua
Cantón	Ambato
Parroquia	Totoras
Altitud	2577 msnm
Temperatura mínima promedio/día	15.7 °C
Humedad relativa promedio/día	58-66 %
Precipitación acumulada/añual	1402mm/año

Nota: Detalles específicos de la parroquia Totoras cantón Ambato, realizado por Eugenio D, 2023.

Figura 4 Ubicación de la parroquia Totoras



Nota: Mapa geográfico sobre la ubicación de la parroquia Totoras en el cantón Ambato, tomado de (López J, 2020).

La investigación tuvo un alcance territorial específico, concentrándose en la Parroquia Totoras. Los casos de estudio se utilizaron para examinar en profundidad los establecimientos de comida en esta región, proporcionando información contextual y detallada sobre la diversidad culinaria y los aspectos de calidad de servicio.

Población y muestra

Población objetiva

Debido a que el público objetivo de la investigación fue cualquier persona que disfrutara de la comida tradicional de la Parroquia Totoras, no existió un registro preciso de las personas, por lo que se utilizó la fórmula para una población indiscriminada con la intención de obtener una muestra particular.

Selección de la muestra

El estudio actual fue de carácter probabilística. Este tipo de muestreo, según **(Otzen M, 2017)**, se distingue por el hecho de que todos los miembros de la población tendrán las mismas posibilidades de ser elegidos para la muestra. Esto habla de la idea de que la probabilidad de que cada sujeto de investigación sea elegido está separada de las probabilidades de los demás participantes de la población.

Se utilizó una técnica básica de muestreo aleatorio simple para seleccionar la muestra del estudio, y participaron 203 participantes que eran típicos del grupo demográfico objetivo de la parroquia de Totoras. Esta decisión metodológica garantizó la variada participación de clientes, propietarios y otros actores relevantes de los establecimientos de comida, ofreciendo una mirada integral sobre la oferta culinaria y el nivel de servicio de la región **(Ramirez E, 2019)**. Al sopesar cuidadosamente las preocupaciones prácticas frente al requisito de reunir una muestra considerable, la inclusión de 203 participantes aseguró la validez y la representatividad estadística de los hallazgos de la investigación.

Es así como se aplicará la siguiente fórmula para la extracción de la muestra.

$$n = \frac{Z_a^2 * p * q}{d^2}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza (1,96)

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada (0,05)

q= Probabilidad de fracaso (0,95)

d= Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (3%)

$$\frac{(1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.03)^2}$$

$$n = 203$$

Este estudio considera una muestra de 203 participantes, obtenida mediante el uso de una técnica básica de muestreo aleatorio. Esta técnica asegura que cada individuo en la colectividad tenga una probabilidad igual y conocida de ser elegido para participar en la exposición.

Técnicas

Observación

Dado que permite al investigador recopilar una gama más amplia de datos, la observación emerge como uno de los métodos fundamentales en el área de la investigación científica. Este método implica prestar mucha atención a los fenómenos en estudio con el fin de recopilar los datos necesarios para su posterior registro y análisis (**Díaz, 2011**). Este tipo de investigación crea una interacción estrecha y enfocada entre el investigador y el tema que se estudia; La principal fuente de información utilizada para sintetizar los hallazgos en fases posteriores del estudio

proviene de este contacto. Para descubrir y analizar las realidades y hechos sociales que emergen a lo largo del proceso de recopilación de información, la observación como enfoque de investigación requiere la participación de los sentidos.

En este estudio se utilizó el enfoque de observación, que implica la recopilación de datos a través de los sentidos para su posterior análisis e interpretación. Dado que el investigador no tuvo contacto directo con el ítem o variable de investigación, este enfoque se describió como indirecto (**Madera M, 2018**). Además, se organizó bien planificado y la información recopilada se documentó utilizando las herramientas designadas. Sólo un individuo utilizó este proceso y lo hizo solo. Dado que este enfoque se utilizó in situ y que la observación se centró en las mejores prácticas, se categorizó como de campo e intersubjetivo.

Instrumentos

Cuestionario

El estudio incluyó ideas básicas respaldadas por fuentes pertinentes, enfatizando cómo se formulan y miden las preguntas utilizando el modelo SERVQUAL. La estructura dimensional se tomó en consideración al diseñar el cuestionario, que se utilizó para investigar a fondo una serie de cuestiones relacionadas con el calibre de los servicios prestados en la parroquia de Totoras. La necesidad de evaluar cuidadosamente las expectativas y percepciones de la comunidad para obtener una imagen completa de la calidad del servicio apoyó el uso de estos enfoques (**Piñero E, 2020**).

La elección de estas metodologías no es aleatoria, se basa en la relevancia del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio en base a las 4 dimensiones, el cual es fundamental para comprender las expectativas y percepciones de los participantes. Del mismo modo, el uso de la calificación del 1 al 7 con 22 preguntas que facilitaron la cuantificación de las respuestas y ofrece un punto de vista cuantitativo útil (**Veloz S, 2020**).

La búsqueda de una comprensión particular de las experiencias y percepciones de los lugareños es lo que conecta la selección de esta muestra de la parroquia Totoras con la elección de estas herramientas. Al alinear las metodologías con las características y particularidades de la muestra, se buscó obtener resultados más precisos y contextualmente relevantes para contribuir significativamente al cuerpo de conocimiento en esta área.

Fichas

Las fichas utilizadas en este contexto fueron creadas por el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador y forman parte de su “Manual Metodológico para la Elaboración del Atlas del Patrimonio Alimentario”. Este manual, que sirvió como guía oficial, ofreció un marco metodológico consistente para la creación de archivos especializados con la intención de recopilar y registrar la historia culinaria. Con el fin de garantizar coherencia y uniformidad en el registro de las partidas relativas a bienes inmuebles, bienes muebles y patrimonio cultural inmaterial, estos archivos fueron desarrollados como instrumentos autorizados por el organismo gubernamental **(Bonilla J, 2018)**.



La recopilación de datos sobre los numerosos platos de la cocina tradicional de la parroquia Totoras, que forma parte del cantón Ambato, es una ilustración tangible de cómo se utilizaban estas tarjetas. Seguir las instrucciones del manual aseguró la precisión y minuciosidad en la recolección de datos, lo que apoyó las regulaciones establecidas por el Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador y ayudó a preservar y valorar el legado culinario de la región de manera metódica **(Abner A, 2020)**.

CAPITULO III
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis y discusión de los resultados.

Fichas

Tabla 3 Ficha del quimbolito



 Ministerio de Cultura y Patrimonio MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS									
Nombre del producto	Quimbolito								
Ancestralidad	Prehispánico								
	Criollo		X						
	Contemporáneo								
Época de consumo	Cotidiano		X						
	Festivo								
	Estacional								
Lugares de consumo	Ambato								
Descripción	Sopa		Plato fuerte		Postre	x	Cucayo	x	
	Bebida		Salsa		Conserva				
	Los quimbolitos constituyen un dulce típico de Ecuador. Se define como un bizcocho elaborado con harina de maíz, azúcar, grasa, huevos y condimentos. Se envuelven en hojas de achira y se cocinan mediante el método de vaporización.								
Ingredientes	Preparación								
Harina, mantequilla, polvo de hornear, azúcar, leche, pasas, hoja de achira, esencia de vainilla, huevos	Colocar en un recipiente harina, polvo de hornear, esencia de vainilla, leche, mantequilla y mezclar suavemente. Batir las claras hasta lograr punto de nieve, incorporar el azúcar. Combinar las yemas con las claras batidas y añadir a la mezcla anterior. Integrar las claras y yemas a la masa resultante, batiendo ligeramente. Rellenar las hojas de achira con la masa y asegurar un buen sellado. Cocinar al vapor durante 30 minutos y luego servir.								
Estado de conservación	Común	X							
	Raro								
	En peligro								

Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

El folleto brinda información sobre el "Quimbolito", producto culinario regulado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. Este dulce moderno, de origen criollo, se disfruta a diario y también durante las celebraciones en la ciudad de Ambato. El quimbolito es un postre exclusivo de la cocina ecuatoriana. Se elabora envolviendo meticulosamente una mezcla de harina de maíz, azúcar, manteca de cerdo, huevos y especias en hojas de achira y cociéndolas al vapor durante 30 minutos. El documento proporciona instrucciones de receta paso a paso y enumera todos los componentes necesarios, incluida la mantequilla, la harina, las pasas y la esencia de vainilla. Se clasifica como común debido a su énfasis en la conservación. Este artículo ofrece una interpretación integral del quimbolito, enfatizando su importancia en la historia culinaria ecuatoriana al tiempo que combina ingredientes tradicionales con técnicas culinarias modernas.

Tabla 4 Ficha del morocho



 Ministerio de Cultura y Patrimonio MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS																	
Nombre del producto	Morocho																
Ancestralidad	Prehispánico																
	Criollo		X														
	Contemporáneo																
Época de consumo	Cotidiano		X														
	Festivo																
	Estacional																
Lugares de consumo	Ambato																
Descripción	<table border="1"> <tr> <td>Sopa</td> <td></td> <td>Plato fuerte</td> <td></td> <td>Postre</td> <td>X</td> <td>Cucayo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bebida</td> <td>X</td> <td>Salsa</td> <td></td> <td>Conserva</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>La bebida de morocho representa una de las tradiciones ecuatorianas más arraigadas y comúnmente se encuentra en los puestos ambulantes de comida o en los mercados. Su consistencia se asemeja a la de un batido espeso, logrando esta textura gracias al uso de maíz blanco en su preparación.</p>	Sopa		Plato fuerte		Postre	X	Cucayo		Bebida	X	Salsa		Conserva			
Sopa		Plato fuerte		Postre	X	Cucayo											
Bebida	X	Salsa		Conserva													
Ingredientes	Preparación																
Maíz morocho partido o trillado, agua, leche, canela, azúcar, pasas.	Remojar el morocho en agua durante varias horas o incluso durante toda la noche para facilitar su posterior cocción. Colocar el morocho remojado en una olla con suficiente agua para cubrirlo. Cocinar a fuego medio hasta que el morocho alcance una textura tierna, lo cual puede llevar aproximadamente de 1 a 2 horas. En una olla aparte, elaborar un almíbar con panela o azúcar, agua y, si se prefiere, agregar canela en rama, clavos de olor o vainilla para aportar sabor. Después de cocinar el morocho, escurrir el exceso de agua y añadirlo al almíbar preparado. Cocinar a fuego lento para que el morocho absorba los sabores del dulce. Realizar una cocción adicional a fuego lento para lograr la consistencia deseada y permitir una adecuada mezcla de sabores.																
Estado de conservación	Común	X															
	Raro																
	En peligro																

Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

La ficha del producto "Morocho" del Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador enfatiza la cultura criolla profundamente arraigada del producto y cómo se utiliza tanto en el consumo habitual como en las celebraciones de Ambato. Esta bebida y postre icónico está ampliamente disponible en los mercados y quioscos callejeros ecuatorianos, lo que lo hace destacar. El maíz oscuro se prepara remojándolo en agua, calentándolo hasta que alcance una textura delicada y luego licuándolo con un almíbar que se compone de panela, azúcar, agua y especias opcionales como vainilla o canela. El resultado de esta técnica es una bebida que tiene una consistencia espesa similar a la de un batido. En el archivo también se destaca su estado de conservación común, junto con su importancia cultural y aporte al legado culinario del Ecuador.

Tabla 5 Ficha del caldo de 31



 Ministerio de Cultura y Patrimonio MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS																	
Nombre del producto	Caldo de 31																
Ancestralidad	Prehispánico																
	Criollo		X														
	Contemporáneo																
Época de consumo	Cotidiano		X														
	Festivo																
	Estacional																
Lugares de consumo	Ambato																
Descripción	<table border="1"> <tr> <td>Sopa</td> <td>X</td> <td>Plato fuerte</td> <td></td> <td>Postre</td> <td></td> <td>Cucayo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bebida</td> <td></td> <td>Salsa</td> <td></td> <td>Conserva</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Esta sopa es reconocida como "la de los 31" debido a que los trabajadores de las haciendas la consumían al final de cada mes, especialmente el 31 de diciembre, cuando los dueños sacrificaban el ganado y entregaban las vísceras a los empleados. Estos supieron aprovechar los ingredientes para crear una deliciosa sopa, lo que le valió el nombre que ahora es muy conocido en todo Ecuador.</p>	Sopa	X	Plato fuerte		Postre		Cucayo		Bebida		Salsa		Conserva			
Sopa	X	Plato fuerte		Postre		Cucayo											
Bebida		Salsa		Conserva													
Ingredientes	<p>Corazón de res, tripas de res, panza de res, ajo, cebolla blanca, cebolla, cilantro, perejil, mote, sal, pimienta, comino, leche.</p>	Preparación															
	<p>En primer lugar, es fundamental asegurarse de lavar minuciosamente todas las vísceras (corazón, tripas y panza) para eliminar cualquier impureza y prevenir posibles complicaciones de salud. Luego, se colocan las vísceras en una olla con 2 litros de agua, añadiendo sal, comino y pimienta al gusto, así como trozos de cebolla roja y blanca, junto con ajo. Se deja cocinar la mezcla durante aproximadamente 2 horas. Es importante revisar el nivel del agua para evitar que la preparación se queme. Una vez que las vísceras estén bien cocidas, se retiran y se cortan en porciones medianas, reservándolas para su posterior uso. A continuación, se cuele el caldo resultante y se verifica la cantidad de sal o el sabor del caldo.</p>																
Estado de conservación	Común	X															
	Raro																
	En peligro																

Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

Según documentos del Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador, el "Caldo de 31" es una comida que combina rasgos de la cocina moderna con la herencia criolla. Se come habitualmente y durante las celebraciones en Ambato. Esta sopa se distingue por su inteligente preparación a partir de entrañas de res proporcionadas por los propietarios tras el sacrificio del ganado. Su inusual nombre proviene de la costumbre de los trabajadores del rancho que lo comían al final de cada mes, particularmente el 31 de diciembre. Entre los ingredientes se encuentran corazón, tripa y panza de res; otros ingredientes incluyen leche, ajo, cebolla, cilantro, perejil y mote. Requiere una preparación cuidadosa; se lavan bien las tripas, se cuecen durante dos horas con una variedad de especias, se cortan en trozos y se cuele el caldo resultante. Este caldo se encuentra en un estado común de conservación, resaltando su importancia en la cultura culinaria de la nación y resaltando su sabor distintivo y su relación con el pasado cultural ecuatoriano.

Tabla 6 Ficha del chinchulín

 Ministerio de Cultura y Patrimonio MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS																	
Nombre del producto	Chinchulines																
Ancestralidad	Prehispánico																
	Criollo		X														
	Contemporáneo																
Época de consumo	Cotidiano		X														
	Festivo																
	Estacional																
Lugares de consumo	Ambato																
Descripción	<table border="1"> <tr> <td>Sopa</td> <td></td> <td>Plato fuerte</td> <td>X</td> <td>Postre</td> <td></td> <td>Cucayo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bebida</td> <td></td> <td>Salsa</td> <td></td> <td>Conserva</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Los chinchulines es una preparación típica de la cocina de la Sierra en Ecuador, que implica asar tripa de vaca sobre brasas. Para algunos, destaca por su singular valor nutricional. Suele acompañarse con mote o papas y maní.</p>	Sopa		Plato fuerte	X	Postre		Cucayo		Bebida		Salsa		Conserva			
Sopa		Plato fuerte	X	Postre		Cucayo											
Bebida		Salsa		Conserva													
Ingredientes	Preparación																
Tripa de res, ajo, limón, comino, achiote, papas, sal, maní, cebolla blanca, leche.	Lavar minuciosamente las tripas para evitar residuos indeseados. Colocarlas en un recipiente junto con el jugo de limón, ajo, comino, achiote y sal; mezclar bien y dejar reposar por aproximadamente 45 minutos. Prender la brasa o la parrilla previamente, cortar las tripas en trozos medianos y asarlas cuidadosamente por ambos lados durante unos 10 minutos, hasta que los jugos comiencen a surgir. Una vez que las tripas estén asadas, cortarlas en pequeños trozos y servir acompañadas de papas y salsa de maní.																
Estado de conservación	<table border="1"> <tr> <td>Común</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Raro</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En peligro</td> <td></td> </tr> </table>	Común	X	Raro		En peligro											
Común	X																
Raro																	
En peligro																	

Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

El Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador afirma que los chinchulines, de estirpe criolla y que se consumen tanto en la vida cotidiana como en las celebraciones en Ambato, son una preparación culinaria excepcional en la gastronomía de la Sierra ecuatoriana. La característica principal de este plato, asar intestinos de vaca sobre brasas, se distingue tanto por su origen cultural como por su especial valor nutricional. Después de limpiar cuidadosamente los intestinos, se marinan durante 45 minutos con ajo, limón, comino, achiote y sal. Finalmente se asan cuidadosamente. Los chinchulines son una tradicional y sabrosa experiencia gourmet que se sirven en trocitos con papas y salsa de maní. Dado su estado de conservación común, es evidente lo esencial que es para los orígenes y variedad de la cocina ecuatoriana.

Tabla 7 Ficha de ubre con papas

 Ministerio de Cultura y Patrimonio																
MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS																
Nombre del producto	Ubres con papas															
Ancestralidad	Prehispánico															
	Criollo <input checked="" type="checkbox"/>															
	Contemporáneo <input type="checkbox"/>															
Época de consumo	Cotidiano <input checked="" type="checkbox"/>															
	Festivo <input type="checkbox"/>															
	Estacional <input type="checkbox"/>															
Lugares de consumo	Ambato															
Descripción	<table border="1"> <tr> <td>Sopa</td> <td></td> <td>Plato fuerte</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Postre</td> <td></td> <td>Cucayo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bebida</td> <td></td> <td>Salsa</td> <td></td> <td></td> <td>Conserva</td> <td></td> </tr> </table>	Sopa		Plato fuerte	<input checked="" type="checkbox"/>	Postre		Cucayo		Bebida		Salsa			Conserva	
	Sopa		Plato fuerte	<input checked="" type="checkbox"/>	Postre		Cucayo									
	Bebida		Salsa			Conserva										
<p>La ubre con papas es uno de los platos más solicitados del sector, debido a que se mezcla la suave ubre con la papa y el maní. Una opción diferente para quienes opten por nuevos sabores.</p>																
Ingredientes	Preparación															
Ubre de vaca, papas, maní, pimienta roja, comino, aceite, sal, pimienta, orégano.	Cocine la ubre a fuego lento durante aproximadamente 2 horas hasta que esté completamente cocida, luego córtela en tiritas. En un recipiente, combine pimienta roja, sal, pimienta, comino y orégano al gusto. Remoje la ubre en esta mezcla y luego asela en la parrilla con aceite. Sirva con papas y salsa de maní.															
Estado de conservación	Común <input checked="" type="checkbox"/>															
	Raro <input type="checkbox"/>															
	En peligro <input type="checkbox"/>															




Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

La ubre con papa es un plato que representa la ascendencia prehispánica del Ecuador en la ficha de productos elaborados del Ministerio de Cultura y Patrimonio. Los ingredientes incluyen ubre de vaca, patatas, maní, pimiento rojo, comino, aceite, sal, pimienta y orégano. Este platillo se caracteriza por consumirse todos los días y por ser muy querido en Ambato. La ubre se debe marinar en una mezcla de pimiento rojo, sal, pimienta, comino y orégano durante unas dos horas mientras se cocina a fuego lento antes de asarla en aceite. servido con salsa de maní y papas. La descripción ofrece una opción culinaria alternativa al resaltar la fusión de sabores suaves de ubre, papa y maní. Su condición de uno de los platos más populares de la zona se ve reforzada por el hecho de que el estado de conservación es común.

Tabla 8 Ficha del librillo con papas

 Ministerio de Cultura y Patrimonio MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS							
Nombre del producto	Librillo con papas						
Ancestralidad	Prehispánico						
	Criollo		X				
	Contemporáneo						
Época de consumo	Cotidiano		X				
	Festivo						
	Estacional						
Lugares de consumo	Ambato						
Descripción	Sopa		Plato fuerte	X	Postre		Cucayo
	Bebida		Salsa			Conserva	
	El librillo es altamente solicitado en la región de la sierra ecuatoriana y está disponible a precios asequibles en los mercados locales. Se compone principal del librillo (parte del estómago de vaca) acompañada de salsa de maní con papas, arroz y aguacate.						
Ingredientes	Preparación						
Librillo, papas, leche, maní tostado, cebolla blanca, achiote, perejil, ajo, cilantro, sal, pimienta, comino, aguacate, arroz.	Cocinar el librillo en una olla a presión con dos ramas de cebolla blanca, perejil y ajo hasta que esté tierno. Extraer el librillo del caldo y cortarlo en trozos pequeños. Preparar la salsa de maní en una olla combinando aceite de color, cebolla, cilantro y ají. Condimentar con sal, comino y pimienta. Hacer un sofrito con la salsa de maní, el librillo picado y la leche. Cocinar a fuego lento durante 20 minutos, removiendo ocasionalmente. Pelar y cocinar las papas enteras en agua hirviendo con sal. Colocar las papas escurridas en un plato hondo y rellenar con una generosa porción del librillo.						
Estado de conservación	Común		X				
	Raro						
	En peligro						





Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

El "Librillo con Papas", según el expediente del Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador, se erige como un plato fuerte, arraigado en la tradición criolla y consumido tanto a diario como festivamente en Ambato. Este manjar, muy buscado en la sierra ecuatoriana y accesible en los mercados locales, tiene como ingrediente principal el librito, parte del estómago de la vaca. La preparación detallada incluye cocinar el librito en una olla a presión, cortarlo en pedazos y luego incorporarlo a una salsa de leche de maní. Este salteado se cocina a fuego lento para realzar los sabores. Las patatas, cocidas y dispuestas en un plato hondo, sirven de lecho para recibir una generosa ración del librito preparado. Complementado con arroz y aguacate, este platillo no solo destaca por su sabor único sino también por su estado de conservación común, subrayando su durabilidad y relevancia en la rica tradición culinaria ecuatoriana.

Tabla 9 Ficha de la humita

 Ministerio de Cultura y Patrimonio MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR. FICHA DE PRODUCTOS ELABORADOS																	
Nombre del producto	Humitas																
Ancestralidad	Prehispánico <input checked="" type="checkbox"/>																
	Criollo <input type="checkbox"/>																
	Contemporáneo <input type="checkbox"/>																
Época de consumo	Cotidiano <input checked="" type="checkbox"/>																
	Festivo <input type="checkbox"/>																
	Estacional <input type="checkbox"/>																
Lugares de consumo	Ambato																
Descripción	<table border="1"> <tr> <td>Sopa</td> <td></td> <td>Plato fuerte</td> <td>X</td> <td>Postre</td> <td></td> <td>Cucayo</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Bebida</td> <td></td> <td>Salsa</td> <td></td> <td></td> <td>Conserva</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Sopa		Plato fuerte	X	Postre		Cucayo	X	Bebida		Salsa			Conserva		
	Sopa		Plato fuerte	X	Postre		Cucayo	X									
Bebida		Salsa			Conserva												
Es una receta que tiene al choclo como componente principal. Las humitas pueden ser tanto dulces como saladas y se elaboran utilizando choclo tierno, que se desgrana y muele. Posteriormente, a la mezcla se le añade queso, especias y azúcar. Finalmente, se coloca en hojas del mismo maíz y se cocina mediante el método de vapor.																	
Ingredientes	Preparación																
Choclo tierno, cebolla blanca, mantequilla, huevo, polvo de hornear, azúcar, sal, queso, hojas de choclo.	<ul style="list-style-type: none"> • Desgranar y procesar el choclo o maíz tierno hasta obtener una masa. • En la masa de choclo, incorporar queso rallado, especias al gusto y azúcar. Las proporciones de estos ingredientes son ajustables según las preferencias individuales. • Distribuir una porción de la mezcla sobre hojas de maíz, que han sido previamente lavadas y secadas. Doblar las hojas para formar paquetes, asegurándose de un cierre adecuado. • Colocar los paquetitos de humitas en una olla para cocinar al vapor. Cocinar a fuego medio durante un tiempo suficiente para que la masa se cocine y alcance una consistencia adecuada, generalmente entre 40 y 50 minutos. • Después de la cocción, retirar las humitas de la olla y permitir que se enfríen antes de servir. 																
Estado de conservación	Común	X															
	Raro																
	En peligro																

Nota: Ficha de elaboración de productos elaborada por Eugenio D, 2023.

Análisis

El Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador afirma que Las Humitas son una joya gastronómica de raíces prehispánicas que se disfruta tanto de forma habitual como durante las celebraciones de Ambato. Se trata de una receta muy flexible que se puede servir salada o dulce, lo que resalta su dualidad. Desgranar y procesar el delicado maíz es el primer paso en el proceso de fabricación. Luego se le añade queso, especias y azúcar, y la mezcla se envuelve en las mismas hojas de maíz para cocinarla al vapor. El laborioso procedimiento da como resultado paquetes fragantes que, al cabo de 40 a 50 minutos de cocción, se transforman en humitas preparadas para el consumo. Esta delicia, ampliamente accesible y apreciada en el altiplano ecuatoriano, muestra el rico legado culinario de la nación al combinar ingredientes locales con métodos modernos y enfatizar su estado de conservación compartido, lo que demuestra su posición duradera en las costumbres culinarias.

Encuestas Modelo SERVQUAL

Análisis de fiabilidad

Tabla 10: *Análisis de fiabilidad de Cronbach*

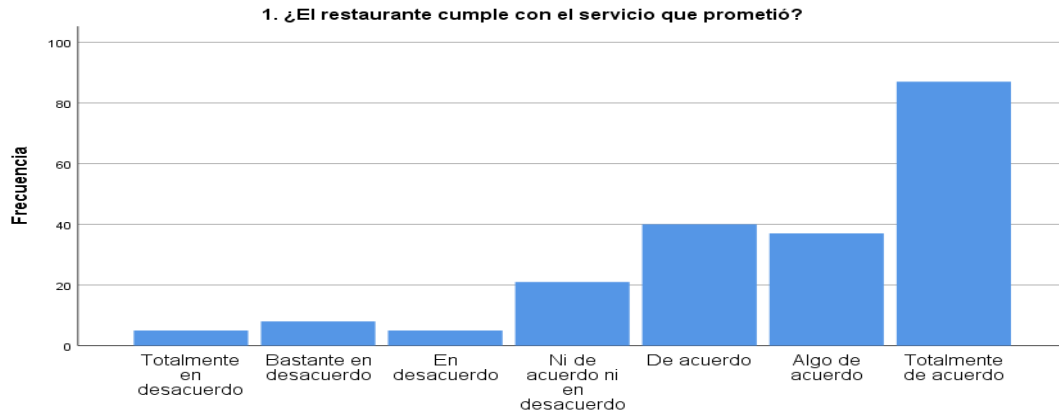
Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.967	.967	22

Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

La tabla de resultados reveló una notable consistencia interna en la calificación del 1 al 7 empleada en la encuesta, según el análisis de fiabilidad de Cronbach. Con un destacado coeficiente alfa de Cronbach de 0.967, se confirmó una coherencia excepcional entre los 22 elementos evaluados. Esta alta correlación indicó que las respuestas de los participantes eran uniformes y reflejaban de manera consistente la medida real de la variable en cuestión.

Pregunta 1 ¿El restaurante cumple con el servicio que prometió?

Figura 5 ¿El restaurante cumple con el servicio que prometió?



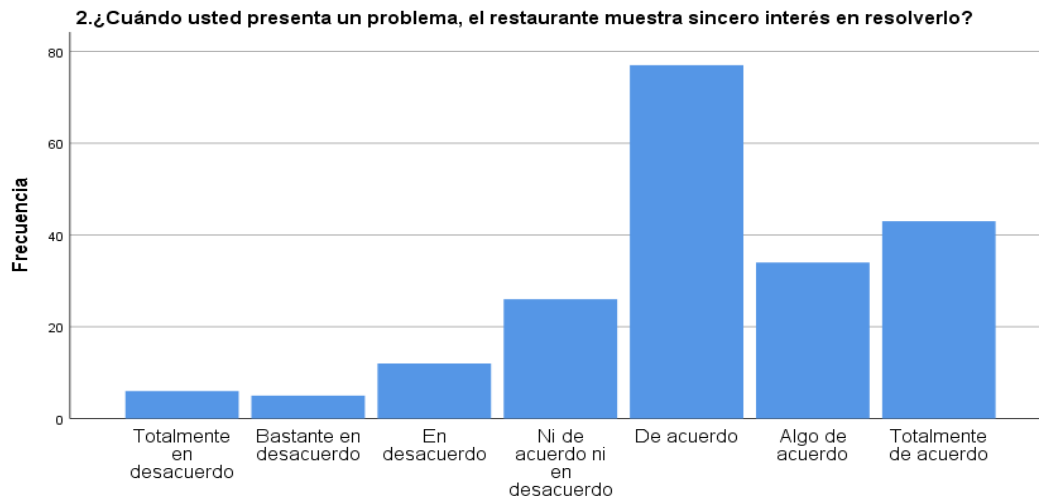
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Los datos indican que los encuestados generalmente tienen una buena opinión del restaurante en lo que respecta a brindar el nivel de servicio prometido. Mientras que el 19,7% de los encuestados dijo estar "de acuerdo" y el 42,9% dijo estar "totalmente de acuerdo", la mayoría de los encuestados están muy satisfechos de que el servicio cumplió con sus expectativas. La baja cantidad de comentarios negativos (2,5%) indica que la mayoría de la gente está de acuerdo. Esta tendencia ascendente puede ser una señal de que la empresa está gestionando con éxito las expectativas de los clientes y ofreciendo sus ofertas. En el debate se destaca la importancia de estos resultados para la reputación de los restaurantes y la lealtad de los clientes. Incluso si los hallazgos son alentadores, una investigación más exhaustiva podría proporcionar más luz sobre los elementos precisos que respaldan la opinión favorable, así como sobre posibles mejoras que podrían mejorar la experiencia general del cliente.

Pregunta 2 ¿Cuándo usted presenta un problema, el restaurante muestra sincero interés en resolverlo?

Figura 6 ¿Cuándo usted presenta un problema, el restaurante muestra sincero interés en resolverlo?



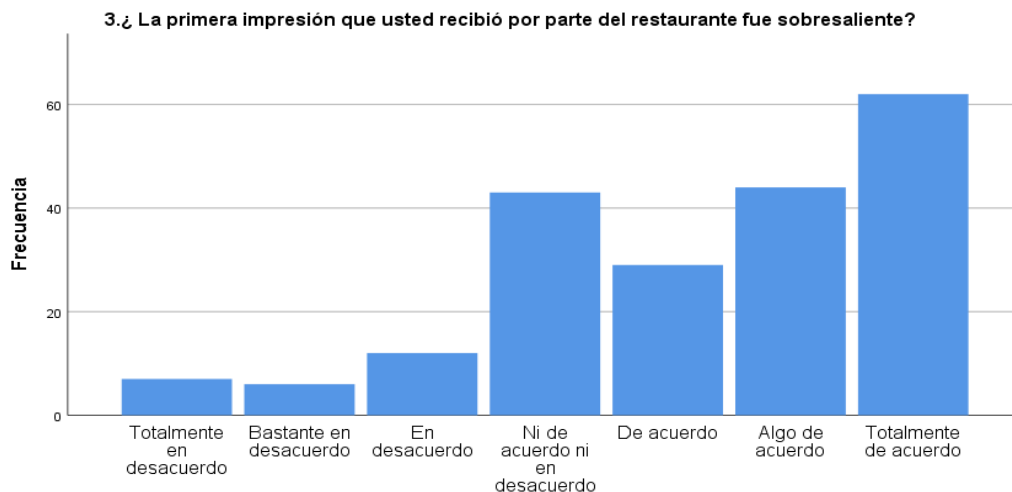
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados valoraron positivamente la verdadera voluntad del restaurante de encontrar soluciones, como lo demuestra la evaluación de la pregunta. El 21,2% de los encuestados dijo estar "totalmente de acuerdo", mientras que el 37,9% dijo estar "de acuerdo". Esto implica que el restaurante generalmente está abierto a discutir y resolver los problemas planteados por los clientes. Sin embargo, en comparación con la pregunta anterior, hay menos acuerdo: el 3,0% dice estar "totalmente en desacuerdo". El 12,8% de las respuestas que afirman "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" sugieren que las percepciones de los encuestados sobre la capacidad del restaurante para resolver problemas no están del todo claras. Esta variación podría indicar lugares donde es necesario fortalecer el manejo de problemas y la comunicación para brindar a los clientes una experiencia más confiable y satisfactoria. Examinar las experiencias individuales de los encuestados en circunstancias difíciles puede proporcionar información valiosa para fortalecer estos puntos y mejorar las opiniones de los clientes sobre el restaurante en su conjunto.

Pregunta 3 ¿La primera impresión que usted recibió por parte del restaurante fue sobresaliente?

Figura 7 ¿La primera impresión que usted recibió por parte del restaurante fue sobresaliente?



Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que un sustancial 30,5% de los encuestados entran en la categoría "Totalmente de acuerdo" cuando se les preguntó si tuvieron una primera impresión excepcional del restaurante. Esto indica que tuvieron una primera impresión muy favorable. Además, el 21,7% de los encuestados dijo estar "algo de acuerdo", lo que indica que una fracción considerable también tuvo una impresión inicial positiva. Aun así, parece haber cierta incertidumbre o variedad en la primera valoración, como demuestra la destacada presencia del 21,2% en el grupo "Ni de acuerdo ni en desacuerdo". Esta ambigüedad puede significar que, aunque la primera impresión fue excelente para algunos, fue menos obvia (pero igualmente positiva) para otros. La conversación enfatiza lo crucial que es investigar las causas subyacentes de estas impresiones para identificar ciertas áreas donde el restaurante puede mejorar la calidad de su primera impresión.

Pregunta 4 ¿El servicio fue proporcionado en el tiempo establecido?

Figura 8 ¿El servicio fue proporcionado en el tiempo establecido?



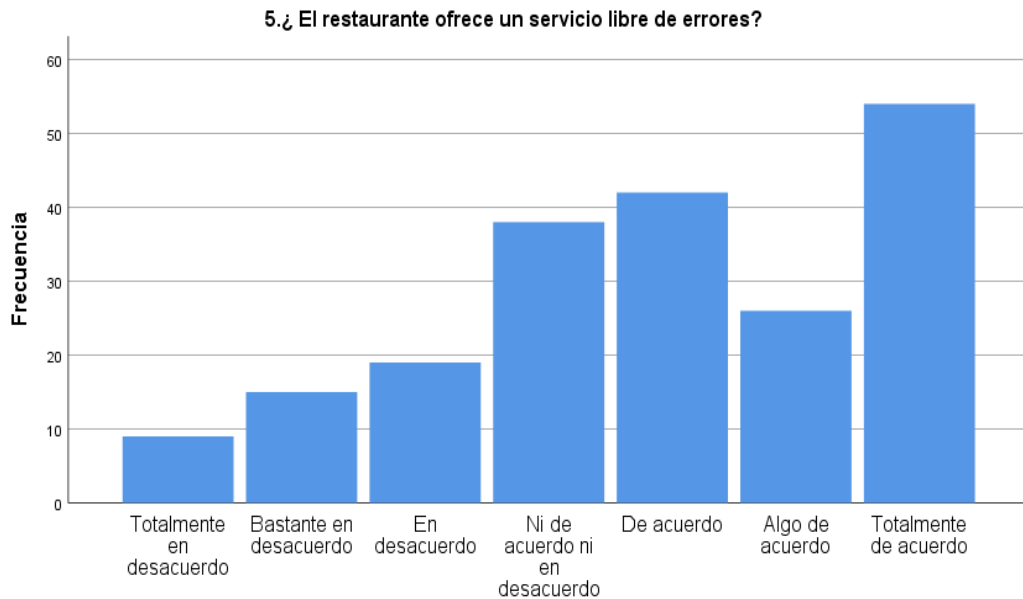
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Un sustancial 22,7% de los encuestados declara que el servicio cumple plenamente con el horario definido, mientras que un 29,6% está de acuerdo, según la valoración de si el servicio fue prestado dentro del tiempo asignado. Estos hallazgos muestran un alto nivel de satisfacción con la puntualidad del servicio. No obstante, el 18,6% de los encuestados que indicaron cierto desacuerdo indica que puede haber margen de mejora en términos de prestación de servicios oportuna y consistente. La felicidad del cliente depende de una gestión eficaz del tiempo y resolver estos conflictos puede mejorar la impresión del servicio en su conjunto. Investigar las causas de las disputas sería beneficioso para un desarrollo más enfocado, ya que ayudaría a identificar los elementos precisos que conducen a experiencias insatisfechas y, por lo tanto, resaltar áreas donde se puede maximizar la eficiencia en la prestación de servicios.

Pregunta 5 ¿El restaurante ofrece un servicio libre de errores?

Figura 9 ¿El restaurante ofrece un servicio libre de errores?



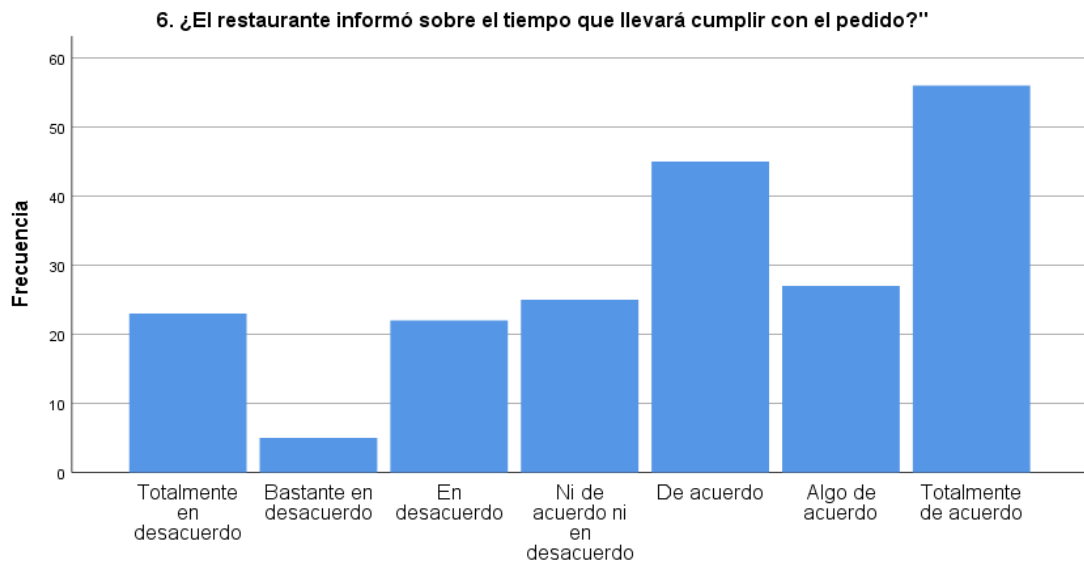
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Un importante 26,6% de los encuestados "muy de acuerdo" cuando se les preguntó si el restaurante ofrece un servicio libre de errores, lo que sugiere que están muy satisfechos de que no haya fallos en el servicio. Además, el 20,7% de los encuestados "está de acuerdo", lo que indica que un porcentaje adicional piensa que el servicio normalmente no presenta errores. El 21,2%, por otro lado, estuvo en cierto modo en desacuerdo, destacando áreas potenciales en las que el restaurante puede mejorar la coherencia y el control de errores. Este resultado enfatiza lo crítico que es abordar y mejorar la consistencia en la prestación de servicios sin errores para reforzar las opiniones favorables de los clientes sobre la confiabilidad y la calidad del servicio del restaurante. Investigar las causas de los conflictos puede proporcionar información valiosa sobre ciertas áreas que necesitan desarrollo, lo que permitirá al restaurante implementar planes para brindar un nivel de servicio más confiable y sin errores.

Pregunta 6 ¿El restaurante informó sobre el tiempo que llevará cumplir con el pedido?

Figura 10 ¿El restaurante informó sobre el tiempo que llevará cumplir con el pedido?



Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Un análisis de la divulgación por parte del restaurante sobre el tiempo de cumplimiento de los pedidos encuentra que un considerable 27,6% de los encuestados "muy de acuerdo" con la afirmación, lo que demuestra un alto grado de satisfacción con la comunicación de los tiempos de cumplimiento. Además, un 22,2% "De acuerdo" indica que otro porcentaje cree que la información del restaurante es precisa a este respecto. Sin embargo, el 25,4% estuvo en cierto modo en desacuerdo, destacando la necesidad de aumentar la apertura en la comunicación durante el tiempo de espera. Los desacuerdos demuestran lo importante que es manejar este tema en particular para reforzar la reputación favorable del restaurante, ya que una información clara sobre los tiempos de cumplimiento de los pedidos tiene un impacto sustancial en la felicidad de los clientes. Examinar las causas de los conflictos puede proporcionar información valiosa que se puede utilizar para modificar tácticas y mejorar la apertura y la comunicación sobre los cronogramas de cumplimiento de pedidos.

Pregunta 7 ¿Los trabajadores del restaurante fueron rápidos en el cumplimiento del servicio?

Figura 11 ¿Los trabajadores del restaurante fueron rápidos en el cumplimiento del servicio?



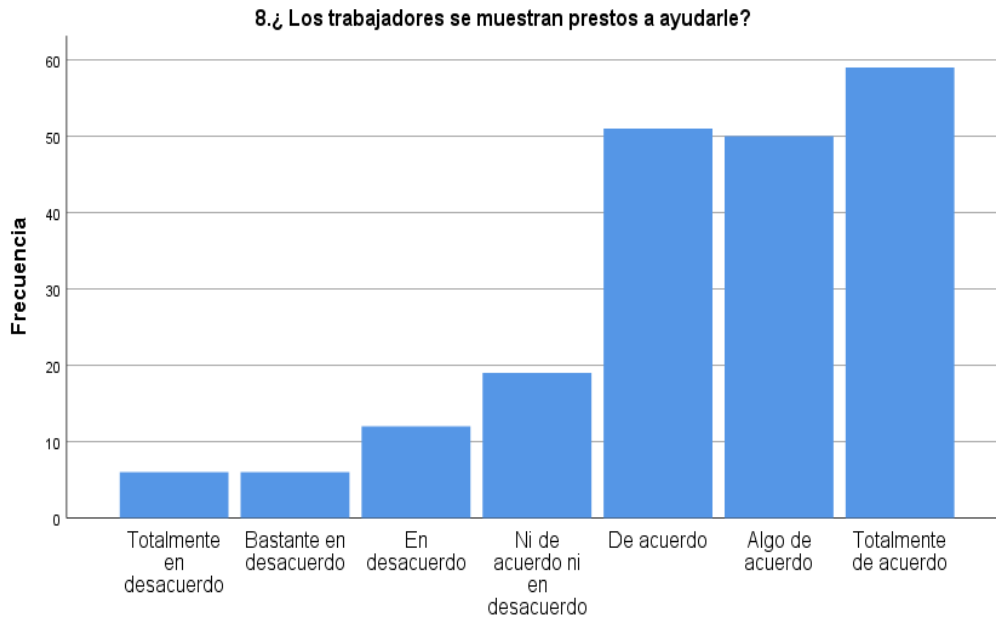
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Existen diferencias en las percepciones de los encuestados cuando se trata de evaluar la rapidez con la que los empleados del restaurante prestaron el servicio. El 46,3% de los encuestados está de acuerdo o algo de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere que una mayoría considerable tiene una opinión sobre la rapidez con la que se presta el servicio. Por otro lado, el 15,3% de los encuestados estuvo en cierto modo en desacuerdo, lo que indica una variedad de opiniones sobre la productividad de los empleados. A pesar de que el 21,7% de los encuestados está "muy de acuerdo", es importante abordar las respuestas discordantes para comprender las causas de las impresiones desfavorables y mejorar la eficacia operativa. Una investigación exhaustiva de estos encuentros puede proporcionar información valiosa sobre ciertas áreas que pueden necesitar mejoras, ayudando a optimizar la velocidad del servicio y, por lo tanto, mejorando la satisfacción del cliente.

Pregunta 8 ¿Los trabajadores se muestran prestos a ayudarle?

Figura 12 ¿Los trabajadores se muestran prestos a ayudarle?



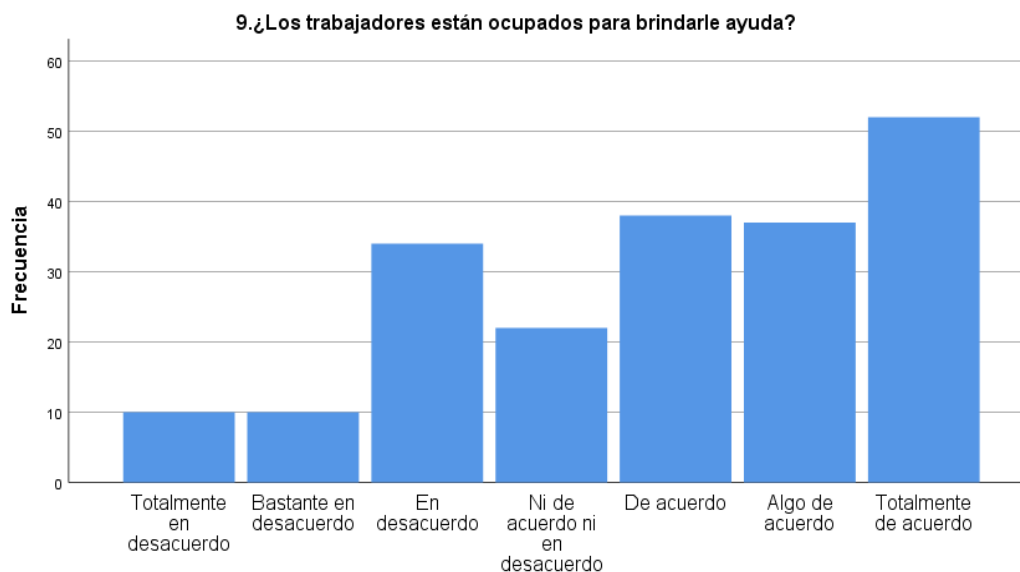
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La evaluación de la disposición de los empleados a ayudar indica una opinión generalmente buena, como lo demuestra la gran mayoría de los encuestados (58,2%), que expresaron su acuerdo o cierto grado de acuerdo con la afirmación. El hecho de que el 29,1% de los encuestados esté "muy de acuerdo" es muy notable, ya que indica que una parte considerable de la población siente que los empleados están muy dispuestos a ayudarles. Aunque el 18,3% de los encuestados estuvo en algún grado en desacuerdo, es importante investigar las razones detrás de estas respuestas para identificar ciertas circunstancias en las que se podría mejorar la asistencia y disposición del personal. El descubrimiento antes mencionado subraya la importancia de preservar y fortalecer el comportamiento cooperativo de los empleados, dado que la disposición a ayudar es un requisito previo para un trato favorable con el cliente y puede tener un impacto sustancial en la evaluación general de la prestación de servicios del restaurante.

Pregunta 9 ¿Los trabajadores están ocupados para brindarle ayuda?

Figura 13 ¿Los trabajadores están ocupados para brindarle ayuda?



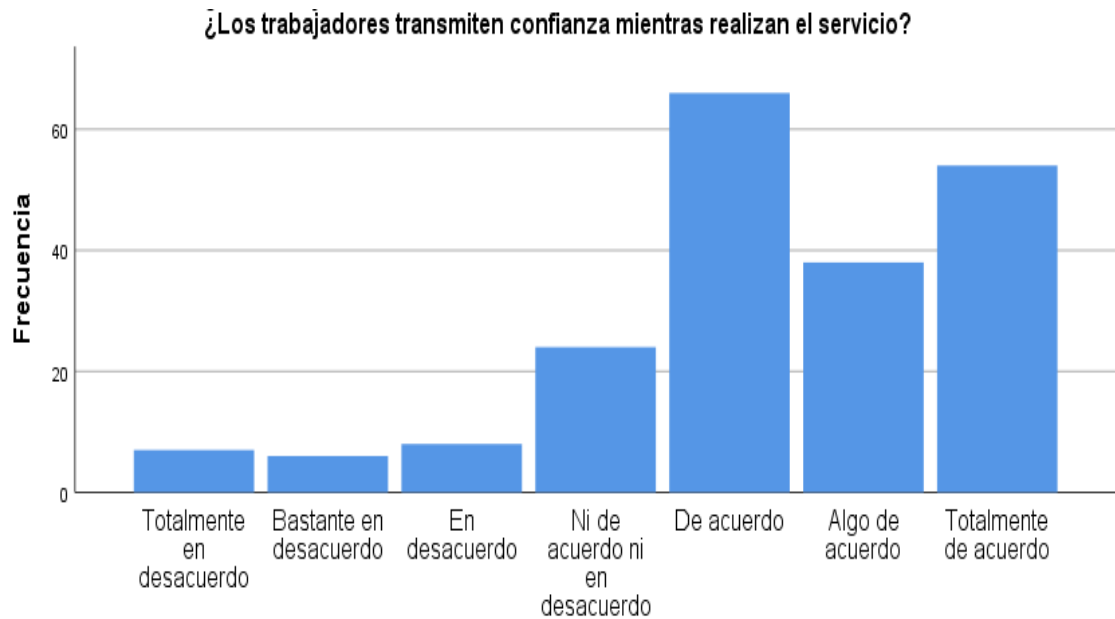
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Una impresión igual de la actividad de los trabajadores para brindar asistencia se muestra al examinar el acuerdo o desacuerdo de los encuestados con la afirmación: el 44,1% indicó estar de acuerdo o algún grado de acuerdo, y el 26,8% indicó "totalmente de acuerdo". Este último grupo es un número considerable de quienes creen que los empleados están preocupados por ayudar a los demás. Sin embargo, el hecho de que el 32,4% no esté de acuerdo muestra cuán diferentes pueden ser las percepciones de las personas sobre las ocupaciones del personal. Para manejar con éxito cualquier problema operativo que pueda afectar la disponibilidad del personal y el deseo de ayudar, es esencial identificar las condiciones exactas que dan lugar a esta visión. Una investigación exhaustiva de estos encuentros puede proporcionar información valiosa sobre ciertos dominios que pueden beneficiarse de la eficiencia del personal y las iniciativas de accesibilidad diseñadas para maximizar la experiencia del cliente.

Pregunta 10 ¿Los trabajadores transmiten confianza mientras realizan el servicio?

Figura 14 ¿Los trabajadores transmiten confianza mientras realizan el servicio?



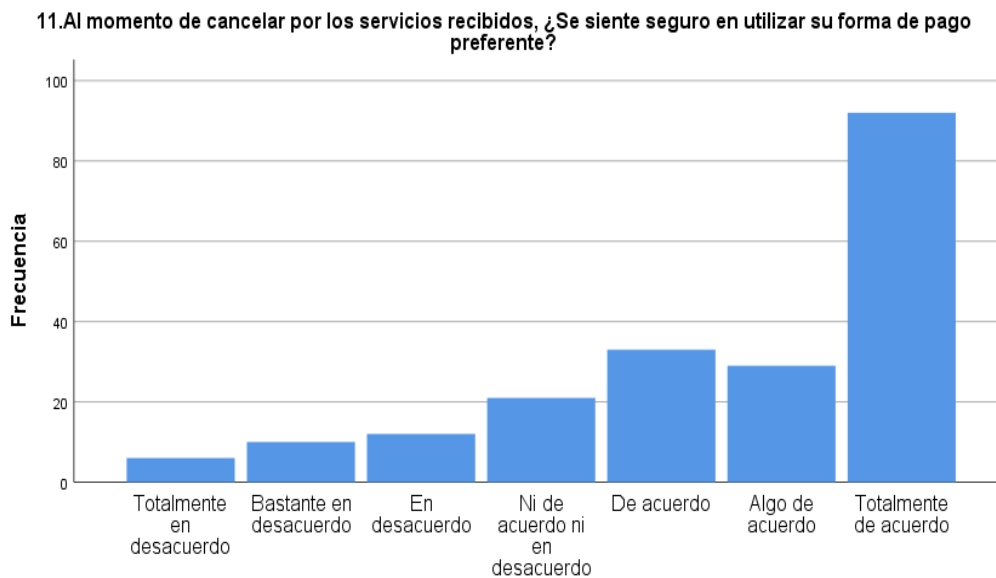
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Un sustancial 59,1% de los encuestados está de acuerdo o algo de acuerdo con la afirmación sobre si los trabajadores transfieren confianza al realizar el servicio, lo que indica que los encuestados en general tienen una buena opinión sobre este tema. La notable puntuación del 26,6% de los encuestados "Totalmente de acuerdo" indica que un sector considerable de la población considera muy buena la transferencia de confianza del personal durante el servicio. Aunque el 19,7% de los encuestados indicó algún grado de desacuerdo o neutralidad, investigar las causas de estas respuestas puede arrojar datos esclarecedores sobre áreas particulares que se beneficiarían de tácticas para reforzar aún más la confianza que transmiten los empleados, haciendo que la experiencia general de los clientes sea más satisfactoria.

Pregunta 11 Al momento de cancelar por los servicios recibidos, ¿Se siente seguro en utilizar su forma de pago preferente?

Figura 15 Al momento de cancelar por los servicios recibidos, ¿Se siente seguro en utilizar su forma de pago preferente?



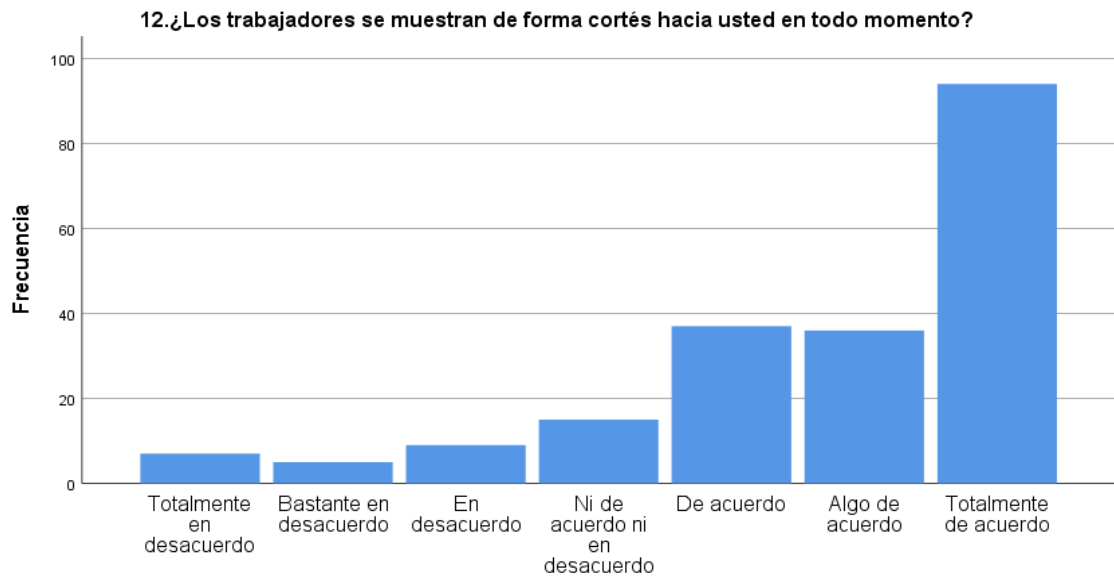
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La valoración de la seguridad en el pago de los servicios prestados mediante el método de pago elegido indica una opinión mayoritariamente favorable entre los encuestados. Respecto a la afirmación, un significativo 59,6% expresa acuerdo o algún grado de acuerdo, siendo un 45,3% que indica estar “totalmente de acuerdo”. Una fuerte satisfacción y fidelidad del cliente depende en gran medida del método de pago del restaurante, como se muestra en este gráfico. Si bien el 10,8% de los encuestados indicó desacuerdo o neutralidad, profundizar en los factores que llevaron a estas respuestas puede proporcionar información importante sobre ciertas áreas que podrían mejorarse para aumentar la seguridad percibida de los métodos de pago. Este resultado enfatiza lo crucial que es preservar y mejorar las percepciones de seguridad de los clientes durante las transacciones financieras para brindar una experiencia satisfactoria y sin preocupaciones.

Pregunta 12 ¿Los trabajadores se muestran de forma cortés hacia usted en todo momento?

Figura 16 ¿Los trabajadores se muestran de forma cortés hacia usted en todo momento?



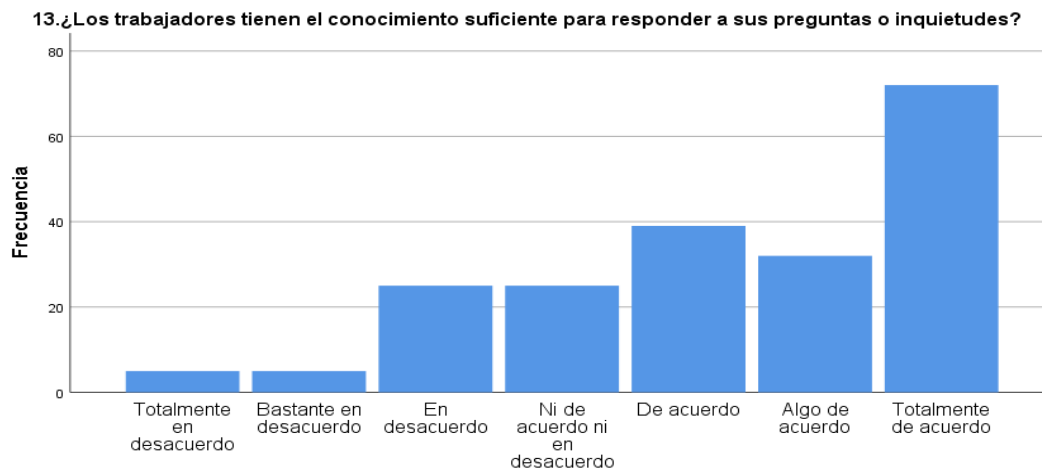
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La evaluación de los encuestados sobre si los empleados siempre tratan a los clientes con cortesía indica una opinión muy favorable. Sorprendentemente, el 63,9% de los encuestados está de acuerdo o algo de acuerdo con la afirmación, y el 46,3% de los encuestados está "muy de acuerdo", lo que indica una creencia significativa en el civismo de los miembros del personal. Esta estadística enfatiza cuán crucial es el civismo en las interacciones entre clientes y empleados, ya que contribuye en gran medida a crear una experiencia satisfactoria para el cliente. Si bien el 14,3% de los encuestados indicó desacuerdo o neutralidad, profundizar en los motivos de estas respuestas puede arrojar información valiosa sobre áreas particulares que se beneficiarían de una capacitación adicional de cortesía del personal, mejorando en última instancia la atmósfera acogedora y positiva del restaurante.

Pregunta 13 ¿Los trabajadores tienen el conocimiento suficiente para responder a sus preguntas o inquietudes?

Figura 17 ¿Los trabajadores tienen el conocimiento suficiente para responder a sus preguntas o inquietudes?



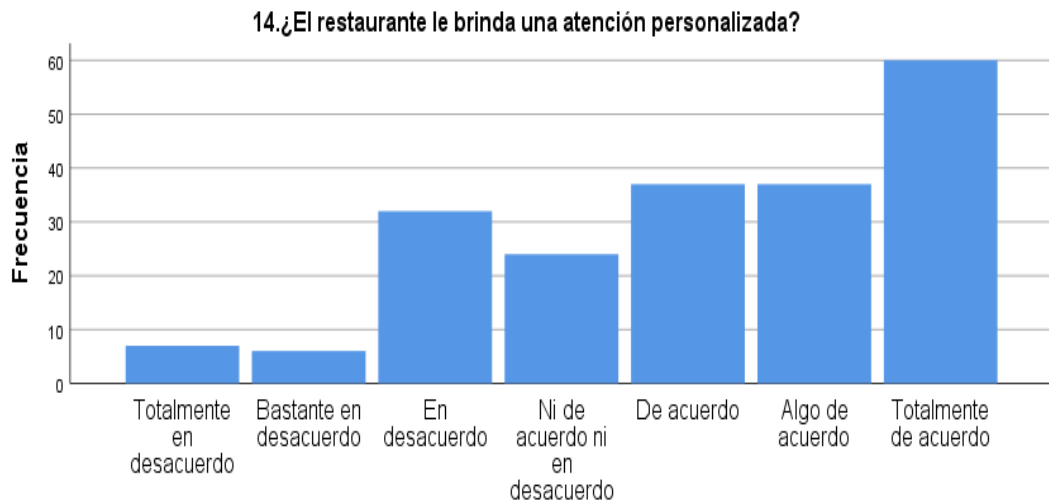
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La valoración de si los empleados poseen los conocimientos necesarios para abordar consultas o cuestiones indica una opinión generalmente favorable entre los encuestados. Un sustancial 55% de los encuestados está de acuerdo o algo de acuerdo con la afirmación, incluido un impresionante 35,5% "Totalmente de acuerdo", lo que demuestra una confianza significativa en la comprensión del personal. Este resultado enfatiza la calidad del servicio al cliente, ya que se necesitan miembros del personal competentes para abordar las consultas y problemas de los clientes de manera eficiente. Incluso si el 15% de los encuestados dijeron que eran neutrales o no estaban de acuerdo, investigar las razones detrás de estas respuestas puede proporcionar información reveladora sobre ciertas áreas que pueden beneficiarse de una mejor comunicación interna o capacitación, asegurando que los empleados tengan el mejor conocimiento posible y un servicio al cliente aún mejor. eficiente. Este estudio enfatiza lo crucial que es mantener y mejorar el conocimiento de los empleados para mantener la felicidad y la confianza del cliente.

Pregunta 14 ¿El restaurante le brinda una atención personalizada?

Figura 18 ¿El restaurante le brinda una atención personalizada?



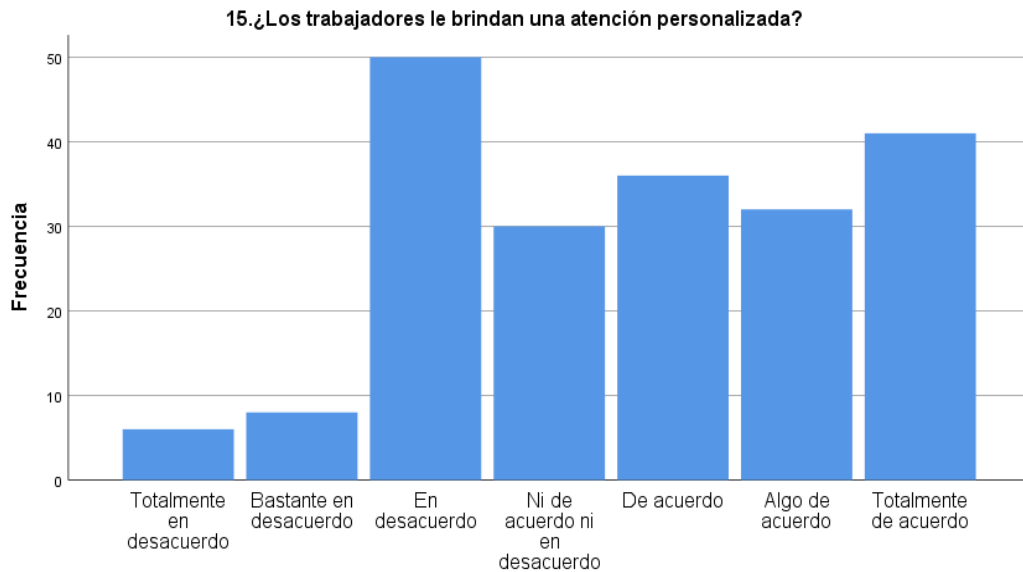
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La valoración de la capacidad del restaurante para ofrecer una atención individualizada revela diversas opiniones entre los encuestados. Aunque un considerable 48% de los encuestados está de acuerdo o está de acuerdo hasta cierto punto con la afirmación, con un notable 29,6% "muy de acuerdo", un número considerable no está de acuerdo o se muestra indiferente. La variedad de respuestas apunta a la necesidad de investigar a fondo las demandas únicas de atención individualizada de cada cliente. Encontrar las características precisas que los clientes en esta situación aprecian más puede ayudar a dar forma a tácticas para mejorar la personalización del servicio y, a su vez, mejorar la experiencia gastronómica del cliente en general. Este estudio enfatiza lo crucial que es comprender y adaptarse a las expectativas únicas de cada cliente para brindar una atención individualizada que realmente satisfaga sus requisitos y preferencias.

Pregunta 15 ¿Los trabajadores le brindan una atención personalizada?

Figura 19 ¿Los trabajadores le brindan una atención personalizada?



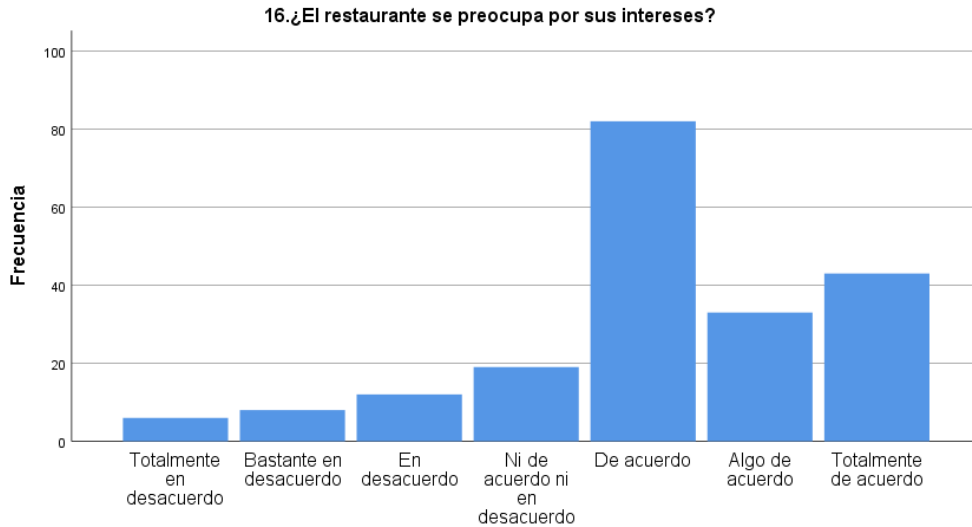
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Las opiniones de los encuestados sobre si los empleados brindan atención individualizada varían ampliamente. Si bien el 36% de los encuestados está de acuerdo o algo de acuerdo con la afirmación (particularmente el 20,2% que está "totalmente de acuerdo"), un número significativo no está de acuerdo o está indeciso. La amplia gama de respuestas apunta a la necesidad de realizar más investigaciones sobre las necesidades específicas de los clientes y lo que esperan de los empleados en términos de atención individualizada. Encontrar los componentes precisos que respalden una buena impresión puede proporcionar información valiosa sobre cómo mejorar la personalización entre trabajador y cliente y, a su vez, mejorar toda la experiencia del cliente. Esta investigación enfatiza lo crucial que es satisfacer adecuadamente los requisitos y expectativas de cada cliente para maximizar la atención individualizada y fomentar conexiones más duraderas con los clientes.

Pregunta 16 ¿El restaurante se preocupa por sus intereses?

Figura 20 ¿El restaurante se preocupa por sus intereses?



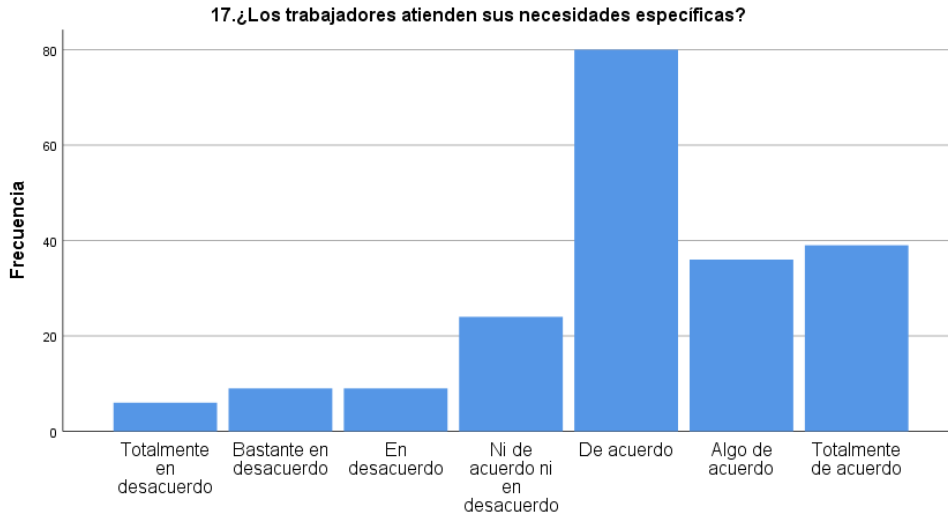
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

La evaluación de la preocupación del restaurante por los intereses de sus clientes indica una opinión mayoritariamente favorable entre los encuestados. Un significativo 21,2% de los encuestados dijo que estaba "muy de acuerdo" y un sólido 61,6% de los encuestados dijo que estaba de acuerdo o algo de acuerdo con la afirmación. Estas cifras demuestran una fuerte opinión de que el restaurante realmente se preocupa por los intereses de sus clientes. Esta reacción alentadora enfatiza lo vital que es establecer una relación basada en la confianza y satisfacer a los clientes, ya que son componentes esenciales para el éxito a largo plazo del restaurante. Incluso cuando un pequeño porcentaje de encuestados no está de acuerdo o es neutral, examinar los factores que llevaron a estas reacciones puede proporcionar información reveladora sobre cómo profundizar el vínculo emocional y garantizar una interacción continua con los clientes. Este estudio enfatiza lo crucial que es hacer coincidir los procedimientos del restaurante con las expectativas de los clientes y los requisitos percibidos para promover la lealtad y la preferencia a largo plazo.

Pregunta 17 ¿Los trabajadores atienden sus necesidades específicas?

Figura 21 ¿Los trabajadores atienden sus necesidades específicas?



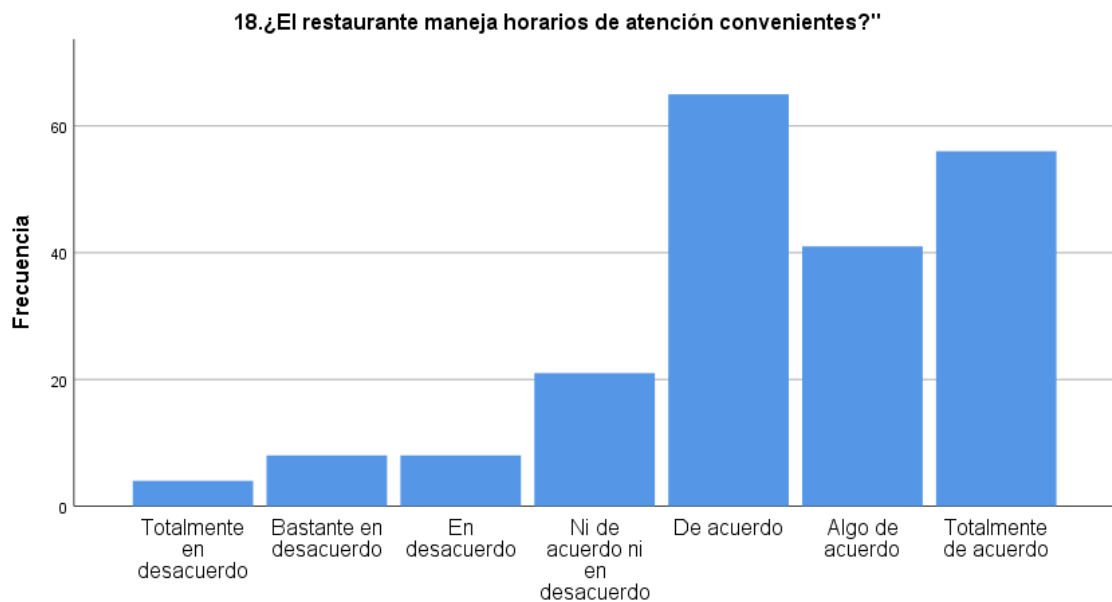
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Las evaluaciones de los encuestados sobre qué tan bien los empleados satisfacen las demandas únicas de los clientes son en su mayoría favorables. Con un 58,6% de acuerdo o algo de acuerdo y un notable 19,2% que dice estar "muy de acuerdo", se considera que el personal presta especial atención a las demandas particulares de los clientes. Este hallazgo enfatiza el valor de la personalización en las interacciones entre clientes y empleados, lo cual es esencial para una experiencia positiva. Incluso si un pequeño porcentaje de encuestados no está de acuerdo o es neutral, investigar los factores que llevaron a estas respuestas puede proporcionar información valiosa que puede usarse para mejorar la atención personalizada y garantizar que el servicio se adapte a los requisitos únicos del cliente. Esta investigación enfatiza cuán cruciales son la flexibilidad y el enfoque en las necesidades del cliente para preservar y mejorar la calidad del servicio de restaurante.

Pregunta 18 ¿El restaurante maneja horarios de atención convenientes?

Figura 22 ¿El restaurante maneja horarios de atención convenientes?



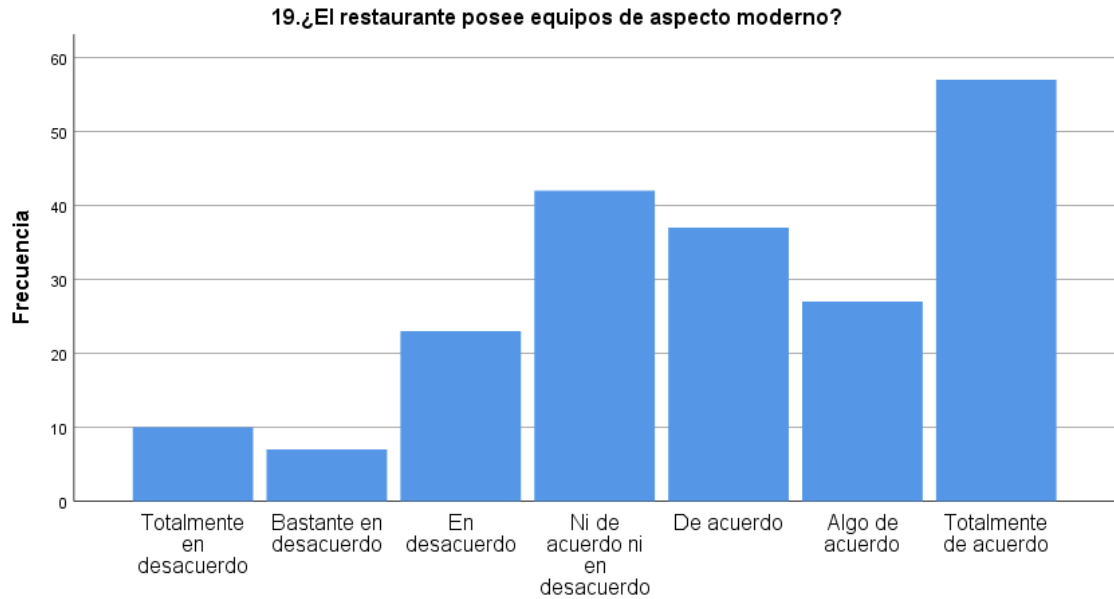
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

En cuanto al horario de atención del restaurante, las opiniones de los encuestados fueron mayoritariamente favorables. Existe una alta opinión de que el restaurante ofrece horarios de servicio que se adaptan a los requerimientos y gustos de los clientes, manifestándose un 59,6% de acuerdo o algún grado de acuerdo y un destacable 27,6% que dice estar “Totalmente de acuerdo”. Este resultado muestra la importancia de la flexibilidad horaria para adaptarse a horarios y estilos de vida variados. Incluso si hay un pequeño porcentaje de encuestados que son neutrales o no están de acuerdo, investigar las causas de estas reacciones puede proporcionar información valiosa sobre cómo modificar y mejorar aún más la programación, garantizando la máxima accesibilidad y una experiencia positiva para el cliente. Esta investigación enfatiza lo crucial que es ser flexible al gestionar los horarios para adaptarse a las cambiantes demandas de los clientes.

Pregunta 19 ¿El restaurante posee equipos de aspecto moderno?

Figura 23 ¿El restaurante posee equipos de aspecto moderno?



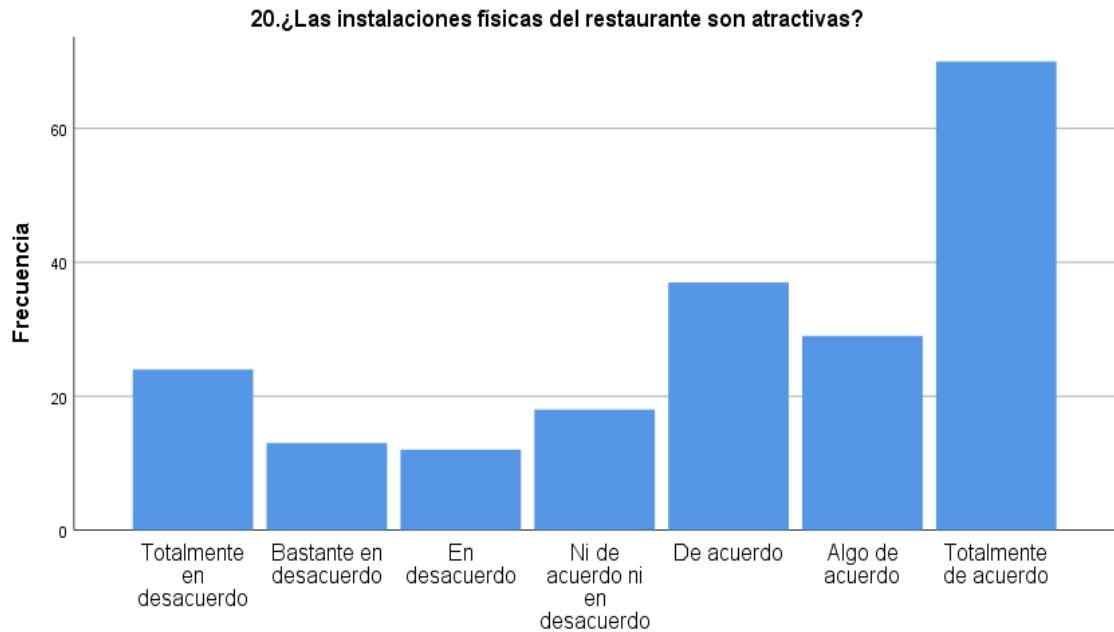
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Cuando se les preguntó si el equipamiento del restaurante parecía contemporáneo, las opiniones de los encuestados fueron abrumadoramente favorables. Hay una alta opinión de que el restaurante tiene un equipamiento visualmente contemporáneo: el 46,2% expresa estar de acuerdo o algún grado de acuerdo y un notable 28,1% dice que está "completamente de acuerdo". Este resultado enfatiza lo crucial que es mantener su imagen actualizada para atraer y retener clientes. Incluso cuando un pequeño porcentaje de encuestados no está de acuerdo o es neutral, examinar los factores que llevaron a estas reacciones puede proporcionar información importante para organizar los próximos cambios y garantizar que el estilo contemporáneo mejore la experiencia general del usuario. Este resultado enfatiza lo importante que es gastar dinero en equipos modernos para mantener el restaurante atractivo y competitivo.

Pregunta 20 ¿Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas?

Figura 24 ¿Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas?



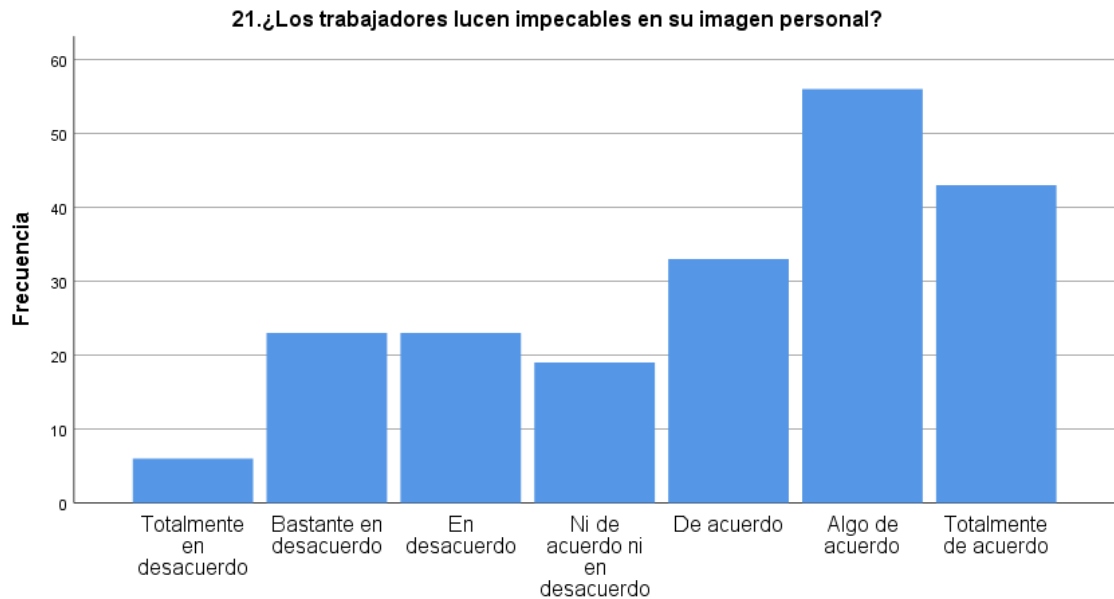
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Cuando se trata de las comodidades físicas del restaurante, la mayoría de las personas encuestadas pensaron que eran hermosas. Existe una creencia considerable de que las instalaciones estéticamente agradables contribuyen a una excelente experiencia para el cliente: el 53,0% expresa acuerdo o algún grado de acuerdo y un notable 34,5% dice estar "totalmente de acuerdo". Este resultado enfatiza lo crucial que es mantener una estética amigable y atractiva para dejar una buena impresión. Aunque un pequeño porcentaje de los encuestados son neutrales o no están de acuerdo, investigar las causas de estas reacciones puede arrojar información valiosa sobre cómo preservar y mejorar el atractivo estético del restaurante, mejorando las impresiones de los clientes sobre el espacio en su conjunto. Este estudio enfatiza lo importante que es la primera impresión para la lealtad y el placer del cliente.

Pregunta 21 ¿Los trabajadores lucen impecables en su imagen personal?

Figura 25 ¿Los trabajadores lucen impecables en su imagen personal?



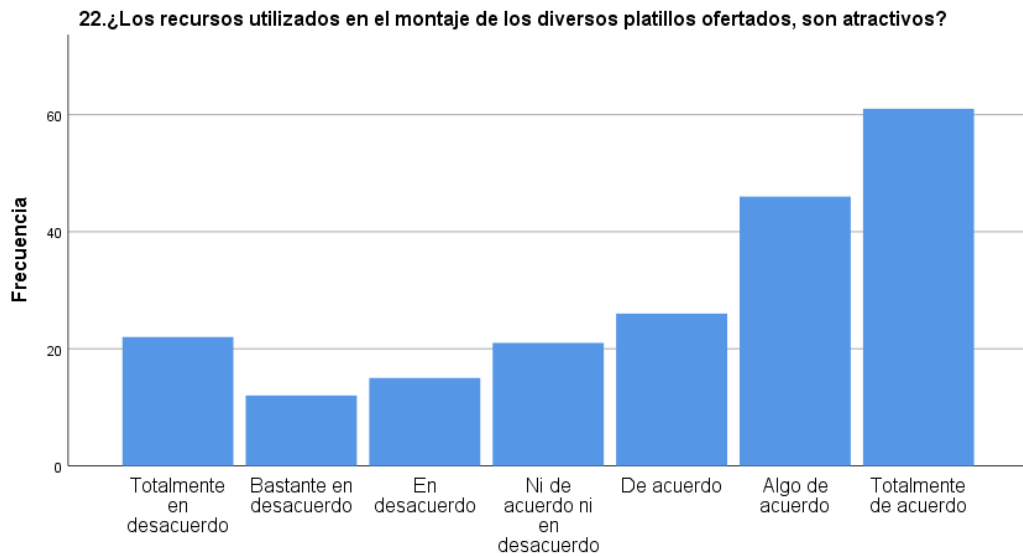
Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Cuando se les preguntó si los empleados creen que presentan una imagen personal perfecta, los encuestados dieron una opinión favorable. Se considera que los trabajadores mantienen una apariencia personal ideal, con un significativo 21,2% respondiendo que están "completamente de acuerdo" y un 48,8% indicando estar de acuerdo o algún grado de acuerdo. Este hallazgo implica que el restaurante ha logrado establecer y mantener pautas estrictas para la apariencia y vestimenta de los empleados, lo cual es crucial para fomentar la confianza y la buena voluntad de los clientes. El porcentaje considerable de encuestados que están "muy de acuerdo" enfatiza lo crucial que es una apariencia profesional tanto para el placer del cliente como para la impresión general de profesionalismo y preocupación del equipo.

Pregunta 22 ¿Los recursos utilizados en el montaje de los diversos platillos ofertados, son atractivos?

Figura 26 ¿Los recursos utilizados en el montaje de los diversos platillos ofertados, son atractivos?



Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Cuando se les preguntó si pensaban que los materiales utilizados para preparar los diferentes platos a la venta eran bonitos, los encuestados tuvieron una opinión favorable. Con un significativo 30,0% que expresa "completamente de acuerdo" y un 52,7% que expresa acuerdo o algún grado de acuerdo, existe una fuerte creencia de que el restaurante ha logrado hacer una declaración visual con la forma en que presenta sus opciones culinarias. Este hallazgo apunta a un uso exitoso de la estética culinaria, en la que el atractivo estético de un plato mejora la experiencia gastronómica. El porcentaje considerable de encuestados que "muy de acuerdo" enfatiza la importancia de la presentación del plato para la satisfacción general del cliente y el impacto beneficioso que una presentación atractiva puede tener en las percepciones de los clientes sobre la excelencia culinaria del restaurante.

Encuesta oferta culinaria presente en la Parroquia Totoras

Tabla 11 Encuesta realiza sobre el consumo de la oferta culinaria de la parroquia Totoras

Quimbolito	12	6%
Morocho	16	8%
Caldo 31	51	25%
Chinchulín	60	29%
Ubre con papas	30	15%
Librillo	24	12%
Humitas	10	5%
Total	203	100%

Nota: En cuesta realiza sobre el consumo de la oferta culinaria. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis e interpretación

Basado en una encuesta a 203 personas, la tabla muestra tendencias destacadas en los gustos gastronómicos de la parroquia Totoras. El chinchulín es el plato más consumido, con un importante 29%, lo que indica un alto gusto por esta especialidad en la región. Con un 25%, el caldo ocupa el segundo lugar, lo que muestra una fuerte demanda. En comparación, las tasas de consumo de quimbolito y humitas son muy bajas, del 6% y el 5%, respectivamente. Opciones como ubre con patatas (15%) y panfleto (12%), que se encuentran entre los muchos platos ofrecidos, demuestran la variedad de la oferta. Hubo 203 encuestados en la encuesta, lo que ofrece una buena base para estimar los cambios en las opciones alimentarias de la zona. Para actividades comerciales o de investigación en el área, estos datos pueden ser extremadamente útiles para comprender y aprovechar las preferencias dietéticas de la población.

3.2 Verificación de hipótesis

Tabla 12. Planteamiento de hipótesis alternativa y nula

H1: Hipótesis alternativa	Ho: Hipótesis nula
La oferta culinaria se relaciona significativamente con la calidad de servicio en los restaurantes de la Parroquia Totoras, y esta relación tiene un impacto directo y positivo en la satisfacción del cliente.	La oferta culinaria no se relaciona significativamente con la calidad de servicio en los restaurantes de la Parroquia Totoras, y esta relación tiene un impacto directo y positivo en la satisfacción del cliente.

Nota. Planteamiento de las hipótesis para el estudio.

Tabla 13 Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	611.573a	36	.000
Razón de verosimilitud	334.774	36	.000
Asociación lineal por lineal	159.132	1	.000
N de casos válidos	203		

a. 35 casillas (71.4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .04.

Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS. Elaborado por: Eugenio D, 2023.

Análisis

La tabla 13 muestra el valor significativo (valor crítico observado) $0,000 < 0,05$, por tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir se determinó que la oferta culinaria se relaciona significativamente con la calidad de servicio en los restaurantes de la Parroquia Totoras, y esta relación tiene un impacto directo y positivo en la satisfacción del cliente

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Luego de un examen exhaustivo de la oferta alimentaria dentro de la Parroquia Totoras, se pueden sacar una serie de conclusiones notables. La diversa oferta culinaria de esta ciudad es un reflejo del rico patrimonio cultural de la zona. Hay muchas posibilidades tanto para locales como para turistas en la oferta gastronómica, que abarca desde comidas tradicionales hasta influencias modernas. La relación entre la cocina regional y la identidad de la comunidad se enfatiza por el uso de productos de origen local y la presencia de gustos distintos. Para garantizar la viabilidad a largo plazo de la oferta culinaria, existe, no obstante, la posibilidad de reforzar la promoción y preservación de las recetas tradicionales.

Se encontraron elementos críticos en el examen de los factores que inciden en la satisfacción del cliente mediante el uso de la técnica SERVQUAL en los emprendimientos restauranteros ubicados en la Parroquia Totoras. La atención y la amabilidad del personal, la limpieza de las instalaciones y la rapidez con la que se entregaron los pedidos fueron factores importantes. Además, el sentido de autenticidad y conexión con la identidad local tienen un impacto significativo en la experiencia del cliente, destacando la importancia de los factores emocionales en la calificación del servicio.

A través de la preservación y el intercambio de tradiciones culinarias, la revista digital “Los Sabores de mi tierra” ha mostrado exitosamente la autenticidad de las cocinas locales en la Parroquia Totoras, fortaleciendo la identidad cultural. Este programa ha demostrado ser una herramienta útil para mostrar la abundancia de opciones de comida regional, atraer lectores interesados y visitantes potenciales, todo lo cual ayuda a promover la experiencia gastronómica y el nivel de servicio únicos de la región.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda implementar políticas que refuercen la identidad culinaria de la Parroquia Totoras enfatizando la autenticidad de sus recetas tradicionales y promoviendo la participación comunitaria en eventos gastronómicos regionales. Además, se recomienda desarrollar programas de capacitación para expertos de la industria, con énfasis en áreas críticas como presentación de platos, servicio al cliente y patrimonio culinario local. Estos pasos contribuirán a una experiencia culinaria más completa y satisfactoria para los locales y los huéspedes al mantener la diversidad étnica de la oferta culinaria y elevar el nivel del servicio.

A la luz de los resultados obtenidos con el método SERVQUAL, se hacen sugerencias específicas para mejorar el estándar de servicio que brindan los restaurantes de la Parroquia Totoras. Se recomienda que los miembros del personal reciban capacitación en el desarrollo de habilidades interpersonales, enfatizando el valor de la compasión y el servicio al cliente. Para garantizar una experiencia fluida y satisfactoria, también se recomienda establecer criterios de limpieza y eficiencia en el manejo de pedidos. Del mismo modo, se recomienda resaltar los ingredientes y recetas tradicionales para fomentar la autenticidad y el sentido de conexión con la identidad local. Las experiencias gastronómicas de los clientes se verán mejoradas por estas iniciativas, que están diseñadas para reforzar los elementos críticos que han sido identificados y conducir a un aumento notable en el estándar de servicio en los restaurantes de la Parroquia Totoras.

Para garantizar que la revista digital "Los Sabores de mi tierra" siga siendo atractiva, se recomienda actualizar el material periódicamente. La oferta se mantendrá actualizada e interesante al incluir reseñas de restaurantes, charlas con chefs regionales y nuevas experiencias culinarias. Además, es fundamental utilizar técnicas agresivas de marketing online para ampliar el alcance de la revista, atrayendo a personas interesadas en la gastronomía y el turismo. La eficacia de la iniciativa puede maximizarse mediante cambios y mejoras apropiados que sean posibles gracias a la evaluación continua de sus efectos en la comunidad local y los turistas.

Propuesta

Tema

Revista Académica: “Los sabores de mi tierra”

Objetivo general

Potenciar la autenticidad de las cocinas regionales y el excelente nivel de los servicios brindados por los restaurantes de la zona.

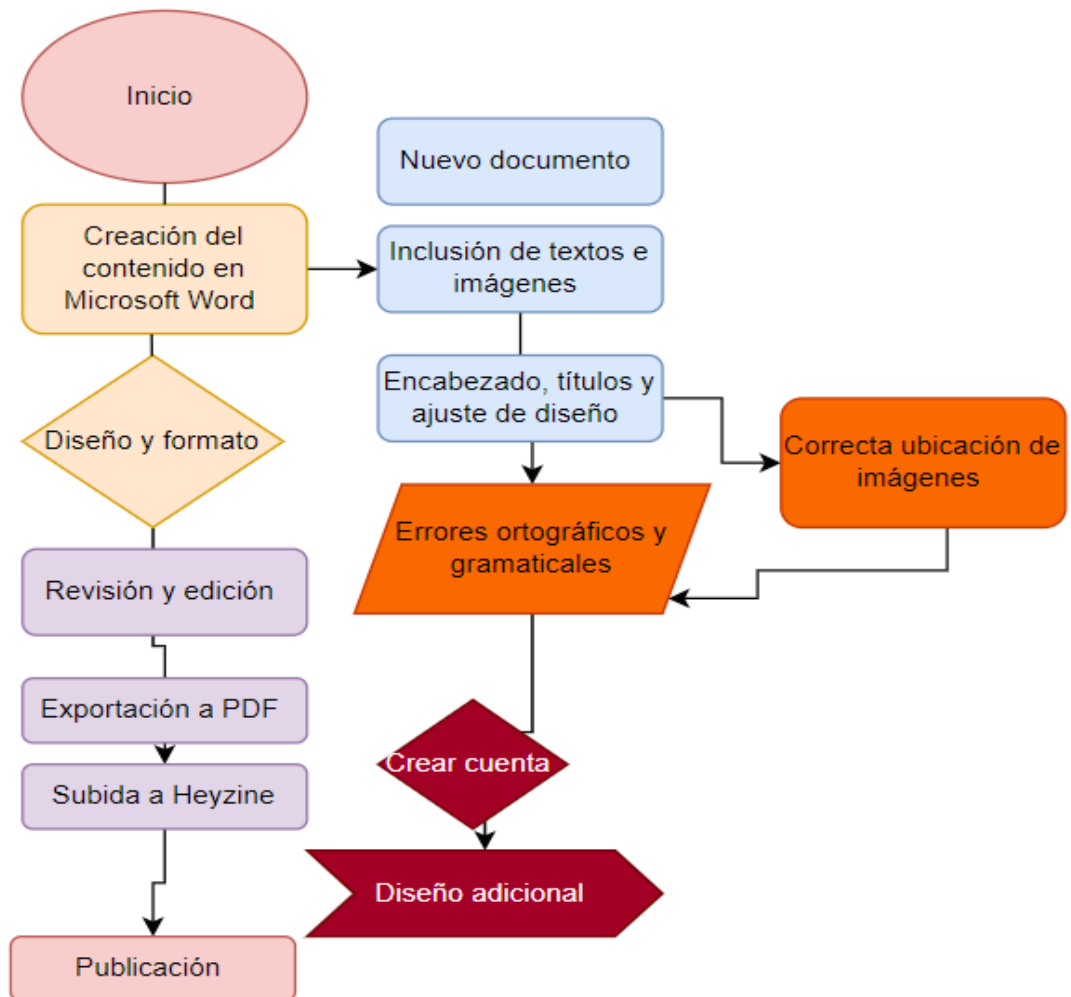
Justificación

La creación de la revista digital “Los Sabores de mi tierra” surgió por la urgente necesidad de resaltar los abundantes recursos culinarios de la Parroquia Totoras dentro del Cantón Ambato. En este entorno, se reconoce la importancia de preservar y difundir las tradiciones culinarias regionales que se ven realizadas por la variedad de culturas y la calidad superior de los productos locales. La revista explora la esencia de la comida de Totoras y su relación con la identidad cultural, sirviendo como una herramienta táctica para mostrar la autenticidad de las delicias regionales. La revista tiene como objetivo atraer a lectores interesados en experimentar experiencias gastronómicas únicas, así como a posibles turistas, mostrando el alto nivel de servicio que distingue a las empresas locales. En este enfoque, la revista se posiciona como un medio para promover el turismo culinario, apoyar el crecimiento regional y cultivar el orgullo y el respeto por el legado culinario de Totoras.

Desarrollo de la propuesta

Figura 27 Desarrollo de la propuesta

Desarrollo de la propuesta



Nota. Flujograma del proceso de elaboración de la revista digital.

Figura 28 Captura de pantalla de la revista digital



Nota: La revista digital se la elaboró en Microsoft, la planificación o el borrador se realizó en Word y el montaje en visme.

URL DE LA REVISTA

<https://heyzine.com/flip-book/2cf2ced179.html>

Figura 29. Captura de pantalla de la revista digital de la oferta culinaria



Nota: Código QR de la revista digital

MATERIALES DE REFERENCIA

- Abner A. (2020). *Aportes al turismo gastronómico de Panamá desde una perspectiva arqueológica y antropológica*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64612792/plato_fuerte_20_02-libre.pdf?1602017526=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAlberda_A_2020_Aportes_al_turismo_gastro.pdf&Expires=1701011988&Signature=FR2NbWrhRqLbA9fO18ouBLrlaXT3iTG1z8NTvORc7U~
- Aguero J. (2019). *Patrimonio gastronómico tradicional y su puesta en valor turístico-recreativo : estudio de caso : Colonia Santa María, Coronel Suárez*. Obtenido de <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4645>
- Aguilar E. (2019). *Reseña de Publicaciones*. Obtenido de <https://ojsull.webs.ull.es/ojs/index.php/Revista/article/download/2792/1519>
- Almeida J. (2022). *Los senderos interpretativos y el turismo vivencial en el barrio San José del cantón Mera*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35734>
- Alvarez A. (2019). *Sociología del turismo*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GcnBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA29&dq=Teoría+de+la+mirada+del+turista+Urry&ots=_veSnxXsv2&sig=RLcj2InOQEAzxxz2Fr5wmiYHHmH4#v=onepage&q=Teoría%20de%20la%20mirada%20del%20turista%20Urry&f=false
- Alvarez D. (2023). *El Patrimonio Cultural Tangible y los Recursos turísticos en el casco urbano de la Ciudad de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37159>

- Alves C. (2019). *Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322019000200003&script=sci_arttext
- Andrade C. (2021). *Calidad institucional y llegada de turistas internacionales en América Latina*. Obtenido de <https://kairos.unach.edu.ec/index.php/kairos/article/view/179>
- Angulo E. (2020). *Análisis de los cambios en la Modalidad de Viajeros del Régimen de Importación Colombiano y su incidencia en la facilitación del comercio exterior*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/37394>
- Ante A. (2023). *Potencial del turismo gastronómico del cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/11104>
- Arnandis R. (2018). *Una revisión a la planificación de los recursos: sobre los enfoques de evaluación y los modelos de adaptación al uso turístico*. Obtenido de <https://roderic.uv.es/handle/10550/67218>
- Ballena S. (2018). *Estudio de la calidad del servicio del restaurante turístico Mi Paulita según el modelo Servqual, Monsefú 2017*. Obtenido de <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1041>
- Barreal J. (2019). *La narrativa como herramienta docente dentro de la gamificación de la estadística en el Grado en Turismo*. Obtenido de <https://revistes.ub.edu/index.php/der/article/view/27091>
- Bayas S. (2023). *El marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Patate*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37124>
- Benavides G. (2019). *Cadenas de valor y tendencias en*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4096/409661113009/409661113009.pdf>
- Bollet F. (2019). *LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, PUCALLPA, 2018*. Obtenido de https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_40fac61eda1427d971c2ded6d7857fef
- Bonilla J. (2018). *Métodos para medir la calidad del servicio turístico en empresas de alojamiento*. Obtenido de

<https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/186>

- Bravo C. (2022). Los sistemas de calidad y el mercado turístico de Baños de Agua. *Ciencias humanas y de la educación*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34714/1/CAMILO%20BRAVO%20TESIS%20FINAL%20%281%29-signed-signed-signed.pdf>
- Calero J. (2021). *Influencia del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo del turismo comunitario de Pistishí (Alausí, Chimborazo, Ecuador)*. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2550-65872021000100001&script=sci_arttext
- Caparros A. (2019). *Social Sales: una nueva manera de intermediación turística online*. Obtenido de <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/18937>
- Cardona D. (2023). *Plan de negocios para la creación de un restaurante temático en el municipio de Sibaté Cundinamarca*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/ing_alimentos/748/
- Carrasco F. (2023). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=MhPTEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=TURISMO+ATENCION+AL+CLIENTE+&ots=Q_rtg_6rPh&sig=srf9GfbC_3Jmsa3OWKFRTNw4TkI#v=onepage&q=TURISMO%20ATENCION%20AL%20CLIENTE&f=false
- Castro J. (2018). *Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025044>
- Cevallos G. (2022). *Influencia de la cocina fusión en la ampliación de la oferta gastronómica en la ciudad de Portoviejo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8561187>
- Chiriboga E. (2018). *Calidad del servicio y su impacto en el turismo cultural: estudio de caso Museo Municipal*. Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63126059/HID-FCA-TUR-ART-2018-0120200428-11527-160gwpj-libre.pdf?1588113865=&response-content->

- disposition=inline%3B+filename%3DCalidad_del_servicio_y_su_impacto_en_el.pdf&Expires=1701015404&Signature=D5VMBOG4CgUKy0c2R
- Cruz A. (2018). *Capacidad de innovación en restaurantes: Validación de un instrumento de medición*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58491285/Delgado_et_al._2017a-libre.pdf?1551057104=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCapacidad_de_innovacion_en_el_sector_res.pdf&Expires=1701016515&Signature=f-WBiu-eAhRJS09S-6Xv1RgDzO3vpQxOeyDMsXkE8
- Cunha S. (2018). *Turismo gastronómico, un factor de diferenciación*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7841642>
- Delega V. (2021). *Turismo oscuro en el Partido de Bragado*. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/123248>
- Escobar K. (2019). *Diseño de un producto para mejorar la experiencia en la planificación de actividades de los turistas extranjeros en su visita a Lima*. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/14822>
- Fernandez M. (2022). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=KYZ3EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=TURISMO+Comunicación+efectiva+&ots=eHicJ1YRCe&sig=GtDkdC67GDudkLWj67tXJLZWNS8#v=onepage&q=TURISMO%20Comunicación%20efectiva&f=false
- Ferreira K. (2022). *Os determinantes da escolha do destino Portugal pelos turistas brasileiros: o papel da busca por informação online (ZMOT)*. Obtenido de <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/8027>
- Fiallos D. (2018). Cumplimiento de los estándares de calidad turística acordes a la normativa del ministerio de turismo (MINTUR), por parte de los prestadores de servicios del cantón Pastaza. *Ciencias humanas y de la educación*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27845>
- Font M. (2018). *Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561702008/588561702008.pdf>

- Fratucci A. (2022). *Percepciones de los trabajadores del turismo en Brasil y la complejidad del fenómeno turístico*. Obtenido de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/272>
- Glass M. (2021). Obtenido de EL TURISMO DE SALUD DESDE EL ENFOQUE SISTÉMICO: APLICACIÓN A LA PROVINCIA DE ALICANTE: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/492691>
- Godoy J. (2021). Obtenido de El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio: <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- Gomes M. (2021). *ESTUDIO DE CASO SOBRE EL EFECTO DE LAS PERCEPCIONES DEL TURISTA EN LOS COMPORTAMIENTOS POSCONSUMO*. Obtenido de <https://revistas.unillanos.edu.co/index.php/conuco/article/view/934>
- Gonçalves C. (2020). *Antecedentes e Consequências da Experiência no Contexto dos Hostels*. Obtenido de <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/94708>
- Gonzales M. (2019). *GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL: ENFOQUES PARA UN DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO CULTURAL*. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121>
- Guzman J. (2019). *MODELO ECONOMETRICO DEL TURISMO RECEPTIVO EN MEXICO*. Obtenido de <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/628268/33068000968680.pdf?sequence=1>
- Huaroc L. (2014). *DISEÑO DE UN MODELO DE ORGANIZACIÓN VIABLE PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE MANTENIMIENTOS DE ESTACIONES SATELITALES GILAT EN LA SUCURSAL JUNÍN DE LA EMPRESA COVEPA S.R.L.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/kevinuncp/diseo-de-un-modelo-de-organizacin-viable-para-mejorar-la-gestin-de-mantenimientos-de-estaciones-satelitales-gilat>
- Inga C. (2020). *Patrimonio cultural inmaterial como factor del desarrollo turístico del cantón colta, provincia de chimborazo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8487775>

- Kazakos A. (2020). *Portal web especializado en servicios turísticos en Perú dirigido al mercado de turistas de EEUU*. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/11717>
- Lareau R. (2020). *Aportes de la geografía para el estudio de las características físicas del espacio turístico*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3683/>
- Lizurek M. (2022). *EL TURISMO SOCIO SOLIDARIO DE BASE COMUNITARIA EN*. Obtenido de http://observatorioess.org.ar/wp-content/uploads/2020/10/Eje-7.-Turismo-de-base-comunitaria-y-desarrollo-economico-solidario-convertido_8.pdf
- López A. (2020). *Geografía social del turismo. Una mirada crítica a la percepción del turismo y a su representación espacial*. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/426061>
- López F. (2018). *Gestión sostenible de destinos turísticos la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6554915>
- López J. (2020). *El poder del neuroturismo: algunas bases para una problematización ética*. Obtenido de https://www.uv.es/Sfpv/documents/ACTES_XXII_CONGRES.pdf#page=147
- Madera M. (2018). *Imagen pre y post visita de turistas extranjeros del destino Yucatán: un estudio descriptivo*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56613097/Investigacion-libre.pdf?1526855009=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DImagen_pre_y_post_visita_de_turistas_ext.pdf&Expires=1701023565&Signature=aGdxO7nhZqmLsiJ6rqCaXdWdPyWhIAwI1wgC63MVEL~yhADJ
- Marroquin M. (2022). *Las tradiciones, las costumbres y el patrimonio cultural de Guatemala*. Obtenido de <https://www.revistaguatcultura.com/index.php/revista/article/view/18>
- Matos L. (2018). *Revisión sobre capacidad de carga turística y la prevención de problemas ambientales en destinos emergentes*. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3295734

- Mayorga M. (2023). *El factor motivacional y el turismo de compras del visitante en la zona comercial del cantón Cevallos*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37214>
- Medina M. (2020). *Las Kellys y el turismo: de la invisibilidad del cuidado a la visibilidad política*. Obtenido de <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/188058>
- Melo D. (2022). *El perfil del consumidor y la experiencia gastronómica en Quillán*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35665>
- Monroy M. (2020). *Percepción de turistas nacionales y foráneos del servicio en restaurantes de Todos Santos Pueblo Mágico, México*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082020000200006&script=sci_arttext
- Mora C. (2021). *La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor*. Obtenido de https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Modelo-de-la-Calidad-percibida-del-servicio-Fonte-Groenroos-1984_fig1_271266656
- Mora L. (2018). *El turismo en la matriz productiva de Ecuador: resultados y retos actuales*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000500255&script=sci_arttext&tlng=en
- Morales J. (2018). *Nivel de Satisfacción e Intención de Repetir la Visita Turística. El Caso del Cantón Playas, en Ecuador*. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000100181&script=sci_arttext&tlng=pt
- Moya V. (2018). Cumplimiento de estándares de calidad turística en el cantón Pastaza destaca la creciente demanda de normativas del Ministerio de Turismo. *Facultad de ciencias humanas y de la educación*. Obtenido de <https://chat.openai.com/c/958ffe10-ae58-4611-a344-acb1354df251>
- Muñoz E. (2022). La calidad de servicios en deportes de aventura en el cantón Baños de Agua. *Ciencias humanas y de la educación, Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35269/1/MU%c3%91OZ%20MANZANO%20EVELYN%20NICOLE..pdf>

- Narvaez M. (2023). *Estrategias para reducir los residuos de frutas, verduras y hortalizas generados en los hogares de la ciudad de Tulcán*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/2024>
- Navarro M. (2019). *Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: cuatro estudios de caso*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362019000100007
- Oehmichen C. (2019). *Turismo, pueblos indígenas y patrimoniocultural en México y Chile*. Obtenido de <https://www.pasosonline.org/Publicados/17119/PASOS59.pdf#page=53>
- Ortiz J. (2022). *Los servicios turísticos y el imaginario del turista, caso de estudio Ambato*. Obtenido de <https://scholar.archive.org/work/ibw5yjq6jneb5lg5r4gf2crvoq/access/wayback/https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/download/1999/4915>
- Pacherres S. (2020). *Repensando el concepto de arte a través del turismo: el turismo de arte callejero en Guayaquil*. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/418>
- Paredes I. (2022). *Nuevas tendencias de turismo en los espacios rurales de valle hermoso del cantón San Pedro de Pelileo*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34613>
- Pavón D. (2020). *Un acercamiento al estado de conocimiento del estudio de la adaptabilidad y el turismo*. Obtenido de <https://scripta.up.edu.mx/handle/20.500.12552/7079>
- Pazmiño V. (2021). *Reflexiones sobre los modelos de evaluación y análisis de calidad del servicio en el sector turístico*. Obtenido de <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/2562>
- Perez S. (2020). *Turismo mochilero. Motivaciones y destinos especializados*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/107865>
- Piñero E. (2020). *Sociología del turismo [Reseña]*. Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/25582>

- Quinaluisa D. (2022). *La fiesta tradicional “El Paseo del Chagra” y la identidad cultural en el Cantón Mejía*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35656>
- Quintana D. (2022). El aspecto técnico culinario en la categorización de los restaurantes y el comportamiento de los consumidores en Nueva Loja, Ecuador. *Turismo y patrimonio*, 19. Obtenido de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/289>
- Ramirez E. (2019). *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social*. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-12591999000100006&script=sci_abstract
- Rigol L. (2020). *Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda de un destino turístico*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=defzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Modelo+conceptual+de+Klenoskly+y+Gitelson&ots=zBfkFNtko5&sig=TOhg5eupZYjFROFTCPidlwkW9Zw#v=onepage&q=Modelo%20conceptual%20de%20Klenoskly%20y%20Gitelson&f=false>
- Rivera A. (2018). *Atractivos para un turismo consentido. Nueva morfología para la gestión turística desde la sustentabilidad*. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.co/items/07ea185d-ed43-4eae-8ad5-112c736d098b>
- Robayo N. (2021). *La gestión turística como elemento para el desarrollo del turismo comunitario*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32242>
- Rodriguez A. (2021). *Una revisión crítica sobre el análisis de la gentrificación turística en España*. Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/28197>
- Rodriguez M. (2020). *La formación del capital de marca en turismo gastronómico. El papel moderador del tipo de restaurante, del grado de indulgencia y de la aversión al riesgo del cliente*. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/62912>
- Romo M. (2022). *Las buenas prácticas turísticas en los visitantes del Pilisurco*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35686>

- Russo M. (2021). *COVID-19 y adultos mayores con deterioro cognitivo: ¿puede influir el aislamiento social en la enfermedad?* Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1853002821000574>
- Salazar D. (2017). *Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. Revista interamericana* . Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2017000100002
- Salvador M . (2020). *Globalización culinaria en Sevilla*. Obtenido de <https://idus.us.es/handle/11441/101815>
- Sanchez F. (2021). *Medición de la eficiencia laboral del turismo rural sostenible en espacios naturales protegidos de España*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/116574>
- Sandoval L. (2021). *Las TIC en la educación y difusión de un producto turístico en Ibarra*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442021000100291&script=sci_arttext
- Santamaría J. (2022). *La innovación turística y la experiencia del visitante en el cantón Baños de Agua Santa, caso animal park*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35755>
- Santiesteban M. (2019). *Integración de conocimiento en restaurantes mediante el análisis multicriterio para la toma de decisiones*. Obtenido de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/9005
- Sarabia M. (2023). *Entrelazando: la resiliencia comunitaria y el desarrollo del turismo comunitario en Valdivia en la provincia de Santa Elena-Ecuador*. Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/32528>
- Silva G. (Marzo de 2021). *Estudio de la calidad del servicio en los establecimientos de alimentos y bebidas y su aporte al desarrollo turístico de la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio, Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/24361/T-ESPEL-ITH-0167.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Silva R. (2021). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del clienteempresas turísticas de Canchaque-Perú*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Simba A. (2023). *Las técnicas culinarias y la cocina prehispánica en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37138>
- Sobrado D. (2018). Obtenido de *Identidad cultural y turismo gastronómico* la mercantilización del patrimonio: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640381>
- Sosa M. (2022). *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-91692021000200104
- Tigse G. (2022). *El personaje del danzante y el turismo cultural de la Parroquia de San Andrés de Píllaro*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35709>
- Torres M. (2022). *Valoración económica del servicio ecosistémico recreativo provisto por el tiburón ballena (Rhincodon typus, Smith, 1829) en la Bahía de La Paz, BCS, para la temporada de observación 2019-2020*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-91692021000200103
- Torres O. (2018). *DIVERSIDAD GASTRONÓMICA Y SU APORTE A LA IDENTIDAD CULTURAL*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/523556567001.pdf>
- Torres P. (2023). *ESCENARIOS POSMODERNOS DEL TURISMO. LA NUEVA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE SINALOA*. Obtenido de <https://topofilia.buap.mx/index.php/topofilia/article/view/457>
- Vaca C. (2021). *Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica. Ciencias humanas y de la educación*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32238>
- Vaca C. (2021). *Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32238>

- Van-Dunem T. (2019). *A percepção do turista internacional face à imagem do destino: um estudo empírico aplicado à cidade de Luanda*. Obtenido de <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/89609>
- Veloz S. (2020). Análisis de la propuesta culinaria de la provincia del guayas y su influencia en el desarrollo del turismo gastronómico ecuatoriano. Caso de estudio: 2021-2022. *Social Science Journal, Ecuador*. Obtenido de <https://www.centroseditorial.com/index.php/revista/article/view/295>
- Vergara F. (2019). *Estrategias no convencionales de servicio: un desafío en el diseño organizacional* . Obtenido de https://www.researchgate.net/figure/Figura-2-Modelo-SERVQUAL-Fuente-A-Parasunaman-1985-traduccion-del-autor_fig1_342635327
- Vergara J. (2019). *Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia*. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/10216>
- Viteri M. (2022). *El imaginario del turista y oferta turística del cantón Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34358>

ANEXOS

ANEXO A. Carta compromiso



CARTA DE COMPROMISO

Totoras, 17 de octubre del 2023

Doctor,
Marcelo Núñez
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Turismo
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Sra. Mónica Cecilia Pérez Galarza en mi calidad de Presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Totoras, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación: "LA OFERTA CULINARIA Y LA CALIDAD DE SERVICIO; CASO DE ESTUDIO: PARROQUIA TOTORAS" propuesto por la estudiante Yahisa Desiree Eugenio Guanina, portadora de la Cédula de Ciudadanía 1804697793, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Sra. Mónica Cecilia Pérez Galarza
C.I. 1802274710
Teléfono: 032748052
Celular: 0939726352
Correo electrónico: gadtotoras@hotmail.com

ANEXO B. Instrumentos

Encuesta dirigida a consumidores de la oferta culinaria presente en la parroquia Totoras.

OBJETIVO: Identificar el plato insignia de los restaurantes de comida tradicional ubicados en la parroquia Totoras, cantón Ambato; con énfasis en los situados en la Av. Confraternidad (Km 8 y medio vía a Baños)

INSTRUCCIONES E INDICACIONES:

- La presente encuesta tiene fines académicos, se recomienda responder con total sinceridad.
- Los datos recopilados por medio de este instrumento serán anónimos.
- Este instrumento esta dirigido a clientes y sus preferencias personales.
- Lea detenidamente la pregunta, en caso de existir alguna duda, acercarse a la responsable y notificar para su explicación.

lizchasi0@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Cuál de las siguientes preparaciones considera usted como un plato insignia de la Parroquia Totoras? *

- Chinchulin
- Caldo de 31
- Ubre con papas
- Librillo
- Morocho
- Quimbolito
- Humita

Enviar

Borrar formulario

Encuesta para medir la calidad de servicio en restaurantes de comida tradicional de la parroquia Totoras.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio presente en los restaurantes de comida tradicional ubicados en la parroquia Totoras, cantón Ambato; con énfasis en los situados en la Av. Confraternidad (Km 8 y medio vía a Baños)

INSTRUCCIONES E INDICACIONES:

- La presente encuesta tiene fines académicos, se recomienda responder con total sinceridad.
- Los datos recopilados por medio de este instrumento serán anónimos.
- Este instrumento esta dirigido a clientes y sus expectativas de servicio.
- Lea detenidamente la pregunta, en caso de existir alguna duda, acercarse a la responsable y notificar para su explicación.
- Las respuestas constan de 7 opciones, las cuales son:
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Bastante en desacuerdo
 3. En desacuerdo
 4. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 5. De acuerdo
 6. Algo de acuerdo
 7. Totalmente de acuerdo

1. ¿El restaurante cumple con el servicio que prometió? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

2. ¿Cuándo usted presenta un problema, el restaurante muestra sincero interés en resolverlo? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

3. ¿La primera impresión que usted recibió por parte del restaurante fue sobresaliente? *

1 2 3 4 5 6 7

4. ¿El servicio fue proporcionado en el tiempo establecido? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

5. ¿El restaurante ofrece un servicio libre de errores? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD

*

6. ¿El restaurante informó sobre el tiempo que llevará cumplir con el pedido?

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

7. ¿Los trabajadores del restaurante fueron rápidos en el cumplimiento del servicio? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

8. ¿Los trabajadores se muestran prestos a ayudarle? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

9. ¿Los trabajadores están ocupados para brindarle ayuda? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

DIMENSIÓN DE SEGURIDAD

*

10. ¿Los trabajadores transmiten confianza mientras realizan el servicio?

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

11. Al momento de cancelar por los servicios recibidos, ¿Se siente seguro en utilizar su forma de pago preferente?

*

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

12. ¿Los trabajadores se muestran de forma cortés hacia usted en todo momento?

*

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

13. ¿Los trabajadores tienen el conocimiento suficiente para responder a sus preguntas o inquietudes?

*

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

DIMENSIÓN DE EMPATÍA

*

14. ¿El restaurante le brinda una atención personalizada?

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

15. ¿Los trabajadores le brindan una atención personalizada?

*

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

16. ¿El restaurante se preocupa por sus intereses? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

17. ¿Los trabajadores atienden sus necesidades específicas? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES *

18. ¿El restaurante maneja horarios de atención convenientes? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

19. ¿El restaurante posee equipos de aspecto moderno? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

20. ¿Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

21. ¿Los trabajadores lucen impecables en su imagen personal? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

22. ¿Los recursos utilizados en el montaje de los diversos platillos ofertados, son atractivos? *

1 2 3 4 5 6 7

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

FICHA A4 DEL MANUAL METODOLÓGICO PARA LA ELABORACIÓN DEL ATLAS “PATRIMONIO ALIMENTARIO”

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Seco de chivo	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales y mercados; en menor cantidad en los hogares	Imagen AQUÍ
Descripción	Plato fuerte, consistente en un estofado de carne acompañado por arroz, papa cocinada sin cáscara, aguacate y ensalada de tomate y lechuga.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Toda la provincia	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Se utiliza la carne de chivo con hueso (en las regiones donde este animal escasea, se usa borrego). Para el estofado se usa naranjilla, chicha de jora o cerveza, tomate riñón. Para el acompañado se usa arroz, papa grande (hoy en día de variedad super chola), aguacate de preferencia nativo, y plátano maduro frito. En la ensalada entran lechuga, generalmente de repollo, y tomate riñón.	La técnica más importante es la fermentación de los trozos de carne en chicha de jora, jugo de naranjilla o cerveza. Esta se debe hacer por al menos una noche, de preferencia 24 horas. Luego se hace un refrito en el que se doran los trozos de carne, para dejarles cocinar, después en una salsa donde se incorpora el líquido del fermento, se reduce hasta tomar el sabor deseado. Al servir, las papas se bañan con el estofado, que se coloca a un lado del arroz, que debe ser amarillo.	
Propiedades	Una forma sana de consumir carne.	
Estado de conservación	Común, aunque la forma apropiada de preparar con fermentación se ha vuelto Rara.	

ANEXO C. Carta de entrega del producto al beneficiario.

CARTA DE ENTREGA DE RECEPCIÓN DEL PRODUCTO

Ambato, 21 de diciembre de 2023

Sra. Mónica Cecilia Pérez Galarza

**PRESIDENTA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL DE TOTORAS**

Yo, Sra. Mónica Cecilia Pérez Galarza en calidad de Presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Totoras, por medio de la presente hago constar que he recibido el producto desarrollado como parte del trabajo de titulación de tema **“LA OFERTA CULINARIA Y LA CALIDAD DE SERVICIO; CASO DE ESTUDIO: PARROQUIA TOTORAS”** por la estudiante Yahisa Desirée Eugenio Guanina con cédula de ciudadanía 1804697793, estudiante de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Los detalles del producto son los siguientes:

- Nombre del producto: Revista académica “Los sabores de mi tierra”

Certifico que el producto ha sido revisado y se encuentra en buen estado. Se considera que el estudiante ha cumplido satisfactoriamente con los requisitos establecidos para la entrega del producto desarrollado en su trabajo de titulación.



Entregado por:
Yahisa Desirée Eugenio Guanina
C.I 1804697793
yeugenio7793@uta.edu.ec



Recibido por:
Sra. Mónica Cecilia Pérez Galarza
C.I. 1802274710
gadtotoras@hotmail.com

ANEXO D. Evidencias.

Entrevistas a dueños o encargados de los establecimientos del sector.

Figura 30 Asadero Tungurahua



Figura 31 La Parrilla



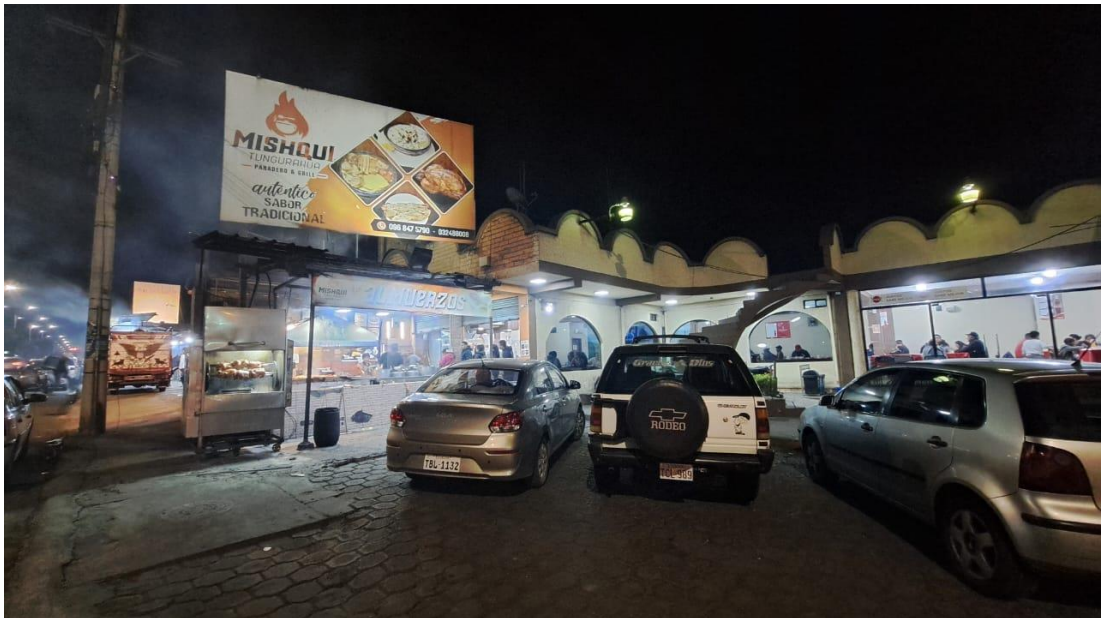
Figura 32 Paradero "El Rancho"



Figura 33 Cristal Food



Figura 34 Mishqui Tungurahua



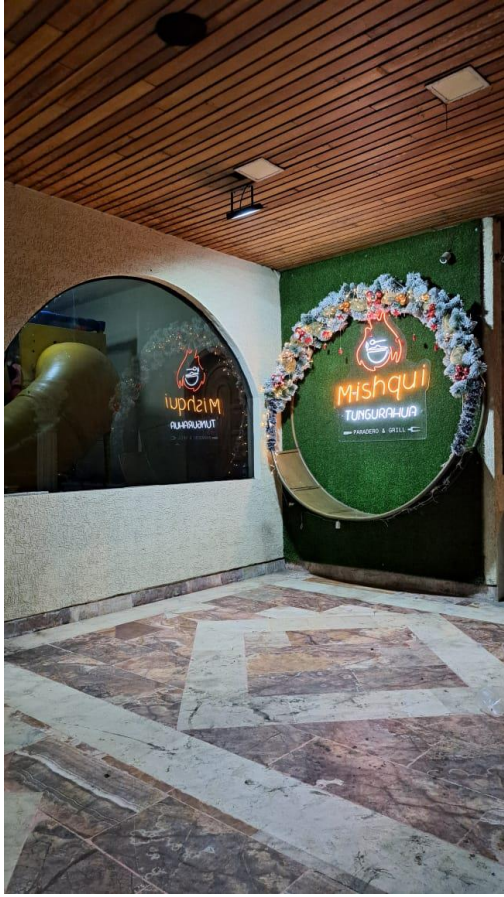


Figura 35 Chinchulines al paso

