



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de
Licenciado en Turismo y Hotelería**

**“La cocina local en la oferta gastronómica de Santa Cruz,
Galápagos”**

Autor: Jerez Pilco, Richard Alexander

Tutor: Melo Fiallos, Diego Fernando

Ambato – Ecuador

Enero 2021

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA

Yo, Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos con cédula de ciudadanía N° 1803017365 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA COCINA LOCAL EN LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SANTA CRUZ, GALÁPAGOS”, desarrollado por el estudiante egresado Richard Alexander Jerez Pilco de la carrera de Turismo y Hotelería, 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 de Ciencias Humanas y de la Educación.

Ing. Mg. Diego Melo Fiallos

C.C.: 1803017365

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de carácter investigativo es el resultado del estudio desarrollado durante el proceso de titulación del autor, mismo que, está basado en la experiencia profesional adquirida en los estudios cursados de la carrera, revisión bibliográfica o teórica. Los criterios emitidos en el proyecto con el tema “LA COCINA LOCAL EN LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SANTA CRUZ, GALÁPAGOS”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.



Richard Alexander Jerez Pilco

C.C.: 0604747089

AUTOR

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste 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 autor.



Richard Alexander Jerez Pilco

C.C.: 0604747089

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación precedido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magister e integrado por los Docentes Licenciado Oscar Alberto Abril Flores, Magister y la Ingeniera Johanna Gabriela Monge Martínez, Magister; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el trabajo de investigación con el tema: “LA COCINA LOCAL EN LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SANTA CRUZ, GALÁPAGOS”, elaborado y presentado por el estudiante Richard Alexander Jerez Pilco, para optar por el Grado Académico de Licenciado en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de Universidad.

Para constancia firman:

Lic. Oscar Alberto Abril Flores Mg.
Miembro del Tribunal

Lic. Johanna Gabriela Monge Martínez Mg.
Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

Con voluntad, disciplina y pasión dedico este infinito esfuerzo a quienes fueron parte de mi preparación profesional.

A mis apreciados padres, seres iluminados que con su sabiduría cercana al infinito, hicieron posible todo este gran sueño.

A mis ilustres hermanos, personas nobles que con sus conocimientos y experiencias, me hicieron comprender la importancia de la vida.

AGRADECIMIENTO

Con gratitud reconozco a la gran familia universitaria, una academia compuesta por grandes personas y excelentes profesionales, en especial a los docentes que compartieron y fueron parte de mi desarrollo académico.

A mi tutor Ing. Diego Melo Fiallos, excelente ser humano por haberme guiado en el camino correcto hacia el desarrollo de la investigación, por su respaldo mil gracias.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	iii
DERECHOS DEL AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Descripción de las variables.....	6
1.3 Objetivos.....	20
1.3.1 Objetivo General.....	20
1.3.2 Objetivos Específicos.....	20
CAPÍTULO II	21
METODOLOGÍA	21
2.1 Materiales.....	21
2.1.1 Encuesta para los comensales.....	21
2.1.2 Población.....	24
2.1.3 Muestra.....	24
2.1.4 Cálculo de la muestra.....	24
2.2 Métodos.....	26
2.2.1 Descriptiva.....	26
2.2.2 Correlacional.....	26

CAPÍTULO III	28
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
3.1 Análisis y discusión de los resultados	28
3.1.1 Análisis de validez y fiabilidad cualitativa	28
3.1.2 Análisis del índice de consistencia interna o fiabilidad.....	28
3.1.3 Análisis individual de las variables	31
3.2 Verificación de hipótesis	48
3.2.1 Prueba de hipótesis general.....	48
3.2.2 Prueba de hipótesis específica 1	50
3.2.3 Prueba de hipótesis específica 2	52
3.2.4 Prueba de hipótesis específica 3	54
CAPÍTULO IV	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
4.1 Conclusiones.....	56
4.2 Recomendaciones	57
CAPÍTULO V	58
PROPUESTA	58
BIBLIOGRAFÍA	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Recuento del puntaje	22
Tabla 2 Formulario con escala de Likert.....	23
Tabla 3 Cálculo de la muestra	25
Tabla 4 Hipótesis.....	27
Tabla 5 Escalas referenciales de Alfa de Cronbach.	29
Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad.....	29
Tabla 7 Resumen del procesamiento de los casos.....	30
Tabla 8 Prueba de la hipótesis general.	48
Tabla 9 Chi cuadrado de la hipótesis general.....	49
Tabla 10 Dimensión 1, Calidad de alimentos.	50
Tabla 11 Chi cuadrado de la dimensión 1.	51
Tabla 12 Dimensión 2, Calidad del servicio.	52
Tabla 13 Chi cuadrado de la dimensión 2.....	53
Tabla 14 Dimensión 3, Costo/beneficio.....	54
Tabla 15 Chi cuadrado de la dimensión 3.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Valoración real de la escala en porcentaje.....	23
Figura 2 Sexo de las personas encuestadas.....	31
Figura 3 Edad de las personas encuestadas.....	32
Figura 4 Ciudad en donde residen las personas encuestadas.....	33
Figura 5 Nivel de educación concluido de los encuestados.....	34
Figura 6 Año del viaje a Santa Cruz – Galápagos.....	35
Figura 7 Expectativas de consumir alimentos o bebidas locales.....	36
Figura 8 Personas que consumieron alimentos o bebidas locales.....	37
Figura 9 Alimentos locales de Galápagos.....	38
Figura 10 Bebidas locales de Galápagos.....	39
Figura 11 Tipo de cocción de alimentos.....	40
Figura 12 Calidad de los alimentos.....	41
Figura 13 Calidad del servicio.....	42
Figura 14 Costo/beneficio.....	43
Figura 15 Cocina local.....	44
Figura 16 Cocina vivencial en el lugar.....	45
Figura 17 Satisfacción en el turismo gastronómico 1.....	46
Figura 18 Satisfacción en el turismo gastronómico 2.....	47

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de carácter investigativo se enfoca en el análisis de la cocina local en la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos, se estudió la gastronomía del cantón teniendo en cuenta los diferentes menús locales tanto en alimentos y bebidas, adicionalmente se tomó en cuenta el análisis de los productos agrícolas y los que provienen del mar. El arte culinario ecuatoriano es un recurso tangible que coexiste en la historia cultural de los pueblos y comunidades, la cocina local como oferta gastronómica para los comensales se incrementó paulatinamente con un distinto enfoque.

La comida local es importante y añade un valor agregado a la zona dentro de una ruta turística, se considera como una fuente de ingreso directo a la familia que lo promueve y los distribuye en un local, se recalca también la importancia de competitividad turística en las ciudades del mundo que aplica las tradiciones culinarias, costumbres culturales y festividades gastronómicas, en consecuencia lo que se demanda es el disfrute del turista y brindar una experiencia inolvidable para el comensal más exigente.

El turismo se consolida como una de las industrias que más aporta al PIB de una nación, es una actividad económica importante, tiene gran relevancia a nivel mundial y de forma particular en la economía ecuatoriana, es un sector con estrategias en el sistema económico del país.

PALABRAS CLAVE: COCINA LOCAL, GASTRONOMÍA, SANTA CRUZ, GALÁPAGOS, TURISMO.

ABSTRACT

This investigative project focuses on the analysis of the local cuisine in the gastronomic offer of Santa Cruz - Galapagos, the gastronomy of the canton was studied taking into account the different local menus in both food and beverages, additionally the analysis was taken into account of agricultural products and those that come from the sea. Ecuadorian culinary art is a tangible resource that coexists in the cultural history of towns and communities, local cuisine as a gastronomic offer for diners gradually increased with a different approach.

Local food is important and adds value to the area within a tourist route, it is considered as a source of direct income to the family that promotes it and distributes it in a local, the importance of tourism competitiveness in the cities of the world that apply culinary traditions, cultural customs and gastronomic festivities, consequently what is demanded is the enjoyment of the tourist and provide an unforgettable experience for the most demanding diner.

Tourism is consolidated as one of the industries that contributes the most to the GDP of a nation, it is an important economic activity, it has great relevance worldwide and particularly in the Ecuadorian economy, it is a sector with strategies in the economic system of the country.

KEYWORDS: LOCAL FOOD, GASTRONOMY, SANTA CRUZ, GALÁPAGOS, TOURISM.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

En el siguiente contenido investigativo se tomó en cuenta distintas referencias bibliográficas relacionadas con el tema de estudio, estos antecedentes investigativos están sustentados por diferentes fuentes en especial la de los autores que se citará para la resolución de la problemática expuesta.

El arte culinario ecuatoriano es un recurso tangible que coexiste en la historia cultural de los pueblos y comunidades, la cocina local como oferta gastronómica para los comensales se incrementó paulatinamente con un distinto enfoque. El presente contenido investigativo de entorno gastronómico, cultural y social, está planteado en el cantón Santa Cruz provincia de Galápagos. La cocina ecuatoriana en su entorno, abarca variedades e infinidad de productos con diversos orígenes. Por ende la gastronomía nacional tiene una infinidad de diversidad.

Iniciando con **López, (2019)** concreta que la diversidad de los ecuatorianos junto con el apoderamiento de los extranjeros especialmente de alemanes, noruegos y americanos, concibieron que la cocina de la isla sea una innovación de sabores que impacta a los paladares más exigentes.

Según lo que menciona **González Figueroa, (2017)** en su investigación “la identidad de la cocina mexicana patrimonial como sustento de desarrollo rural: el paradigma de la meseta purépecha”, la influencia de la cocina local puede ser tan notable para una comunidad que genera una consecuencia positiva para el desarrollo de la oferta gastronómica local hacia los comensales, los platos son únicos y exóticos porque los productos son endémicos con alta calidad y lo que más resalta es su frescura. Los propietarios de los restaurantes tienen una idea intacta sobre los turistas, y es el reconocimiento y la degustación en sus diferentes platos alrededor del mundo. Esta actividad dinamiza la economía local como también rescata y valora los platos típicos de una sociedad.

Seguidamente, según **Hernández Rojas & Dancausa Millán, (2018)** la gastronomía local es la esencia para el desarrollo de una sociedad y fomenta una cultura gastronómica distinta a otros lugares, cada una de las comunidades a nivel mundial se identifican por su cultura, tradición, costumbre y por lo tanto por su sabor. Las recetas culinarias forman parte de la gastronomía tradicional de un lugar o región que son transmitidas de generación en generación, la motivación principal de un turista es degustar un platillo tradicional del lugar que lo visita, a la vez se oferta su cultura y sus productos endémicos de la zona visitada.

En el documento de investigación “Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico” según **Cuevas et al., (2018)** mencionan que la comida local es importante y añade un valor agregado a la zona dentro de una ruta turística, se considera como una fuente de ingreso directo a la familia que lo promueve y los distribuye en un local, se recalca también la importancia de competitividad turística en las ciudades del mundo que aplica las tradiciones culinarias, costumbres culturales y festividades gastronómicas, en consecuencia lo que se demanda es el disfrute del turista y brindar una experiencia inolvidable para el comensal más exigente.

El mejor referente gastronómico de este prodigio de la naturaleza es la langosta, un fruto del mar de primera calidad. Según **Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR], (2018)** “la langosta es parte de la gastronomía de las islas Galápagos, apetecida por su sabor, calidad y suavidad de su carne, rica en vitaminas, minerales y baja en grasa”.

De seguida, según **Sánchez Pumayugra, (2017)** existe un plato muy endémico de las islas Galápagos, el ceviche de canchalagua o chitone, es un plato con potencial histórico, turístico y gastronómico. Es una fuente de alimento muy especial para los colonos, es un molusco que existe en otros lugares del mundo pero su consumo es común en las islas, este tiene gran valor nutricional, a la vez es muy apetecible para los turistas que visitan las islas encantadas.

El turismo se consolida como una de las industrias que más aporta al PIB de una nación, es una actividad económica importante, tiene gran relevancia a nivel mundial y de forma particular en la economía ecuatoriana, es un sector con estrategias en el sistema económico del país. Según el visualizador de información turística del

Ecuador, en sus indicadores económicos de turismo para el año 2019 el aporte al PIB del país fue de 2,2% que equivale al 2.398 millones de dólares, a la vez generó 5,2% de participación del empleo total (**MINTUR - Cuentas Satélite Turismo Banco Central del Ecuador, 2021**). Así, se mantuvo el equilibrio económico de las familias en todo el país.

De la misma forma en la investigación realizada por **Carvache et al. (2017)** analizan sobre la satisfacción de los turistas de la comida local y las particularidades de la demanda, es importante, con la finalidad de que los establecimientos de alimentos mejoren la oferta gastronómica con concordancia a la demanda, que busca un impacto positivo a la experiencia del comensal cuando estos los visitan.

Por otra parte **Millán et al. (2014)** mencionan que el hecho de potenciar los productos endémicos y platos singulares, hacen que la visita sea una experiencia única al paladar del comensal, además adicionan algunos productos que no cumplen con un estándar nutricional adecuado para el consumo, sino que estos a su vez pueden ser un factor importante para el producto turístico capaz de promover el turismo gastronómico de la zona.

En cuanto a investigaciones sobre el turismo gastronómico **Kivela & Crotts, (2006)** afirman que la gastronomía es muy variada y compleja, y que su génesis proviene de la cultura. Estos investigadores detectaron como error considerar únicamente a la gastronomía como el arte de cocinar y del buen comer, y llegaron a una definición más concreta. Según **Schlüter, (2009)** define al turismo gastronómico como la actividad turística en donde intervienen personas que a su elección definen destinos a visitar motivados por el producto turístico culinario. Asimismo, **Millán & Agudo, (2010)** concretan que el turismo gastronómico es demandado por las personas que se sienten atraídas por la variada comida existente de un lugar o por los productos agroalimentarios que se cultivan y se cosechan en la localidad.

En el artículo de investigación llevado a cabo por **Barrera & Bringas Alvarado, (2008)** mencionan que la gastronomía local no solo se refiere a la identidad cultural de una localidad, sino a la creación de un producto turístico de forma apropiada, basado en este concepto se da mayor importancia al destino como al producto.

Según, **Barrera & Bringas Alvarado, (2008)** plantean que no pueden exceptuar, que la materia prima, es la base de la gastronomía y se considera como un producto cultural que se deriva de una actividad agrícola en una determinada zona, por lo tanto, la valoración que las comunidades hacen de los colores, olores y sabores de los productos tienen un carácter histórico

Para **Henderson, (2009)** la gastronomía local es una parte fundamental en la identidad de un destino turístico, en su investigación destaca primordialmente a los alimentos como base principal, que se puede convertir en un recurso turístico tangible de una localidad y como consecuente el desarrollo de una región, enfatiza valores como la autenticidad, posicionamiento y diferenciación.

La oferta se refiere al fenómeno correlativo de la demanda, desde el punto de vista económico, se considera como la cantidad de bienes que se ofrece por medio de la venta con un precio definido en un tiempo indeterminado.

El comportamiento tipo de los productores o fabricantes se debe a la relación que existe entre el precio (P) y la cantidad ofrecida (CO); es decir incrementar la producción en cantidades (+CO) y aumentar el precio (+P) del producto o disminuir la producción (-CO) y reducir el precio (-P). esta ley puede también ejercer en función de la medida en que se ofrece un producto o servicio en respuesta al cambio que se efectúe por el precio, presentando tres tipos de elasticidad: elástica, unitaria y inelástica (**Ávila, 2006, p. 17**).

Si tomamos a la oferta desde los términos comerciales, no siempre es concebida como una promoción o descuento de temporada. Para **Hoyer & Debora Macinnis, (2013)** consideraron a la oferta como producto, servicio o experiencia que un establecimiento ofrece a sus clientes. Estos usuarios a su vez comparten diferentes comportamientos con la oferta al momento de comprar, usar y desechar. Según **Ávila, (2006)** menciona que la primera se encuentra en relación con el tiempo y el dinero.

La segunda se establece según la utilidad y beneficio que se obtenga sobre la oferta; y la tercera cuando el consumidor tiene presente que ya es el momento de dejar de lado una oferta y que existe una oportunidad para esperar o buscar una próxima (**Hoyer & Debora Macinnis, 2013, pp. 67-71**).

Mientras que **Gallegos, (2002)** en su libro sobre “gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes” concreta que inicialmente los establecimientos de alimentos como los restaurantes eran considerados espacios públicos en donde los comensales podían satisfacer sus necesidades fisiológicas como alimentarse. Con el transcurso de los años muchos factores como la economía, sociedad, tecnología y cultura influyeron en la gastronomía mundial. En la actualidad algunos establecimientos de alimentos como las cafeterías y restaurantes cumplen una función específica y de interés social en donde las personas acuden a estos sitios en busca de un producto y/o servicio con la finalidad de satisfacer sus necesidades y generar una experiencia.

Una de las cuestiones más importantes que señala el **Equipo de profesores del centro de documentación, (s.f.)** “Las ofertas gastronómicas se hallan encuadradas en el concepto de producción de servicios, expresión que, dentro del marketing, se conoce con el neologismo servucción, obtenido de producción y servicios.” En ese sentido, hace referencia a que el comensal recibe un amplio producto y/o servicio dentro del establecimiento en la cual experimenta distintas situaciones de acuerdo a sus gustos.

En un principio la producción se refería a la productividad de bienes materiales tangibles como una mesa, una casa, un celular. Sin embargo la producción de servicios se refiere a un concepto intangible como la amabilidad, cortesía, comodidad, iluminación entre otros. Es así que el **Equipo de profesores del centro de documentación, (s.f.)** concretó que, “la servucción comprenda aspectos tan variados como: el cliente, el soporte físico y el personal en contacto.” Por lo tanto, estos aspectos siguen una secuencia en donde se sintetiza lo tangible con lo intangible y cumplen con la servucción.

1.2 Descripción de las variables

LA COCINA LOCAL

Cocina tradicional, regional y local

La cocina tradicional local es considerada como un patrimonio intangible dentro de una sociedad. Es una actividad que sufrió cambios en el transcurso del tiempo, durante generaciones se ha enriquecido y modificado de acuerdo al lugar en donde se desarrolla.

Las cocinas constituyen un elemento de sinergia sobre diversos aspectos de la vida de las comunidades: la agricultura, la dieta, los mercados tradicionales, las formas de conservar los alimentos, las tradiciones, los procedimientos desde las viejas tecnologías hasta las innovaciones más recientes. Así como también las cocinas están al centro de procesos de intercambios culturales regionales que van conformando las identidades en el ir y venir de sus pobladores. Sin duda, dinámicas como la globalización y sus efectos de homogenización están presentes en las dinámicas culturales, sin embargo lejos de creer que hay que instalarnos en el plano de lo global, afirmamos que las cocinas regionales tradicionales y sus procesos continuos de enriquecimiento se gestan y se producen en el espacio de lo local, es decir en nuestro espacio, aquel que habitamos, conocemos y se va transformando con el impulso de múltiples fuerzas sociales (**Padilla, 2006, pp. 23-26**).

De igual forma Padilla concreta que las cocinas tradicionales locales se componen de saberes y prácticas, que constituyen parte fundamental de las herencias de una sociedad y de las comunidades, estas a la vez dinamizan la economía de las regiones o de las localidades. Por lo tanto propone que:

Dicho patrimonio intangible u oral se distingue por su capacidad de evocar valores, sabores, modos estilos, sazones que en cada ocasión se materializan en un platillo o una manufactura para el paladar y la celebración. Por ello en

torno a las cocinas, históricamente se han organizado las sociedades dando forma a una gama inmensa de estilos de vida relacionadas con la producción en el campo, los sistemas de abasto y comercialización de alimentos, las técnicas y procedimientos de prepararlos, los artefactos y objetos de uso y los modos de compartir la mesa. Es decir que los alimentos forman parte fundamental de las economías regionales y locales y su conservación, preservación, y aprecio posibilitan estimular su potencial e impacto sobre otras vertientes de la vida material y simbólica de cada lugar (**Padilla, 2006, pp. 23-26**).

De la misma forma, según los investigadores **Meléndez Torres & Cañez de la Fuente, (2010)** mencionan que la alimentación es una parte fundamental de una sociedad; la incidencia junto con el desarrollo tienen relación en la forma que comemos, en cómo se obtiene los alimentos o su preparación. El progreso de la industria y los nuevos comercios, han hecho posible la creación de nuevos productos alimenticios, por lo tanto nuevas formas de conservación, producción y preparación. Asimismo, surgieron nuevos espacios para socializar mientras ingerimos comida. Actualmente, el trabajo, la moda y la mercadotecnia son importantes en la incidencia de comer dentro de la cocina.

Por otra parte, **Meléndez Torres & Cañez de la Fuente, (2010)** aseguran que la diferenciación y desarrollo de la alimentación con la cocina, se vincula directamente con la producción, con los productos comestibles y de consumo; la distribución de la misma forma de los aspectos sociales, económicos y culturales que lo representan. Es decir, requerimos la información del sistema alimentario regional del que depende nuestro repertorio de alimentos también de los aspectos sociales, históricos, políticos y económicos, conjuntamente con la globalización, que consecuentemente influyen en la alimentación y las actividades culinarias de cada comunidad.

Sistema alimentario regional entendido como el carácter complejo de las relaciones interdependientes asociadas a la producción, distribución y consumo de los alimentos que se han ido estableciendo a lo largo del tiempo y del espacio con el fin de resolver los requerimientos alimentarios de las poblaciones humanas. A su vez, se reconoce la relación entre las diferentes fuerzas que actúan en los flujos de mercancías que van desde los productores a los

consumidores y se acepta, por otra parte, que los sistemas alimentarios son realidades dinámicas, en las que se dan elementos de continuidad y de cambio a partir de la evolución de procesos sociales que delimitan las formas en que los alimentos son producidos, distribuidos y consumidos (**Contreras & Gracia, 2005, p. 47**).

En particular, la gastronomía está relacionada directamente a la forma en la que somos y a lo que pertenecemos según nuestra historia, los diversos pueblos tienen su propia identidad que los diferencia de otros. Según **Mintz, (2003)** concreta que alimentarse no es una actividad netamente biológica pues los “alimentos que se comen tienen historias asociadas con el pasado de quienes los comen; las técnicas empleadas para encontrar, procesar, preparar, servir y consumir esos alimentos verían culturalmente y tienen sus propias historias”. En este sentido, **Álvarez, (2002)** considera a la alimentación como un hecho social diverso y complejo en la que se resalta los movimientos de producción y consumo tanto material como simbólico. Pero es dentro de la cocina tradicional en donde se desarrollan los saberes y las prácticas culinarias, que son parte de la identidad cultural. Con referencia a ello propone lo siguiente:

Dicho patrimonio intangible u oral se distingue por su capacidad de evocar valores, sabores, modos, estilos, sazones que en cada ocasión se materializan en un platillo o una manufactura para el paladar y la celebración. Por ello en torno a las cocinas, históricamente se han organizado las sociedades dando forma a una gama inmensa de estilos de vida relacionadas con la producción en el campo, los sistemas de abasto y comercialización de alimentos, las técnicas y procedimientos de prepararlos, los artefactos y objetos de uso y los modos de compartir la mesa. Es decir que los alimentos forman parte fundamental de las economías regionales y locales y su conservación, preservación y aprecio posibilitan estimular su potencial e impacto sobre otras vertientes de la vida material y simbólica de cada lugar (**Padilla, 2006, pp. 23-26**).

A su vez **Jáuregui, (2002)** asegura que para satisfacer la necesidad biológica más importante, se utiliza los alimentos que culturalmente se conoce en el ámbito local, para su consumo se modificó de acuerdo al producto y se readaptó, condimentó

también se sometió a varios tipos de manipulaciones físicas-químicas con el objetivo de mejorar su palatabilidad. Según **Giard, (1999)** se refiere al arte culinario como efecto de un conjunto de conocimientos y prácticas de una sociedad y **Shultz & Luckman, (1973)** señalan que son parte de la experiencia grupal sedimentada.

Duhart, (2004) menciona que la alimentación es la parte fundamental de la cultura e identidad, están representados por productos agrícolas e industriales, técnicas que se utilizan dentro de la cocina, los mismos platos y en especial el modo de consumo que una persona lo considera dentro de una sociedad determinada. Se lo define como identidad cultural alimentaria (ICA), de acuerdo con Duhart “puede nutrir, lejos de las mesas físicas, un imaginario complejo”. De acuerdo con **Fischler, (1995)** concreta que la humanidad se nutre de lo imaginario y de los alimentos. “El hombre es un ser omnívoro, que tiene la libertad de elección pero el condicionamiento de la variedad” (**Fischler, 1995**). De la misma forma Aurelio Domínguez define de lo que es cocina:

Uno de los elementos culturales que da identidad a una comunidad, a un pueblo, a una sociedad en general. Se trata de un conjunto de conocimientos que se arraiga a tal grado en los individuos que cuando esta sociedad se desintegra, por emigración de sus miembros, por dominación política extranjera u otros factores, los sabores culinarios prevalecen en ellos más que la misma lengua que articula su cohesión social como comunidad (**Domínguez, 2006, p. 13**).

Seguidamente como señala **Montecino, (2006)** “las distintas sociedades humanas han construido un escenario alimenticio en el cual juegan y se entrecruzan un conjunto de elementos que se desplazan desde lo fisiológico a lo simbólico, pasando por los gustos, la estética, las técnicas y los protocolos”. Para **Lévi-Strauss, (1970)** la cocina es un lenguaje en el que la sociedad codifica mensajes de lo que para ella es.

Islas Galápagos

Es un archipiélago que se sitúa a casi 1000 kilómetros de la costa continental ecuatoriana. En 1835 la visita del naturalista inglés Charles Darwin, duró cinco semanas, pasó diecinueve días desembarcados. Este corto recorrido es clave en la historia mundial de la cosmología occidental, fue el inicio del estudio y comprensión científica del origen de los organismos vivos **(Quiroga & Sevilla, 2016)**.

A un poco más de 972 kilómetros de la costa ecuatoriana se erige uno de los paraísos más demandados en el ámbito turístico mundial. Se considera como patrimonio natural de la humanidad que abarca trece islas grandes, seis medianas y 215 islotes. En la parte alta existen enigmáticos bosques y a nivel del mar rocosos suelos, que surgieron hace poco más de cinco millones de años, la creación de estos fue producto de la actividad tectónica del suelo marino **(MINTUR, 2015)**.

Estas islas son apreciadas como un territorio donde se guarda todo el conocimiento y pensamiento de Darwin sobre la teoría de la evolución, un poco más de un siglo después de su publicación de su gran obra, Julián Huxley, primer director general de la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), además de ser biólogo evolutivo, mencionó que la flora y la fauna del archipiélago, le convencieron a Darwin en sostener su teoría de la evolución **(Eibl-Eibesfeldt, 1958)**.

Las Galápagos son hoy uno de los lugares más estudiados por los naturalistas y científicos, en especial los marítimos, alberga un parque nacional que es considerado por mucho tiempo como un modelo de conservación mundial, anualmente arriban miles de turistas tanto nacionales como extranjeros, a este efecto evolutivo natural, se lo deben, en gran medida, a Charles Darwin **(Grenier, 2007)**.

Las islas galápagos son un ícono de la evolución y la conservación que constituyen un ejemplo de sostenibilidad para el mundo. Las actividades turísticas que se desarrollan en este destino natural del Ecuador están amparadas bajo un modelo de ecoturismo, se busca maximizar la participación local y conservación de los recursos naturales.

Las islas encantadas es “sinónimo de patrimonio natural, biológico, histórico y cultural de la humanidad” (MINTUR, 2012), es considerada como una de las maravillas y destinos más cotizadas a nivel mundial, es tal el motivo que las diferentes autoridades y ciudadanía deben cuidar esta herencia natural.

El sinnúmero de especies endémicas creó una importancia notable en el archipiélago, por tal motivo la UNESCO lo nominó Patrimonio Natural de la Humanidad en 1979 y Reserva de la Biósfera en 1985. Las islas Galápagos es una provincia que debe su nombre a las tortugas gigantes, animales que han existido durante millones de años, se localiza a 972 kilómetros del Ecuador continental en el océano pacífico. Charles Darwin de origen británico efectuó diversos estudios que posteriormente publicó en su afamado libro “el origen de las especies” en 1859 (MINTUR, 2012).

Las Galápagos son consideradas como las islas encantadas a nivel mundial, es un patrimonio natural de la humanidad, además reconocida por su biodiversidad y un ejemplo de desarrollo sostenible. En este magnífico lugar se puede degustar de un exquisito café orgánico cultivado en sus tierras volcánicas; y, de una extensa variedad de platillos elaborados principalmente de productos del mar que se consigue de una pesca responsable (MINTUR, 2018).

En las islas existen dos temporadas climáticas: entre enero y mediados de junio es la húmeda-caliente que alcanza un promedio de hasta 30°C, en cambio la otra temporada se extiende el resto del año desde mediados de junio a diciembre se considera como seca, se registran temperaturas que bordean hasta los 22°C.

Para llegar a las islas Galápagos, se debe tomar un vuelo que parte de Quito o a su vez desde Guayaquil, el archipiélago cuenta con dos aeropuertos en la isla Baltra y en la isla San Cristóbal, en este último, la población de Puerto Baquerizo Moreno se encuentra a cinco minutos del aeropuerto, mientras que el asentamiento de Puerto Ayora se encuentra a 45 minutos de Baltra. Las aeronaves que arriban a Galápagos son fumigadas durante y después del vuelo, con un producto biodegradable que no produce daños a la salud de los pasajeros a la vez está recomendada por la Organización Mundial de Salud (OMS).

La canchalagua

La canchalagua o chitones (filo: Mollusca, clase: Poluplacophora), el habitat de estos crustáceos es comúnmente en zonas rocosas. La extracción de estos moluscos se lo realiza de manera artesanal especialmente por jóvenes y pescadores artesanales, se identificó 13 especies que habitan en las islas pero solo 6 son consideradas como endémicas. *Chiton goodalli* y *Chiton sulcatus* tienen mayor tamaño y su distribución se encuentra en las islas de Santa Cruz, Floreana, San Cristóbal, Fernandina, Española, Isabela y Santiago, estas dos especies son comúnmente las más cotizadas por los colonos y su consumo es una tradición **(Edgar, 2002)**.

Este molusco tiene escasos estudios científicos, el consumo de la canchalagua es muy limitado, se puede encontrar en pocos restaurantes en forma de ceviche. Según la historia fue muy cotizada por piratas y por los primeros colonos especialmente en las islas de San Cristóbal y Santa Cruz con la finalidad de sobrevivir **(Edgar, 2002)**.

La Canchalagua puede tener varios tipos de cocciones por lo que es considerado un fruto del mar difícil de cocinar, según **Sánchez Pumayugra, (2017)**, la mejor manera de consumirlo es de la siguiente manera: marinado y asado.

La técnica del marinado consiste en remojar el producto con líquidos adecuados en un tiempo determinado, la consistencia debe ser blanda y la adsorción de aromas, esta actividad tiene varias determinaciones que va depender del líquido que se sumerja, si se utiliza vinagre toma el nombre de escabeche, en cambio si se utiliza el zumo de un limón o de otro cualquier tipo de ácido toma el nombre de curtido o ceviche y si se mezcla con diferentes especias toma el nombre de adobo. Aunque este tipo de cocción se utiliza más en verduras es más utilizado con preferencia en carnes y mariscos **(Santa, 2017)**.

En cambio la técnica del asado consiste en que la proteína este en contacto directo con el calor del fuego, comúnmente esta técnica se lo utiliza en una parrilla que consiste en una estructura mecánica encima del fuego, este a su vez consiste frecuentemente en leña o carbón. Esta técnica es muy arcaica se utilizó al momento de descubrir el fuego hace millones años atrás **(Maglione, 2017)**.

La Langosta

La langosta (*Palinurus elphas*) es marisco que se caracteriza por tener la cabeza grande y espinosa, antenas muy largas y el rostro es pequeño. Es un artrópodo que no tiene pinzas y el resto del cuerpo está protegido por un caparazón de color marrón anaranjado. Como pesca responsable han establecido un tamaño estándar para su consumo legal que es de 23 centímetros, se requieren de aproximadamente 5 años para su desarrollo desde su estado larvario (**MINTUR, 2012**).

La denominada Real es la variedad de langosta con mayor pesca y consumo en las islas, también tiene un alto valor nutricional. Su carne es muy fina, consistente, blanca, sabrosa y delicada. Su aporte nutricional se recalca por un alto contenido de yodo, selenio, zinc, colesterol, proteínas, agua, fósforo, vitamina C y vitamina B12, y es principalmente rica en vitamina E, ácido pantoténico y minerales (**MINTUR, 2012**). Se destaca como uno de los mariscos con mayor ausencia de grasa.

La pesca y consumo de la langosta es responsable y sostenido, hace que este crustáceo se sirva en los meses de julio a diciembre según el monitoreo de la Dirección del Parque Nacional Galápagos (**MINTUR, 2018**).

Pesca artesanal

A partir de 1997 el gremio de los pescadores ha implementado la pesca artesanal vivencial que es una de las actividades turísticas sustentables a los pobladores de las islas, el turista aficionado a la pesca puede desarrollar sus habilidades desde temprano hasta el atardecer (**MINTUR, 2012**).

La pesca de altura, la pesca costera y el buceo de profundidad son unas de las actividades y servicios que se presta a los turistas, la más recomendada es el buceo porque permite observar toda la biodiversidad en el lecho marino (**MINTUR, 2012**).

Para terminar la jornada, los turistas pueden disfrutar de una cena preparada a su gusto con el producto de la pesca, dentro de límites definidos. La intención de esta iniciativa vivencial es convertir en un atractivo turístico la actividad pesquera y ofrecer

paquetes promocionales que atraigan a turistas deseosos de conocer cómo el pescador artesanal realiza sus actividades.

OFERTA GASTRONÓMICA

Turismo gastronómico

Términos como por ejemplo turismo gourmet, turismo de cocina o cocina turística y turismo de alimentos entre otros, sirven para identificar al turismo gastronómico (**López Guzmán et al., 2016**). Según los autores **Herrera et al. (2012)** asocian a un viaje parcial o total con la gastronomía de su destino, es el gusto de probar la comida de un lugar. Por lo tanto, el turismo gastronómico se define como el desplazamiento que realizan las personas en su tiempo libre, a un lugar diferente de su residencia habitual con la finalidad de conocer y degustar de la gastronomía local, adicionalmente con las actividades que se relacionan con ella.

De igual forma **Ignatov & Smith, (2006)** mencionan que el visitante consume o compra los productos distintivos de una región, además son participes en la producción de alimentos, en donde se práctica la agricultura, entre otras actividades. Asimismo, **Mascarenhas & Gândara, (2010)** concretan al turismo gastronómico como una modalidad de turismo cultural. Según el congreso del 2° Foro Mundial de turismo gastronómico de la Organización Mundial del Turismo realizado en la ciudad de Lima (**OMT, 2016**) este tipo de turismo se considera como actividad esencial para la promoción de recursos.

Por su parte, **González, (2013)** especifica tres tipologías que según su criterio identifican a un producto turístico, la vialidad que garantiza el acceso al lugar de visita, los atractivos del sitio y las facilidades dentro del lugar que permiten desarrollar la actividades turísticas. De igual manera, según **Nasimba & Cejas, (2015)** concretan que la gastronomía es una tipología dentro de las facilidades turísticas, constituye como a la vez genera un producto turístico en el cual es parte de la satisfacción del turista. Además, incluyen a los servicios gastronómicos, infraestructura y servicios

necesarios, como también la accesibilidad, amenidades turísticas, transporte y alojamiento.

La gastronomía dentro de las sociedades es un recurso que se considera fundamental para el desarrollo de los pueblos, es parte de la historia cultural, economía, social o ambiental. Es un estilo de vida en donde el comensal se manifiesta de acuerdo a los productos que consume, la cocina moderna se muestra en el ámbito urbano y lo tradicional en la zona rural, lo cual es un elemento intangible en la herencia cultural, es indispensable y necesario la innovación de productos culinarios dentro de la cocina local o regional. En este sentido, se debe promocionar la gastronomía con la finalidad de recurrir a los turistas para su consumo. Asimismo, el arte culinario involucra transmitir conocimientos acerca de todos los ámbitos que concretan una sociedad.

Iniciando con **Mitchell et al., (2012)** mencionan sobre la importancia que da el turista a la gastronomía, el conocimiento de esta, además de los valores, actitudes y estilos de vida de los viajeros, se puede hacer una valoración psicológica. Se clasifica en cuatro tipologías diferentes al turista gastronómico:

1. Amantes de la gastronomía: son aquellas personas que tienen un grado alto de educación en temas gastronómicos, siendo la motivación principal de su viaje catar diferentes productos o platos típicos del lugar que visita, así como comprarlos y aprender in situ. Suelen viajar continuamente a lo largo del año visitando restaurantes de prestigio (**Mitchell et al., 2012, pp. 311-335**).
2. Entendidos en gastronomía: son aquellas personas que aunque no tienen un grado alto de educación en temas gastronómicos, conocen relativamente bien el mundo de la gastronomía. Suelen tener una formación universitaria y la motivación principal de su viaje es llevar a la práctica lo que han leído en diferentes revistas especializadas (**Mitchell et al., 2012, pp. 311-335**).
3. Interesados en la gastronomía: son aquellas personas que no tienen una formación técnica en temas gastronómicos, pero les interesa este mundo. La motivación principal de su viaje es conocer algunos platos o productos típicos del lugar, aunque no con carácter

exclusivo sino como complemento de otras actividades turísticas **(Mitchell et al., 2012, pp. 311-335)**.

4. Iniciados en la gastronomía: son aquellas personas que por diferentes razones (como la publicidad de una ruta o el querer tener nuevas experiencias) se acercan a un restaurante, bodega, almazara, sin tener ningún tipo de conocimiento en este campo. La motivación principal del viaje es otra totalmente diferente a la gastronómica, pero aceptan, de forma secundaria, pasar unas horas dedicadas a la gastronomía **(Mitchell et al., 2012, pp. 311-335)**.

De la misma forma, según los autores **Hernández Rojas & Dancausa Millán, (2018)** señalan que el turismo gastronómico dejó de ser un producto turístico que se consideraba en una área específica como tradición culinaria y se transformó en un turismo universal que se puede realizar en cualquier lugar del mundo, que se identifica con un producto de calidad.

Actualmente, según **Reyes Uribe et al., (2017)** concretan que el turismo gastronómico se ha desarrollado notablemente por la influencia que tiene la gastronomía como fenómeno sociocultural además existe el interés de realizar estudios sobre este tema. Por lo tanto, el producto turístico y la cocina tradicional, debe tener un avance en la formación gastronómica de su personal referente al sector en mención, ya que existen consumidores exigentes con conocimientos y estudiosos dentro de la alta cocina, de igual forma se incrementó la competitividad entre los ofertantes.

Asimismo, según los escritores **Ignatov & Smith, (2006)** aluden que el desarrollo del turismo gastronómico depende de su incidencia con los recursos naturales de la localidad y con su cultura, de igual forma se toma en cuenta la satisfacción que la cocina emite al visitante por lo tanto es relevante el consumo local de su comida. Como mencionan **López Guzmán et al., (2016)** para la promoción de la gastronomía local es necesario identificar y establecer los recursos culinarios con una diferenciación clara, con la finalidad de presentar la gastronomía con equivalencia, consecuentemente, este tipo de turismo dinamiza la economía local, valoriza los conocimientos de las recetas tradicionales, utiliza ingredientes locales que crea oportunidades laborales en el sector, innova los establecimientos culinarios.

En este sentido, **Pérez Guilarte & Lois Gonzáles, (2016)** indican que los visitantes principalmente se interesan por las tradiciones de la cultura local, por lo tanto, crean una interrelación visitante-local. Además, señalan que el turista gastronómico es la parte esencial del consumo cultural, a más de constatar la legitimidad del lugar que lo visita.

Tipología de establecimientos en restauración

El mesonero francés Boulanger colocó una frase en la entrada de su local de comida que se ha considerado como el primer restaurante de Francia y también del mundo: “Venite ad me vos qui atomacho laboratis et ego restaurabo vos” que traducido al español es: “Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré”. La génesis de la palabra restaurante surgió por el término de restaurar y actualmente es utilizado en distintos idiomas a nivel mundial (Laza Muñoz & Lambiés, s.f.).

El fin de las empresas de restauración a nivel global es brindar un producto tangible que es la comida y la debida a todos los comensales que lo intercambian por un precio monetizado, los comensales pueden consumir dentro de los establecimientos o fuera de él. Sumado a esto, la restauración evolucionó diferentes fórmulas adaptadas a las necesidades de los consumidores (Fernández, 2014).

- Restauración clásica

Según los escritores, **Laza Muñoz & Lambiés, (s.f.)** mencionan que las nuevas tecnologías de producción, conservación o software, son ausentes en este tipo de restaurantes y generalmente no utilizan, adicionalmente este tipo de establecimientos no desarrollan las áreas de marketing y administración. Este tipo de restaurantes se originó antes del nuevo milenio y siguen una línea ya establecida desde su inauguración, además mantienen la misma oferta gastronómica y tipo de servicio, su comida se basa generalmente en la cocina local o regional.

- Restaurante clásico con servicio de mesa

En estos establecimientos los alimentos y bebidas son servidos en las mesas de los comensales, proviene de la restauración clásica. El cliente es atendido personalmente por un mesero en todo el tiempo que lo requiere.

De la misma forma los investigadores **Laza Muñoz & Lambiés, (s.f.)** citan las siguientes categorías de los restaurantes de servicio de mesa.

- ✓ Restaurante gastronómico o gourmet: “estos establecimientos tienen un nivel superior y en cuya oferta gastronómica se encuentran productos considerados como delicatessen, gourmet o en cuya elaboración se han aplicado técnicas refinadas o vanguardistas” (**Laza Muñoz & Lambiés, s.f.**). En este sentido se considera que el comensal debe contar con un presupuesto acorde al establecimiento en el cual ingiere los alimentos. En estos restaurantes el servicio a la mesa, los materiales empleados, el personal de cocina y el lugar tienen concordancia con el nivel de profesionalidad, el precio es más alto que la media y son reconocidos en las guías de restaurantes más importantes.
- ✓ Restaurante familiar: en la investigación “ofertas gastronómicas” realizada por **Laza Muñoz & Lambiés, (s.f.)** mencionan que la comida se basa en la cocina tradicional y principalmente de la región, el servicio es de mesa, existe ausentismo de profesionalidad y los precios son asequibles.

De forma general, existen varias diferencias entre estos dos tipos de restaurantes, como: la ubicación, valoración del predio, menú, profesionalismo, etc. En la primera, su estructura es más compleja; y, existe un organigrama funcional y estructural, se rige a una planificación y además cumple con un presupuesto. En la segunda su estructura es más sencilla porque la producción no requiere de tecnicismos, su comida es más de tradición.

- Restaurantes por especialidades

Estos establecimientos cumplen un tipo específico de servicio y oferta gastronómica concreta, citamos algunos de ellos.

- ✓ Brasserie: es una palabra francesa que nomina a una cervecería, en la actualidad este término se utiliza para referirse a los establecimientos tipo pub inglés, además de servir cerveza también se oferta comidas a cualquier hora del día, guardan un equilibrio entre lo elegante e informal (**Laza Muñoz & Lambiés, s.f.**).
- ✓ Bistró: son restaurantes familiares, pequeños y modestos que en su menú contiene una lista pequeña de comida cacera y tradicional, normalmente en estos establecimientos tienen una selección de vinos y quesos de la localidad (**Laza Muñoz & Lambiés, s.f.**).
- ✓ Cafetería: habitualmente se ubican en centros comerciales, bloques de trabajo u oficinas; y, sobre todo en lugares de paso. Son negocios que ofertan principalmente el café en todo el menú, la atención se centra desde el desayuno hasta la comida, también se consume pequeños bocadillos, galletas, pasteles, entre otros productos de la casa (**Laza Muñoz & Lambiés, s.f.**).

- Restauración moderna

Se considera empresa de restauración moderna aquella cuya prestación de servicios de restauración muestra síntomas evidentes de aplicación de técnicas y sistemas de explotación, gestión y servicios al cliente. Según **Laza Muñoz & Lambiés, (s.f.)**:

Dentro del concepto se debe incluir la percepción de cadena, y también la introducción del modelo de franquicia como eje del negocio. En términos prácticos o reales se encuentran aquellas empresas cuya plantilla mínima media a lo largo del año se sitúa en torno a los 75 empleados, tienen una facturación anual mínima de 5,5 millones de euros, realizan compras a nivel conjuntas y tienen un alto nivel de profesionalización en la empresa (**Laza Muñoz & Lambiés, s.f., p. 25**).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Analizar la cocina local en la oferta gastronómica del cantón Santa Cruz de las Islas Galápagos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los platos de la cocina local del cantón Santa Cruz de las Islas Galápagos.
- Detallar la oferta gastronómica del cantón Santa Cruz.
- Proponer un recetario específico de la cocina local para la oferta gastronómica de los comensales.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Para el siguiente contenido investigativo en donde su fin es estudiar la cocina local en la oferta gastronómica del cantón Santa Cruz, ubicado en las Islas Galápagos, se empleará diversas técnicas, adicionalmente se detallará los materiales y los métodos utilizados.

Es la base de los conocimientos que se encarga de la elaboración, definición y sistematización del conjunto de técnicas y procedimientos, que se debe seguir en el transcurso del desarrollo de la investigación, con la finalidad de producir conocimientos e información verificada. La metodología, orienta el modo en la que se va a enfocar en el transcurso de la investigación y la correcta manera de recolectar, analizar y clasificar toda la información receptada, se tiene en cuenta que el objetivo principal es que tenga validez y cumpla con todos los estándares científicos sustentados. Por lo tanto, según **Aguilera Hintelholher, (2013)** concibe a la metodología como una norma científica, encargada de revisar los fundamentos y eficacia de los procedimientos manipulados en el trabajo de investigación.

2.1 Materiales

2.1.1 Encuesta para los comensales

Iniciando con **Kido Cruz et al. (2018)** mencionan que, los estudios sobre satisfacción generalmente parten de dos ópticas bien estructuradas; el primero, se enfoca en la organización del estudio, frecuentemente utilizada por monopolios; en cambio el segundo, determina la consideración del usuario. En nuestro tema de estudio, el interés radica en conocer la satisfacción del comensal, por lo tanto, la población objetivo está conformada por todas las personas que se alimentaron o bebieron, productos locales de Santa Cruz-Galápagos.

Las preguntas están formuladas especialmente a todas las personas que visitaron o que residen en el cantón Santa Cruz de las islas Galápagos, la encuesta está conformada en dos partes; la primera consta de datos generales de la persona encuestada como son: sexo, edad, ciudad de residencia, nivel de educación, entre otras generalidades. La segunda parte está constituido por 25 preguntas de escala en donde 1 representa totalmente insatisfecho, 2 insatisfecho, 3 algo satisfecho, 4 satisfecho y 5 totalmente satisfecho, en temas como: calidad de los alimentos, calidad del servicio, costo/beneficio, cocina local, cocina vivencial en el lugar. Finalmente se valorará la satisfacción en el turismo gastronómico.

Para la recolección de datos se utilizó una herramienta de entorno virtual denominada google formularios en la cual se difundió su link para la obtención de información de los encuestados.

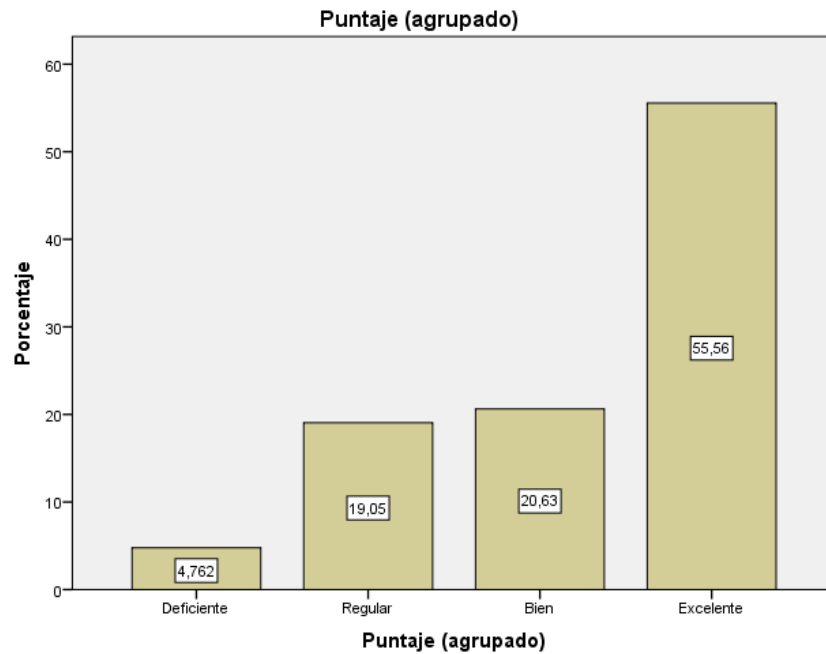
Finalmente, se hizo el análisis respectivo para que el cuestionario sea aplicable, con la inicial muestra se realizó el estudio en el programa estadístico SPSS en donde se planteó una valoración para la ejecución del formulario. A continuación se sustenta lo antes mencionado.

Tabla 1 Recuento del puntaje

		Puntaje (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	3	4,8	4,8	4,8
	Regular	12	19,0	19,0	23,8
	Bien	13	20,6	20,6	44,4
	Excelente	35	55,6	55,6	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Nota. En el recuento se observa que se analizó el total de la muestra inicial con sus porcentajes de aplicabilidad, por lo tanto es válido aplicar el formulario.

Figura 1 Valoración real de la escala en porcentaje.



Nota. Se observa que el test compuesto por escalas de Likert es aplicable en un 55,56%.

Además se analizó las opciones de respuesta y las posibles afirmaciones positivas que estarán en el test de evaluación.

Tabla 2 Formulario con escala de Likert.

Opciones de respuesta	Afirmaciones positivas
Totalmente satisfecho	5
Satisfecho	4
Algo satisfecho	3
Insatisfecho	2
Totalmente insatisfecho	1

Nota. Se aplicará en el desarrollo de la encuesta.

2.1.2 Población

La población es el conjunto total de individuos u objetos de los que se desea estudiar o conocer algo específico dentro de una investigación. “el universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros” (**Pineda et al., 1994**). Mientras que según, **Porras Velázquez, (s.f.)** menciona que una población es finita si el proceso de conteo de las unidades que la conforman puede completarse o si incluye un número limitado de medidas u observaciones.

Por lo tanto, es necesario delimitar el fenómeno de estudio que forma parte de la investigación, se obtiene al momento de establecer la población, la muestra y el tamaño de la muestra. En la presente investigación la población de estudio es el cantón Santa Cruz.

2.1.3 Muestra

En este punto la muestra se denomina como el subconjunto de la población en la que se llevará a cabo esta investigación de variable cualitativa, es el fenómeno a estudiar, no se conoce el tamaño de la población por lo que no existe estudios estadísticos previos referentes al tema. Se denominará de carácter no probabilístico por razones de que no toda la población forma parte del subconjunto de estudio es decir de la muestra.

2.1.4 Cálculo de la muestra

Para el cálculo y análisis de la muestra se desarrolló la siguiente fórmula estadística. El resultado se obtendrá sustituyendo los valores que se detallan en la tabla.

$$n = \frac{Z\alpha^2 x p x q}{d^2}$$

Tabla 3 *Cálculo de la muestra*

Cálculo de la muestra

Variab les	Detalle	Valor
n	Es el tamaño de la muestra que se busca.	X
Za ²	Es la constante del nivel de confianza que se asigne 95%	1,96 ²
p	Probabilidad de éxito o proporción esperada	0.5
q	Probabilidad de fracaso	0,5
d ²	Precisión es el error máximo admisible en términos de proporción	0,05

Nota. Para el cálculo de la muestra se identifica las variables con su valor para luego remplazar en la fórmula estadística propuesta.

$$n = \frac{Za^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2}$$

$$n = 384$$

El resultado arrojado demuestra que es un subconjunto de la población, es el número total del fenómeno de estudio por lo cual se debe aplicar a 384 personas, es una muestra que sobrepasa las 100 aplicaciones y por consiguiente es un muestreo.

2.2 Métodos

Es un proceso que se debe cumplir durante la investigación del tipo que sea, por lo tanto es muy importante la identificación de una correcta metodología, el fin de este paso principalmente es la recopilación, comprensión, prevención y análisis de todos los datos obtenidos durante el desarrollo de la información. Por lo tanto, emite un sustento en base a la comprobación o negación de hipótesis y el estudio de las variables.

El presente contenido investigativo es transeccional porque la recolección de datos se realiza en un momento determinado con la finalidad de estudiar las variables propuestas, también se considera como una investigación no experimental, es decir genera estudios y conocimientos para su posterior análisis.

2.2.1 Descriptiva

Es un tipo de investigación en donde se obtendrá una descripción total de las variables de estudio que se ha propuesto para el desarrollo de la investigación, se conseguirá obtener información valiosa utilizando un instrumento adecuado y sustentado por profesionales, para analizar la satisfacción en la cocina local de Santa Cruz perteneciente a la provincia de Galápagos, por lo cual habrá conclusiones favorables con el instrumento utilizado.

2.2.2 Correlacional

La finalidad en este punto es analizar y describir la relación que existe en las variables propuestas para el estudio del tema, la cocina local y la oferta gastronómica mediante la utilización del instrumento de estadística, en un momento definitivo.

Tabla 4 *Hipótesis*

N°	Hipótesis
H₀	La cocina local no se relaciona con la oferta gastronómica.
H₁	La cocina local si se relaciona con la oferta gastronómica.

Nota. Durante la investigación se trabaja con las dos hipótesis propuestas y una de ellas será comprobada en el análisis estadístico.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

3.1.1 Análisis de validez y fiabilidad cualitativa

Con la finalidad de destacar la confiabilidad de la investigación se desarrolló las consultas pertinentes a dos expertos referentes en la materia, para sustentar y validar el cuestionario que se agilitará a las diferentes personas encuestadas, de igual forma, los profesionales complementaron la información presentada en el documento.

En el ámbito gastronómico se consultó al Chef Ejecutivo del Hotel Emperador de la ciudad de Ambato, Mario Chagñay Ríos. Mientras que en el ámbito investigativo se contactó a la Ingeniera María Fernanda Viteri, que se destaca como Docente Investigador de la carrera de Turismo y Hotelería en la Universidad Técnica de Ambato. Para la validez del cuestionario se desarrolló un formato propuesto por el estudiante investigador que será presentado como sustento en los anexos de este documento.

Finalmente, con el estudio y análisis respectivo se realizó las correcciones pertinentes al formato presentado, se tomó en cuenta las observaciones emitidas por los expertos para así presentar y proceder con las encuestas que se desarrollaron en un ámbito virtual y se utilizó la herramienta google formularios, se procedió a compartir el link en diferentes plataformas para la obtención de información.

3.1.2 Análisis del índice de consistencia interna o fiabilidad

Iniciando con **Mitjana, (2021)** concreta, que dentro de la psicometría se estudia la medición y cuantificación de variables psicológicas del pensamiento humano, en donde se emplea un sistema compuesto por métodos, técnicas y teorías.

Dentro de esta disciplina se estudia el Alfa de Cronbach (α), se trata de un coeficiente que se utiliza para medir la fiabilidad de un test o cuestionario.

Para obtener un resultado fiable de la encuesta planteada, se analizará la técnica estadística nombrada alfa de Cronbach, en donde indica lo siguiente, si el resultado se aproxima a 1 la encuesta se denomina como un instrumento de medición excelente, en cambio si el resultado es 0 representa que es un instrumento no aceptable.

Tabla 5 Escalas referenciales de Alfa de Cronbach.

Variación numérica	Interpretación
0,9	Instrumento de medición excelente
Entre 0,9 y 0,8	Instrumento bueno
Entre 0,8 y 0,7	Instrumento aceptable
Entre 0,7 y 0,6	Instrumento débil
Entre 0,6 y 0,5	Instrumento pobre
< 0,5	Instrumento no aceptable

Nota. Contiene información que se utiliza para la interpretación de los datos obtenidos.

En la siguiente tabla se muestra un análisis piloto de 63 personas encuestadas inicialmente, en donde las preguntas contienen respuestas con escala de Likert, para el análisis se planteó 25 elementos sustentados por los expertos antes mencionados y se obtuvo un resultado de 0,979 lo cual indica que la encuesta es un instrumento de medición excelente.

Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad.

Alfa de cronbach	N° de elementos
0,979	25

Nota. El resultado está sustentado en un análisis de excel y en el programa estadístico SPSS.

De igual manera se ingresó los mismos datos en el programa estadístico SPSS que abarca a una muestra inicial de 63 personas encuestadas, a continuación se sustentan los resultados en la siguiente tabla.

Tabla 7 Resumen del procesamiento de los casos.

		N	%
Casos	Válidos	63	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	63	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

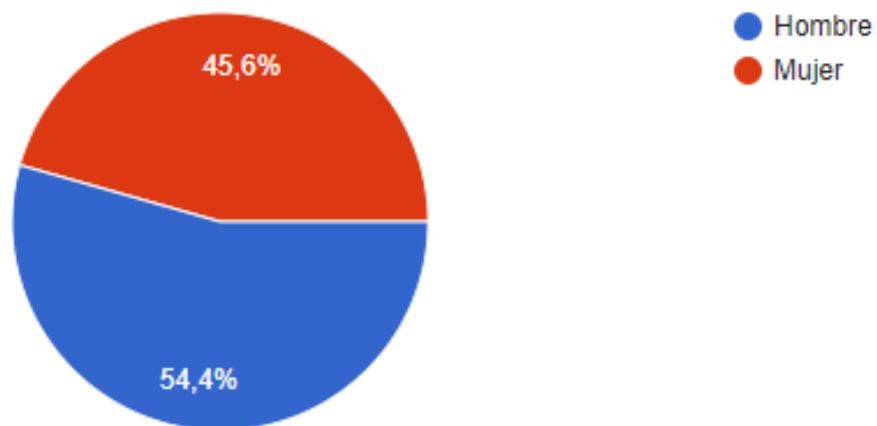
Nota. Las encuestas iniciales han sido aceptadas.

3.1.3 Análisis individual de las variables

A continuación se analizará e interpretará los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, sus generalidades y variables de estudio.

Sexo

Figura 2 *Sexo de las personas encuestadas.*

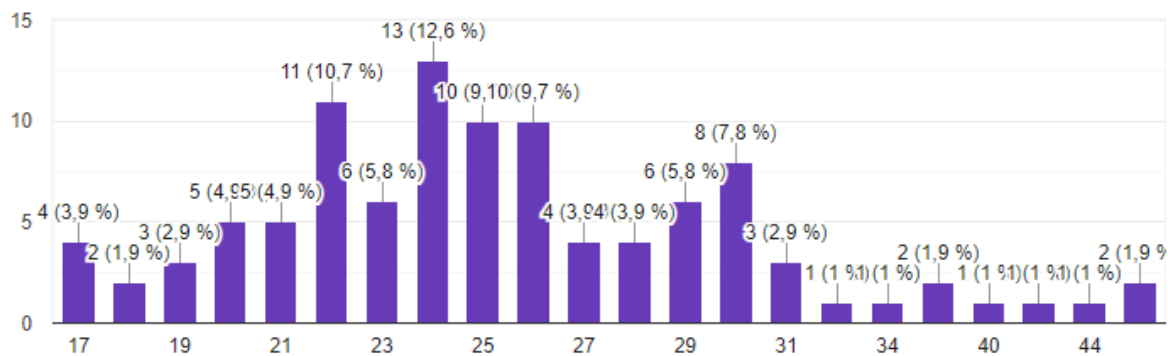


Nota. Se visualiza que la mayoría pertenece a encuestados hombres.

Análisis e interpretación: en el siguiente gráfico citado se puede apreciar que la mayoría de las personas encuestadas corresponden en un 54,4 % a los hombres y con respecto a las mujeres se valora en un 45,6 %. Es decir existe más hombres que han sido parte de una experiencia gastronómica local en el cantón Santa Cruz.

Edad

Figura 3 Edad de las personas encuestadas.

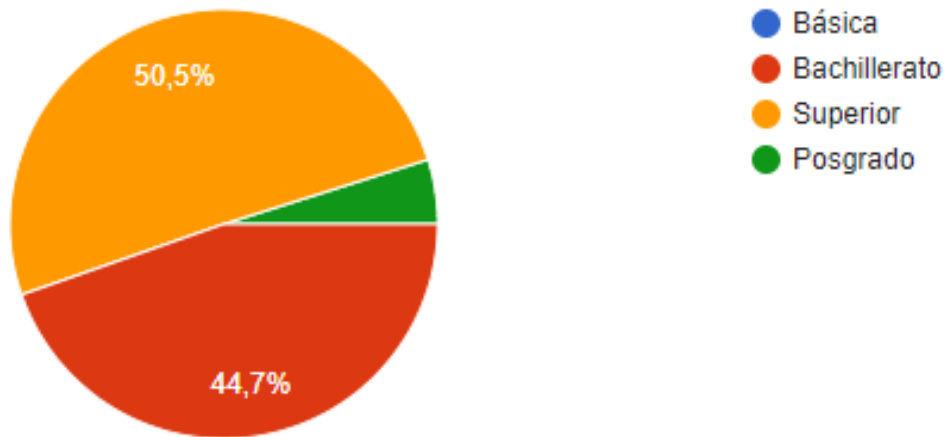


Nota. Las edades comprenden desde los 17 años hasta los 45.

Análisis e interpretación: como se observa en el gráfico se puede valorar que la mayoría de las personas encuestadas corresponden en un 12,6 % al grupo de los 24 años de edad. De igual forma son más los jóvenes que visitaron Santa Cruz o que a su vez viven en el cantón.

Nivel de educación

Figura 5 Nivel de educación concluido de los encuestados.

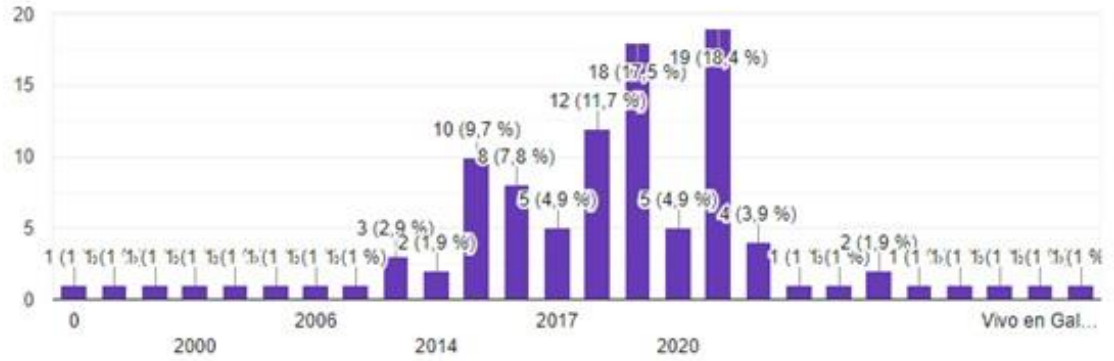


Nota. Las personas encuestadas aseguran tener el título de tercer nivel.

Análisis e interpretación: en el presente gráfico se muestra claramente que el 50,5 % de las personas encuestadas han superado el nivel superior de educación, seguidamente por un 44,7 % que corresponde al tipo bachiller y finalmente el 4,9 % han realizado estudios de posgrado. Cabe mencionar que nadie de los encuestados se encuentra en el nivel básico.

Mencione en que año realizó algún viaje hacia Santa Cruz, Islas Galápagos.

Figura 6 Año del viaje a Santa Cruz – Galápagos.

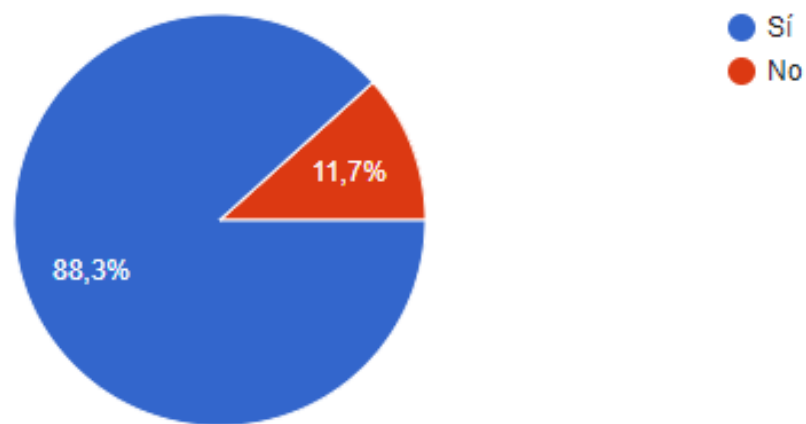


Nota. Algunas de las personas encuestadas residen en Santa Cruz.

Análisis e interpretación: en el conteo se examinó que dentro de la mayoría de los encuestados se encuentran a personas que viajaron o que residen en Santa Cruz; según la encuesta existen personas que viajan constantemente en los últimos años.

En el viaje que realizó en el año señalado en la pregunta 5, ¿Tenía expectativas de consumir alimentos o bebidas locales?

Figura 7 *Expectativas de consumir alimentos o bebidas locales.*



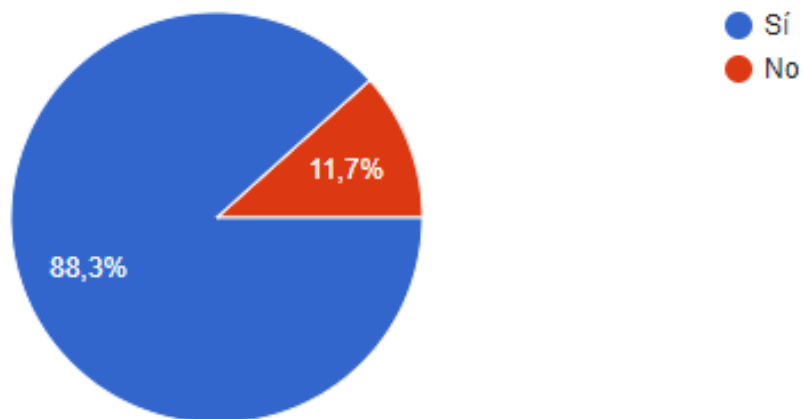
Nota. La mayoría señalaron que sus expectativas eran altas.

Análisis e interpretación: la mayor parte de las personas encuestadas que representan el 88,3 % aseguran que si tenían expectativas muy altas de consumir alimentos y bebidas locales de Santa Cruz, en cambio el 11,7 % no esperaban consumir estos productos.

En el viaje que realizó en el año señalado en la pregunta 5, ¿Consumió alimentos o bebidas locales?

Consumio ayer

Figura 8 *Personas que consumieron alimentos o bebidas locales.*

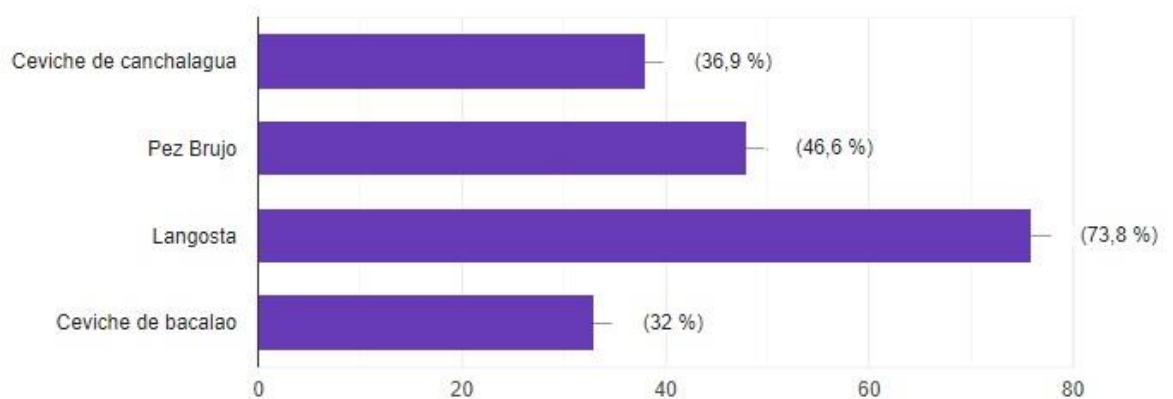


Nota. Hubieron personas que si se alimentaron localmente.

Análisis e interpretación: el 88,3 % de las personas encuestadas, aseguran que si llegaron a consumir productos locales como sus alimentos y bebidas, en cambio el 11,7 % no degustaron de estos productos. Este análisis concuerda con la pregunta anterior de tal modo de que las personas cumplieron y se satisficieron con sus expectativas.

Seleccione los alimentos locales de Galápagos que haya consumido durante su viaje.

Figura 9 Alimentos locales de Galápagos.

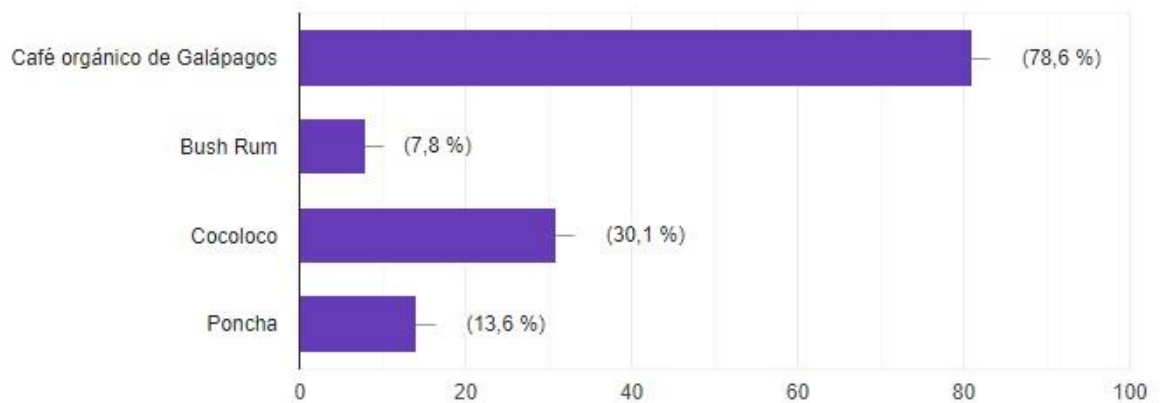


Nota. Se encuestó 4 platos locales sobresalientes.

Análisis e interpretación: el 73,8 % asegura haber consumido la langosta en sus diferentes cocciones, preparaciones y presentaciones, quiere decir que las personas tuvieron que viajar en cualquier fecha que comprende entre el 1 de julio y el 31 de diciembre ya que ese es el período permitido para la veda de la langosta en Galápagos. Además, el pez brujo es endémico y se consume en un 46.6 %, seguido por el ceviche de canchalagua en un 36,9 % y finalmente el ceviche de bacalao que representa el 32%.

Seleccione las bebidas locales de Galápagos que haya consumido durante su viaje.

Figura 10 *Bebidas locales de Galápagos.*

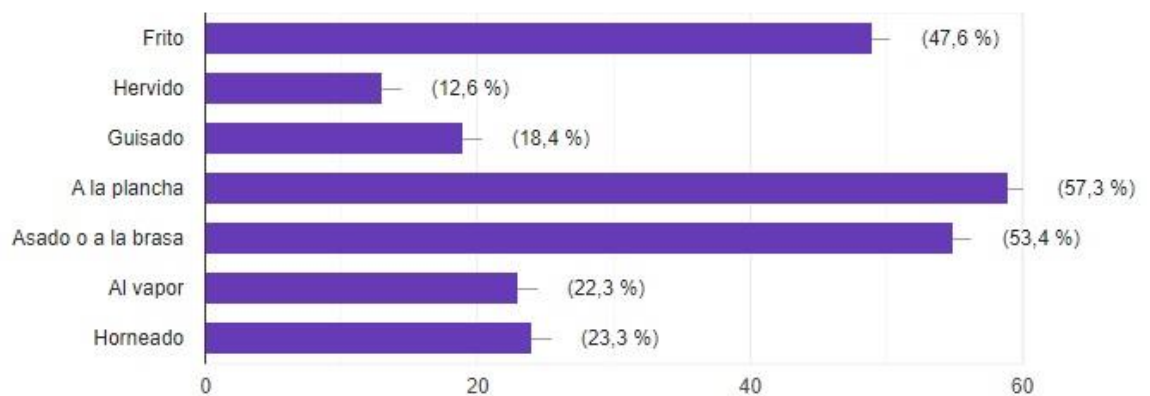


Nota. Se encuestó 4 bebidas locales sobresalientes.

Análisis e interpretación: según los resultados arrojados se observa que el 78,6 % de las personas han consumido el típico café orgánico de Galápagos que es reconocido incluso en el exterior, seguido por la bebida cocoloco en un 30,1 %, y como minorías en consumo encontramos la poncha 13,6 % y Bush Rum 7,8 %. El café se cultiva orgánicamente en la parte alta de la isla de Santa Cruz y su sabor es diferente a los cafés comerciales del continente.

Seleccione el tipo de cocción que prefiere que sus alimentos sean preparados al momento de consumirlos.

Figura 11 *Tipo de cocción de alimentos.*



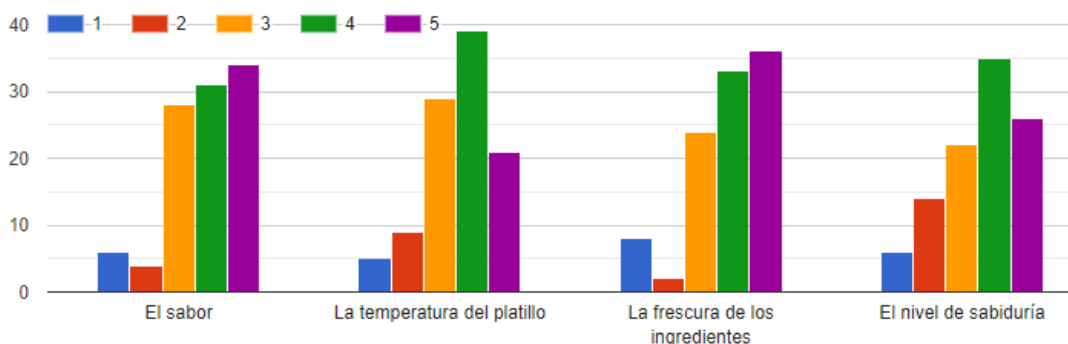
Nota. Se muestra la preferencia de los tipos de cocción que las personas consumen.

Análisis e interpretación: para el estudio de la cocina local se estableció una pregunta en donde muestra los tipos de cocción, el 57,3 % de las personas prefieren que sus alimentos sean preparados a la plancha, el 53,4 % eligen asado o a la brasa, en cambio el 47,6 % optan por consumir alimentos fritos, seguido por horneado el 23,3%, al vapor 22,3 %, guisado el 18,4 % y finalmente el 12,6 % escogen sus alimentos hervidos.

Calidad de los alimentos:

Cuando consume alimentos o bebidas locales en Santa Cruz – Galápagos, ¿Qué tan importante es?

Figura 12 Calidad de los alimentos.



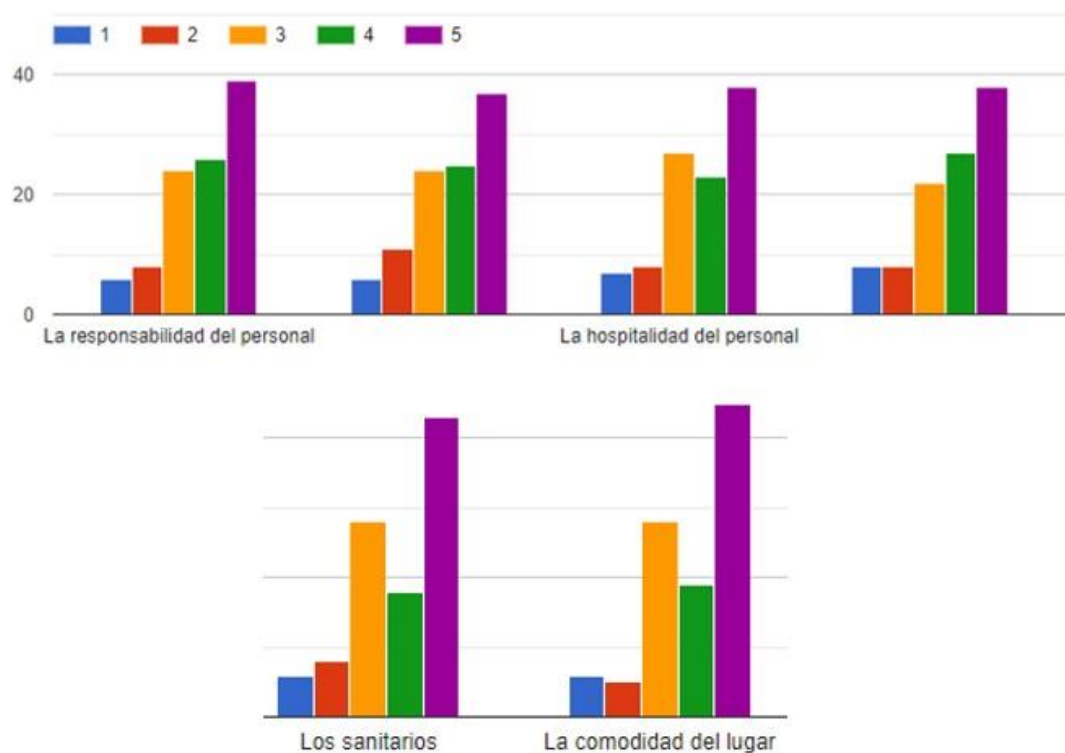
Nota. Se presenta 4 variables para el estudio de la calidad de los alimentos.

Análisis e interpretación: las personas encuestadas en su mayoría están en la margen de satisfecho y totalmente satisfecho. Al momento de elegir un menú el sabor es importante ya que según el resultado se ubica en la escala 5, puesto que el comensal resulta totalmente satisfecho. La temperatura del platillo se ubica en escala 4, el cliente resulta estar satisfecho. En la frescura de los ingredientes se coloca en la escala 5 por lo que se considera totalmente satisfecho. Finalmente, el nivel del conocimiento es de escala 4, que representa según el comensal estar satisfecho.

Calidad del servicio:

Durante el consumo de alimentos o bebidas locales en Santa Cruz – Galápagos, ¿Qué tan importante es?

Figura 13 Calidad del servicio.



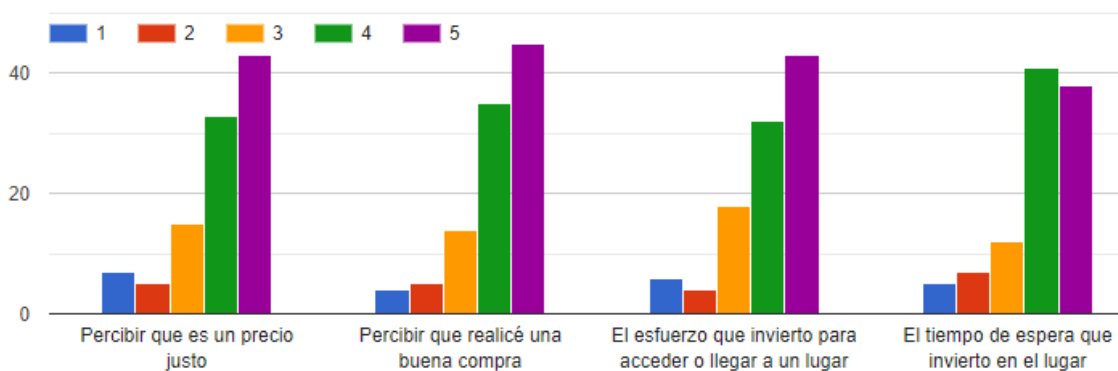
Nota. se presenta 6 variables para el estudio de la calidad del servicio.

Análisis e interpretación: en esta pregunta las 6 variables de estudio han obtenido la escala de 5 lo cual representa que los usuarios están totalmente satisfechos con los siguientes puntos; la responsabilidad del personal, la efectividad en la toma de los pedidos, la hospitalidad del personal, el conocimiento del menú por parte del personal, los sanitarios y la comodidad del lugar.

Costo/beneficio

Después del consumo de alimentos o bebidas locales en Santa Cruz – Galápagos,
¿Qué tan importante es?

Figura 14 Costo/beneficio.



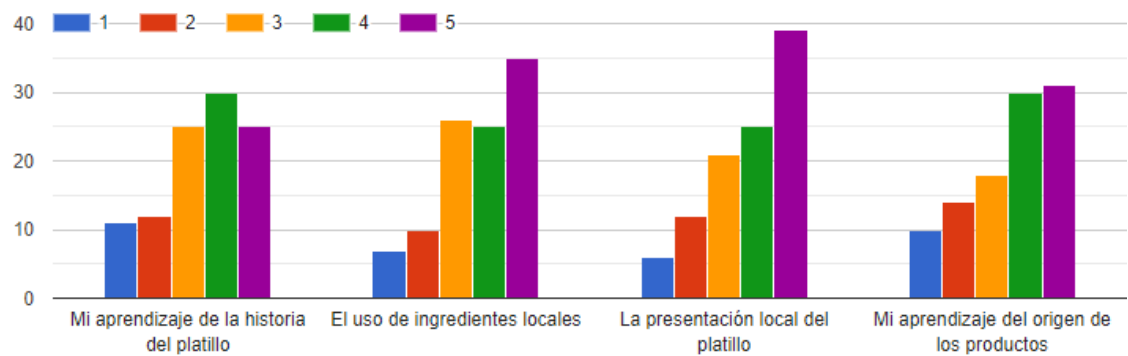
Nota. Se presenta 4 variables para el estudio del costo/beneficio.

Análisis e interpretación: los comensales señalan que es importante percibir un precio justo, divisar que hicieron una buena compra y el esfuerzo que invirtieron para llegar al lugar por lo cual están totalmente satisfechos que escogieron la escala 5. Mientras tanto otras personas señalan que están satisfechos el tiempo de espera que invierten en el lugar con escala 4.

Cocina local

Cuando consumo alimentos o bebidas locales en Santa Cruz – Galápagos, ¿Qué tan importante es?

Figura 15 *Cocina local.*



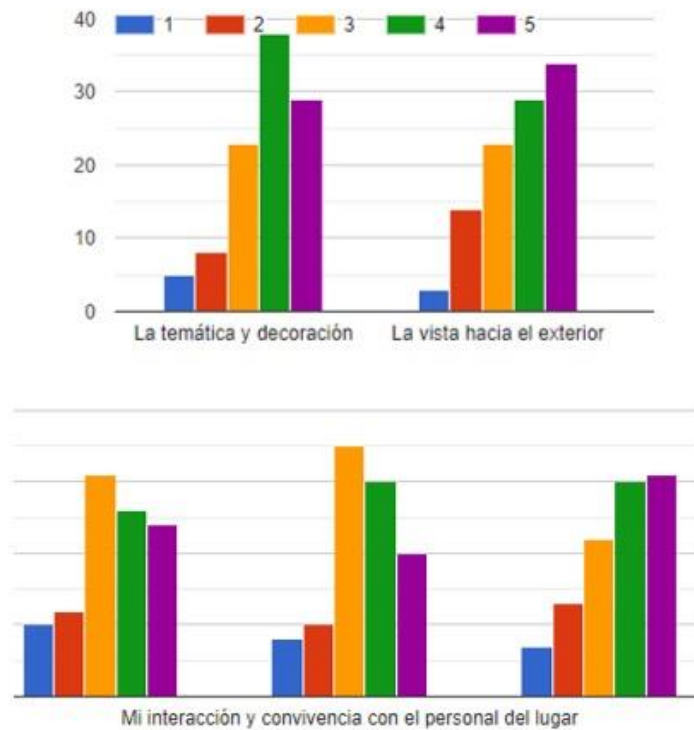
Nota. Se presenta 4 variables para el estudio de la cocina local.

Análisis e interpretación: dentro del estudio de la cocina local las personas encuestadas no consideran importante el aprendizaje de la historia del platillo por lo que están satisfechos con escala 4. En cambio, con mucha mayoría los comensales dan importancia al uso de los ingredientes locales, la presentación del platillo y el aprendizaje del origen de los productos, se concreta que están totalmente satisfechos y sustentaron su respuesta marcando la escala 5.

Cocina vivencial en el lugar

Quando consumo alimentos o bebidas locales en Santa Cruz – Galápagos, ¿Qué tan importante es?

Figura 16 Cocina vivencial en el lugar.



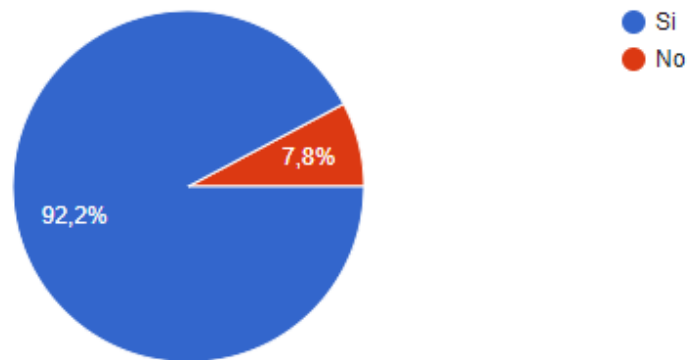
Nota. Se presenta 5 variables para el estudio de la cocina vivencial en el lugar.

Análisis e interpretación: dentro de la temática y decoración se visualiza que los comensales están satisfechos del lugar con escala 4. En cambio, con la vista hacia el exterior del lugar los clientes están totalmente satisfechos y señalan la escala 5. Mientras que en la variable de la participación en la elaboración total o parcial del platillo, las personas señalaron la escala 3 que significa que están algo satisfechos. Asimismo, de la interacción y convivencia con el personal del lugar, los usuarios escogieron la escala 3 que representa que están algo satisfechos. Por último, los comensales destacaron que la interacción y convivencia con los compañeros es importante por lo tanto marcaron la escala 5 y están totalmente satisfechos.

Satisfacción en el turismo gastronómico:

¿Consumir alimentos o bebidas locales es parte fundamental de mis expectativas en Santa Cruz – Galápagos?

Figura 17 Satisfacción en el turismo gastronómico 1.

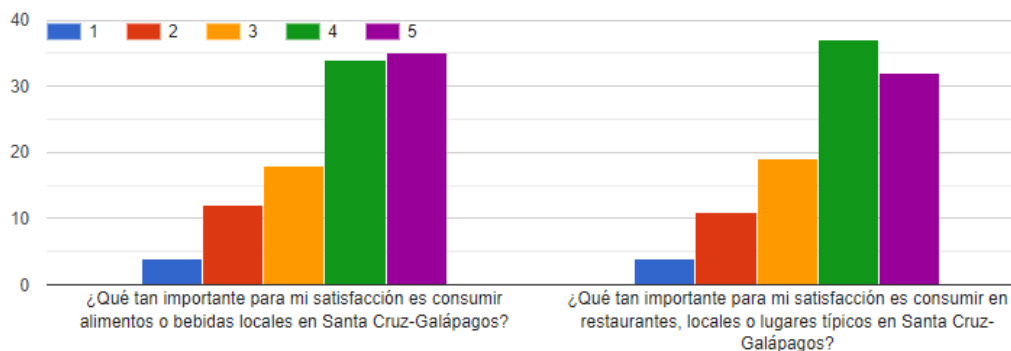


Nota. La mayoría señalan que es fundamental cumplir sus expectativas.

Análisis e interpretación: las personas encuestadas en su mayoría concretan que en un 92,2 % forman parte fundamental de sus expectativas consumir alimentos o bebidas locales en Santa Cruz, en cambio, el 7,8 % no forma parte de sus expectativas. Por lo tanto, las personas con gran totalidad consideran importante cumplir sus perspectivas en Santa Cruz.

Marque en la casilla según su percepción.

Figura 18 Satisfacción en el turismo gastronómico 2.



Nota. Se establece 2 variables de satisfacción de los alimentos o bebidas; y, del lugar en específico.

Análisis e interpretación de, ¿Qué tan importante para mi satisfacción es consumir alimentos o bebidas locales en Santa Cruz – Galápagos?: las personas encuestadas obtaron por marcar en la escala 5, es decir, están totalmente satisfechos consumir alimentos o bebidas locales, seguidamente muy cerca existen personas que señalaron la escala 4, que están algo satisfechas. Por lo tanto, para estos clientes es importante el consumo local de los productos gastronómicos.

Análisis e interpretación de, ¿Qué tan importante para mi satisfacción es consumir en restaurantes, locales o lugares típicos en Santa Cruz – Galápagos?: en esta pregunta los comensales escogieron la escala 4, quiere decir que, estan satisfechos al consumir en restaurantes, locales o lugares típicos dentro del cantón.

3.2 Verificación de hipótesis

3.2.1 Prueba de hipótesis general

Se formula las hipótesis estadísticas de acuerdo al tema de estudio:

H₀: La cocina local **no se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

H₁: La cocina local **si se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

Tabla 8 Prueba de la hipótesis general.

Tabla de contingencia COCINA LOCAL * OFERTA GASTRONÓMICA

			OFERTA GASTRONÓMICA				Total
			Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
COCINA LOCAL	Totalmente insatisfecho	Recuento	2	0	0	0	2
		Frecuencia esperada	,3	,4	,7	,5	2,0
		% del total	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
	Insatisfecho	Recuento	1	1	0	0	2
		Frecuencia esperada	,3	,4	,7	,5	2,0
		% del total	1,6%	1,6%	0,0%	0,0%	3,2%
	Algo satisfecho	Recuento	8	6	1	0	15
		Frecuencia esperada	2,6	2,9	5,5	4,0	15,0
		% del total	12,7%	9,5%	1,6%	0,0%	23,8%
	Satisfecho	Recuento	0	3	12	4	19
		Frecuencia esperada	3,3	3,6	6,9	5,1	19,0
		% del total	0,0%	4,8%	19,0%	6,3%	30,2%
Totalmente satisfecho	Recuento	0	2	10	13	25	
	Frecuencia esperada	4,4	4,8	9,1	6,7	25,0	
	% del total	0,0%	3,2%	15,9%	20,6%	39,7%	
Total	Recuento	11	12	23	17	63	
	Frecuencia esperada	11,0	12,0	23,0	17,0	63,0	
	% del total	17,5%	19,0%	36,5%	27,0%	100,0%	

Nota. Se relacionó las variables de estudio: cocina local y oferta gastronómica.

Tabla 9 Chi cuadrado de la hipótesis general.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54,378 ^a	12	,000
Razón de verosimilitudes	59,840	12	,000
Asociación lineal por lineal	35,715	1	,000
N de casos válidos	63		

a. 15 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,35.

Nota. El valor crítico observado no supera a 0,05%

Interpretación: como el valor de significancia asintótica bilateral (valor crítico observado) es $,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir: la cocina local si se relaciona con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

3.2.2 Prueba de hipótesis específica 1

H₀: La cocina local **no se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

H₁: La cocina local **si se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

Tabla 10 Dimensión 1, Calidad de alimentos.

Tabla de contingencia Calidad de alimentos * OFERTA GASTRONÓMICA

			OFERTA GASTRONÓMICA				Total
			Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Calidad de alimentos	Totalmente insatisfecho	Recuento	2	0	0	0	2
		Frecuencia esperada	,3	,4	,7	,5	2,0
		% del total	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
	Insatisfecho	Recuento	2	0	0	0	2
		Frecuencia esperada	,3	,4	,7	,5	2,0
		% del total	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
	Algo satisfecho	Recuento	6	6	4	0	16
		Frecuencia esperada	2,8	3,0	5,8	4,3	16,0
		% del total	9,5%	9,5%	6,3%	0,0%	25,4%
	Satisfecho	Recuento	1	3	9	7	20
		Frecuencia esperada	3,5	3,8	7,3	5,4	20,0
		% del total	1,6%	4,8%	14,3%	11,1%	31,7%
	Totalmente satisfecho	Recuento	0	3	10	10	23
		Frecuencia esperada	4,0	4,4	8,4	6,2	23,0
		% del total	0,0%	4,8%	15,9%	15,9%	36,5%
Total	Recuento	11	12	23	17	63	
	Frecuencia esperada	11,0	12,0	23,0	17,0	63,0	
	% del total	17,5%	19,0%	36,5%	27,0%	100,0%	

Nota. Se relacionó la dimensión 1 “calidad de alimentos” con la variable 2 “oferta gastronómica”.

Tabla 11 Chi cuadrado de la dimensión 1.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,245 ^a	12	,000
Razón de verosimilitudes	42,469	12	,000
Asociación lineal por lineal	27,287	1	,000
N de casos válidos	63		

a. 15 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,35.

Nota. El valor crítico observado de la calidad de los alimentos no supera a 0,05%.

Interpretación: como el valor de significancia asintótica bilateral (valor crítico observado) es $,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir: la cocina local si se relaciona con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos. De tal modo de que si existe relación entre las dos variables de estudio.

3.2.3 Prueba de hipótesis específica 2

H₀: La cocina local **no se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

H₁: La cocina local **si se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

Tabla 12 Dimensión 2, Calidad del servicio.

Tabla de contingencia Calidad del servicio * OFERTA GASTRONÓMICA

			OFERTA GASTRONÓMICA				Total
			Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Calidad del servicio	Totalmente insatisfecho	Recuento	2	0	0	0	2
		Frecuencia esperada	,3	,4	,7	,5	2,0
		% del total	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
	Insatisfecho	Recuento	3	1	0	0	4
		Frecuencia esperada	,7	,8	1,5	1,1	4,0
		% del total	4,8%	1,6%	0,0%	0,0%	6,3%
	Algo satisfecho	Recuento	6	7	2	0	15
		Frecuencia esperada	2,6	2,9	5,5	4,0	15,0
		% del total	9,5%	11,1%	3,2%	0,0%	23,8%
	Satisfecho	Recuento	0	0	7	1	8
		Frecuencia esperada	1,4	1,5	2,9	2,2	8,0
		% del total	0,0%	0,0%	11,1%	1,6%	12,7%
	Totalmente satisfecho	Recuento	0	4	14	16	34
		Frecuencia esperada	5,9	6,5	12,4	9,2	34,0
		% del total	0,0%	6,3%	22,2%	25,4%	54,0%
Total	Recuento	11	12	23	17	63	
	Frecuencia esperada	11,0	12,0	23,0	17,0	63,0	
	% del total	17,5%	19,0%	36,5%	27,0%	100,0%	

Nota. Se relacionó la dimensión 2 “calidad del servicio” con la variable 2 “oferta gastronómica”.

Tabla 13 Chi cuadrado de la dimensión 2.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	57,684 ^a	12	,000
Razón de verosimilitudes	62,744	12	,000
Asociación lineal por lineal	37,353	1	,000
N de casos válidos	63		

a. 15 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,35.

Nota. El valor crítico observado de la calidad del servicio no supera a 0,05%.

Interpretación: como el valor de significancia asintótica bilateral (valor crítico observado) es $,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir: la cocina local si se relaciona con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos. De tal modo de que si existe relación entre las dos variables de estudio.

3.2.4 Prueba de hipótesis específica 3

H₀: La cocina local **no se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

H₁: La cocina local **si se relaciona** con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos.

Tabla 14 Dimensión 3, Costo/beneficio.

Tabla de contingencia Costo/beneficio * OFERTA GASTRONÓMICA

			OFERTA GASTRONÓMICA				Total
			Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Costo/beneficio	Totalmente insatisfecho	Recuento	1	0	0	0	1
		Frecuencia esperada	,2	,2	,4	,3	1,0
		% del total	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
	Insatisfecho	Recuento	3	2	0	0	5
		Frecuencia esperada	,9	1,0	1,8	1,3	5,0
		% del total	4,8%	3,2%	0,0%	0,0%	7,9%
	Algo satisfecho	Recuento	3	3	1	0	7
		Frecuencia esperada	1,2	1,3	2,6	1,9	7,0
		% del total	4,8%	4,8%	1,6%	0,0%	11,1%
	Satisfecho	Recuento	4	6	10	2	22
		Frecuencia esperada	3,8	4,2	8,0	5,9	22,0
		% del total	6,3%	9,5%	15,9%	3,2%	34,9%
Totalmente satisfecho	Recuento	0	1	12	15	28	
	Frecuencia esperada	4,9	5,3	10,2	7,6	28,0	
	% del total	0,0%	1,6%	19,0%	23,8%	44,4%	
Total	Recuento	11	12	23	17	63	
	Frecuencia esperada	11,0	12,0	23,0	17,0	63,0	
	% del total	17,5%	19,0%	36,5%	27,0%	100,0%	

Nota. Se relacionó la dimensión 3 “costo/beneficio” con la variable 2 “oferta gastronómica”.

Tabla 15 Chi cuadrado de la dimensión 3.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	41,676 ^a	12	,000
Razón de verosimilitudes	47,978	12	,000
Asociación lineal por lineal	32,000	1	,000
N de casos válidos	63		

a. 15 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,17.

Nota. El valor crítico observado del costo/beneficio no supera a 0,05%.

Interpretación: como el valor de significancia asintótica bilateral (valor crítico observado) es $,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir: la cocina local si se relaciona con la oferta gastronómica de Santa Cruz – Galápagos. De tal modo de que si existe relación entre las dos variables de estudio.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En el presente proyecto de carácter investigativo se analizó el contenido de la cocina local Santa Cruceña en donde se estudia diferentes alimentos y bebidas locales, los productos propios de la zona y la relación que guarda con la oferta gastronómica del cantón.

En esta tesis se identificó los principales productos locales de Santa Cruz, en el sector de alimentos se encontró cuatro platillos propios del cantón como son: el ceviche de bacalao, el pez brujo, ceviche de canchalagua y la langosta, siendo esta última la más consumida por los comensales, es decir que, tanto los turistas como los residentes consumen este producto a finales del año, ya que su veda está permitida a partir de septiembre hasta el 31 de diciembre de cada año. Por lo tanto, las preparaciones son diversas al utilizar estos productos. Además, en el ámbito de bebidas se encontró lo siguiente: el bush rum, el cocoloco, la poncha y el café orgánico de Galápagos, según los resultados arrojados esta última es la más consumida de la isla, este producto tradicional se cultiva en la parte alta del cantón, ya que el clima favorece su producción.

En el documento expuesto se detalló la oferta gastronómica que se comercializa dentro del cantón, asimismo se identifica los productos locales que se consume y que a la vez se distribuye en su entorno para la elaboración de los diferentes menús, en los restaurantes, fondas, bares y quioscos del cantón.

Dentro del contenido investigativo se propuso un recetario específico y detallado de las principales ofertas gastronómicas, que son propios de Santa Cruz como son: ceviche de bacalao, pez brujo, ceviche de canchalagua y langosta, esto con respecto al ámbito alimenticio, en cambio en el entorno de bebidas se propuso la elaboración de bush rum, cocoloco, poncha y el café orgánico de la isla, el fin de este recetario es detallar adecuadamente los procesos de elaboración, gramaje e ingredientes, para que los comensales conozcan a detalle.

4.2 Recomendaciones

Considerando la importancia que tiene la presente esta investigación y en función de los resultados obtenidos se plantean algunas sugerencias, en cuanto a sus variables de estudio, como son la cocina local y la oferta gastronómica, esto con la finalidad de lograr, que la comida local de Santa Cruz sea valorada por los turistas y principalmente por sus habitantes.

Crear un registro de los productos alimenticios locales tanto de tierra como de mar, con la finalidad de utilizar esos ingredientes en la elaboración de un menú representativo del cantón, de la misma forma, detallar los procedimientos para la ejecución del platillo.

Diseñar un formato estándar que abarque todas las combinaciones posibles al utilizar un producto sea este de mar o de tierra, para dinamizar y crear más opciones dentro del menú para el comensal. De esta forma, satisfacer el paladar del cliente.

Para la elaboración de un menú local, se recomienda utilizar productos locales de la zona con la finalidad de mejorar la oferta gastronómica del cantón. Esta actividad dinamiza tanto la economía como la calidad de vida de los productores, como son los pesqueros artesanales de Puerto Ayora, agricultores de la parte alta de Santa Rosa y Bellavista.

Al sector público, liderado por el GAD cantonal de Santa Cruz y sus autoridades, fomentar campañas, ferias, actividades, capacitaciones entre otras actividades que desarrollen las destrezas y habilidades de los santa cruceños, con la finalidad de crear un impacto positivo en la sociedad y el valor que implica la gastronomía local para los turistas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

LA COCINA LOCAL EN LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SANTA CRUZ, GALÁPAGOS

Resumen

La cocina local de Santa Cruz, es una gastronomía que se ofertar a turistas nacionales y extranjeros. En el presente recetario, se detallará los procedimientos que se debe seguir para la correcta elaboración de un menú. Se utilizará productos locales tanto de mar como de tierra.

Justificación

El arte culinario ecuatoriano es un recurso tangible que coexiste en la historia cultural de los pueblos y comunidades, la cocina local como oferta gastronómica para los comensales se incrementó paulatinamente con un distinto enfoque. El presente contenido investigativo de entorno gastronómico, cultural y social, está planteado en el cantón Santa Cruz provincia de Galápagos. La cocina ecuatoriana en su entorno, abarca variedades e infinidad de productos con diversos orígenes. Por ende la gastronomía nacional tiene una infinidad de diversidad.

La gastronomía local es la esencia del desarrollo de una sociedad y fomenta una cultura gastronómica distinta a otros lugares, cada una de las comunidades a nivel mundial se identifican por su cultura, tradición, costumbre y por lo tanto por su sabor. Las recetas culinarias forman parte de la gastronomía tradicional de un lugar o región que son transmitidas de generación en generación, la motivación principal de un turista es degustar un platillo tradicional del lugar que lo visita, a la vez se oferta su cultura y sus productos endémicos de la zona visitada

Las Islas Galápagos, es un patrimonio natural muy reconocido a nivel mundial dentro de su entorno encontramos productos agrícolas provenientes de la parte alta del cantón, en las parroquias de Bellavista y Santa Rosa, existen cultivos de cacao, café, naranja, maíz, guaba, especias, aguacate, entre otros. Estos, a su vez se comercializan

en los mercados y puestos populares de la zona. En cambio, los mariscos se venden todos los días en el muelle de pelican bay, es honorífico mencionar que los pescadores artesanales cumplen un rol importante en la conservación de la fauna del mar, hacen que esta actividad sea sostenible, es así, que la langosta es un crustáceo que tiene presentación propia, además es un alimento que se consume en los últimos 4 meses del año, ya que la veda de estos crustáceos está permitido en esa temporada.

Asimismo, en el puerto se distribuye varias especies de crustáceos, en el presente documento, se hizo énfasis en el estudio de 4 especies endémicas de la isla, la langosta, el pez brujo, canchalagua y bacalao. Entre este grupo, el más consumido según los resultados de la encuesta fue la langosta, pero el pez brujo se comercializa todo el tiempo, durante todo el año. Cabe especificar que la canchalagua es una especie que se encuentra en lugares rocosos y según los pescadores artesanales es recomendado pescar en las noches. La preparación lo hacen en forma de ceviche y su técnica consiste en reposar el producto en zumo de limón, hasta que el alimento esté apto para su consumo. Esta comida no es frecuente en Galápagos, ya que no existen muchos restaurantes que lo preparan, pero es habitual que los colonos cocinen en sus casas.

Además, el ceviche de bacalao es un plato que existe muy poco en los restaurantes o lugares de distribución de comida. La elaboración de este producto es muy variado, ya que se le puede combinar y presentar con varios acompañados.

Finalmente, en el ámbito de las bebidas no se encuentra mayor número de especificaciones, pero se identificó que en la parte alta como así llaman los residentes para identificar a esta parte de la isla, se cultiva un café muy característico y diferente, en donde la tierra aporta diversos nutrientes y su sabor es único. Además, se identificó que existen cocteles que fueron creados en diversos bares del cantón, así tenemos los siguientes; Bush Rum, Cocoloco y Poncha, son bebidas que identifican a la isla.



*La cocina local en la oferta gastronómica
de Santa Cruz, Galápagos*

M E N Ú D E L R E C E T A R I O

Langosta
Pez Brujo
Ceviche de Canchalagua
Ceviche de Bacalao

Café Orgánico
Bush Rum
Cocoloco
Poncha



LANGOSTA

Gratinada

INGREDIENTES

- 1 langosta
- 1 zanahoria amarilla en brunoise
- 1 cebolla blanca
- 1 l de agua
- 1 tallo de apio
- 4 dientes de ajo
- 25 gr de mantequilla
- 3 cucharas de harina
- 1 tz de vino blanco
- 1 lata de leche condensada
- 100 ml de crema de leche
- 2 yemas de huevo
- 1 cucharadita de paprika
- sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

1. Colocar el agua en una olla, apio, zanahoria, cebolla, ajos, sal y pimienta al gusto. Se prepara un fondo.
2. Cuando entra en hervor, introducir la langosta y cocinar por 5 minutos.
3. Retirar la langosta y partir de manera longitudinal, retirar la carne y cortarla en dados.
4. Reservar los caparazones.
5. Asar 2 dientes de ajos y formar un puré.
6. En un sartén con mantequilla dorar la harina e incorporar el vino, leche condensada, crema de leche y cocinar revolviendo constantemente por 10 minutos.
7. En el sartén, añadir las yemas, condimentar, retirar del fuego y adicionar la pasta de ajo.
8. Para gratinar, rellenar con carne los caparazones y cubrir con la salsa y paprika.
9. Meter al horno y gratinar, servir bien caliente.

RECOMENDACIONES:

La preparación de la Langosta ha tenido influencias gastronómicas y por esta razón existe otras formas de cocción como: ceviche, asada, plancha, vapor, se puede acompañar con varias salsas.



BRUJO

Apanado

INGREDIENTES

- 6 filetes de pescado brujo
- 1 cucharadita de sal
- 1/2 cucharadita de pimienta y comino
- 1/2 tz. de harina y aceite para freír
- 1 ajo machacado
- 6 rodajas de limón

PREPARACIÓN

1. Antes de utilizar el pescado, debe estar limpio y refrigerado.
2. Los filetes de pescado deben estar adobados con anterioridad en sal, pimienta, comino y ajo.
3. Apanamos en harina los filetes.
4. En un sartén con aceite caliente, freímos los trozos de pescado brujo.
5. Acompañamos con patacones, ensalada, arroz y rodajas de limón.

RECOMENDACIONES:

El pescado brujo tiene otras formas de cocción como: marinado, frito, vapor, plancha. Como todo tipo de pescado se debe conservar en refrigerantes a bajas temperaturas.



CANCHALAGUA

En Ceviche

INGREDIENTES

1 canchalagua
1/4 tz cebolla paitaña en
juliana
1/4 pimiento verde en
brunoise
30 ml de limón
60 ml de naranja
1/2 tz de tomate en brunoise
cilantro picado
sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN

1. Cortar en dados la canchalagua.
2. Junte la cebolla, pimiento y tomate en un bowl, adicione el zumo de limón y naranja.
3. Añada la canchalagua a la mezcla y dejamos reposar por 20 minutos, finalmente rectificamos sabores.
4. Servimos con un poco de líquido de reserva para finalmente decorar con cilantro picado.

ENTÉRATE DE:

La canchalagua es un molusco de caparazón oscuro y pulpa blanca, propio de las Islas Galápagos y que su captura se constituye casi en un ritual para quienes se dedican a esta faena.



BACALAO

En Ceviche

INGREDIENTES

400 gr de filete de bacalao
2 aguacates
200 gr tomates cherry
1/2 pimiento rojo
2 cebolletas
2 dientes de ajo
cilantro fresco
1 kg de limón
sal y pimienta negra molida
al gusto

PREPARACIÓN

1. Cortamos pimientos y ajo en brunoise, la cebolleta en julianas y picamos el cilantro.
2. Juntamos los cortes en un bowl, adicionamos el zumo del limón e incorporamos sal y pimienta.
3. Añadimos el bacalao sin piel cortado en dados y refrigeramos durante 1 hora.
4. Separamos los ingredientes del líquido y emplatamos.
5. Cortamos los aguacates y tomates cherry en dados, incorporamos al emplatado y mezclamos.
6. Servimos con un poco de líquido de reserva para finalmente decorar con cilantro picado.

RECOMENDACIONES:

Antes de utilizar el bacalao se debe congelar por 24 horas a -20°C , para evitar el contagio por Anisakis, un parásito que habita cerca del aparato digestivo.



CAFÉ ORGÁNICO

En Helado

INGREDIENTES

2 huevos separados
1/2 tz de azúcar pulverizada
1 tz de crema de leche
1/2 tz de café 100% orgánico
de Galápagos

PREPARACIÓN

1. Batir las claras en término nieve y añadir el azúcar pulverizada.
2. Batir las yemas con el café.
3. Batir la crema de leche, añada las yemas con el café y mezcle suavemente con las claras batidas.
4. Coloque en un recipiente todo el producto.
5. Ponga en un congelador hasta que esté a punto.

ENTÉRATE DE:

El cultivo del café orgánico es una actividad que procura ingresos económicos a las familias que durante años han mantenido esta tradición en la parte alta de Santa Cruz.

A finales del siglo XIX, la especie Arábica fue cultivada en estas islas, cuya tradición del cultivo se mantiene hasta la actualidad y se lo conoce como "Bourbon antiguo". En la producción del café orgánico se excluye el empleo de agroquímicos y se procura no afectar la biodiversidad del entorno natural de Galápagos. Su cultivo se desarrolla en base a criterios ambientales y de estándares de calidad ya que ésta involucra tanto a productores locales como a importadores extranjeros. Se exporta el café a Europa, donde es considerado un producto gourmet.



BUSH RUM

INGREDIENTES

- 1 oz y 1/2 de ron
- 1 oz y 1/2 de sirope de panela
- 1 hoja de hierba buena
- 1 corteza de canela

PREPARACIÓN

1. Reservamos la hoja en un vaso para aromatizar el recipiente.
2. En el mismo vaso mezclamos el ron con el sirope de panela.
3. Decoramos con la corteza de canela y servimos.

ENTÉRATE DE:

Es una bebida local y artesanal de Santa Cruz, la mayoría de estas preparaciones incluyen el sirope de panela, es muy común que los colonos beban el bush rum.



COCOLOCO

INGREDIENTES

1 oz y 1/2 de agua de coco
3 cucharadas de pulpa de
coco
1 oz y 1/2 de ron blanco

PREPARACIÓN

1. Mezclamos en un vaso el agua de coco y el ron blanco.
2. Adicionamos la pulpa de coco.
3. Servimos en un vaso helado.

ENTÉRATE DE:

Es una bebida muy común, en otros lugares se realiza con el licor de caña de azúcar y la pulpa del coco.



PONCHA

INGREDIENTES

1 oz y 1/2 licor de caña de
azúcar
1 oz y 1/2 de miel
1 oz y 1/2 jugo de limón

PREPARACIÓN

1. Mezclamos en un vaso el licor de caña de azúcar con la miel.
2. Adicionamos el jugo de limón.
3. Servimos en un vaso helado.

ENTÉRATE DE:

Esta bebida artesanal se sirve con el licor de caña de azúcar que se elabora en la parte alta de Santa Cruz.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Hintelholher, R. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios Políticos*, vol. 9, núm. 28, 81-103.
- Álvares, M. (2002). El gusto es nuestro. Modelos alimentarios y políticas de patrimonialización. *Catauro Revista Cubana de Antropología*. Año 3, No.5, Fundación Fernando Ortiz.
- Ávila, J. (2006). *Economía*. Jalisco: Ediciones Umbral, 17
- Barrera, E., & Bringas Alvarado, O. (2008). Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Gastronomic Sciences food for thought*, 1-11.
- Carvache Franco, M., Carvache Franco, W., & Torres Naranjo, M. (2017). Análisis de satisfacción, la gastronomía de Samborondón - Ecuador. Guayaquil.
- Contreras, J., & Gracia, M. (2005). Alimentación y cultura. *Perspectivas antropológicas*, 47
- Cuevas Álvarez, M. C., Pérez Mendoza, M., & Pecero Covarrubias, E. (2018). Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico. *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco Revistas Universitarias*, 177 - 189.
- Domínguez, A. (2006). Editorial. *Revista Ciencia Ergo Sum*. Vol. 13, número 001.
- Duhart, F. (2004). "Consideraciones transcontinentales sobre la identidad cultural alimentaria" en *Sincronía*. Departamento de Letras/Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades/Universidad de Guadalajara.
- Edgar, E. D. (2002). *Línea Base de la Biodiversidad . Santa Cruz - Galápagos: Reserva Marina de Galápagos*.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1958). "Galápagos: Wonders of a Noah's Ark Off the Coast of Ecuador". *UNESCO Courier*, 19-23.
- Equipo de profesores del centro de documentación. (s.f.). *Diseño de ofertas gastronómicas. Tipos. Estructura, planificación y grupos de alimentos que las*

componen. Desarrollo de ejemplificaciones indicando posibles alternativas en los diseños. Cartagena : CEDE.

Fernández, I. M. (2014). Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento. Gestión de modelos de restauración. Madrid: Ideas Propias.

Fischler, C. (1995). El (h) omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Colección Argumentos, Ed. Anagrama, Trad. .

Gallegos, J. F. (2002). Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes. Madrid.

Giard, L. (1999). “Artes de alimentarse” en Michael De Certeau, Luce Giard y Pierre Mayol, La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar. Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, 153-174.

González Figueroa, J. (2017). La identidad de la cocina mexicana patrimonial como sustento del desarrollo rural: el paradigma de la meseta purépecha. Cancún - Riviera Maya: Encuentro gastronómico de las americas.

González, M. (2013). Manual de turismo para agentes emprendedores de negocios en PYMES. Madrid: CEP S.L. Obtenido de <https://works.bepress.com/patricioynez/75/>

Grenier, C. (2007). Conservación contra natura. Las islas Galápagos. Quito.

Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. British Food Journal, 317-326.

Hernández Rojas , R., & Dancausa Millán , M. G. (2018). Turismo Gastronómico, la gastronomía tradicional de Córdoba (España). Estudios y Perspectivas en Turismo, 413 - 430.

Herrera, C., Herranz, J., & Arrilla, J. (2012). UNWTO Global report on food tourism. Obtenido de http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf

- Hoyer, W., & Deborá Macinnis, R. (2013). *Consumer Behavior*. Mason, Ohio: Cengage Learning, 67-71
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 235-255.
- Jáuregui, I. (2002). Los alimentos como señas de identidad. Patrones culturales y alimenticios. El ejemplo de La Rioja. *MERCASA*, 94-105.
- Kido Cruz, M. T., Díaz Carrión, I. A., & Kido Cruz, A. (2018). La satisfacción del comensal como elemento clave del binomio gastronomía-turismo en Tijuana. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, vol. 28, núm. 51.
- Kivela, J., & Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 354-377 .
- Laza Muñoz, P., & Lambiés, J. M. (s.f.). *Ofertas Gastronómicas*. Madrid: Síntesis S.A, 25
- Lévi-Strauss, C. (1970). *Mitológicas III. El origen de las maneras de la mesa*. Ciudad de México.
- López Guzmán, T., Uribe Loreto, C., Muñoz Fernández, G., & Ríos Rivera, I. (2016). Perfil sociodemográfico, valoración de atributos y nivel de satisfacción. Estudio de Festivales gastronómicos. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 674-692.
- López, P. H. (2019). Las Islas Galápagos del Ecuador como potencia turística. *Conciencia Digital*, 6-23. Obtenido de <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i1.926>
- Maglione, A. (2017). Obtenido de *Conexionbrando*: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/el-asado-un-invento-uruguayo-nid1345087/>
- Mascarenhas, R., & Gândara, J. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 776-791.

- Meléndez Torres, J. M., & Cañez de la Fuente, G. M. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito Sonora, México. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C., 185 - 202.
- Millán , G., & Agudo, E. (2010). El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 91-112 .
- Millán Vázquez de la Torre, G., Morales Fernández, E., & Pérez Naranjo, L. (2014). Turismo gastronómico, Denominaciones de Origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. Boletín de la Asociación de geógrafos Españoles.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). Ecuador culinario saberes y sabores. Obtenido de <https://files.goraymi.com/2020/03/31/9b2a537b4801a43ef6cab1fc40fbe06c.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Feel Again Ecuador. En Feel Again Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Mapa Gastronómico del Ecuador. Obtenido de <https://files.goraymi.com/2020/03/31/f53a7b6dac0077c826f7d698e4f79a54.pdf>
- MINTUR - Cuentas Satélite Turismo Banco Central del Ecuador. (04 de 10 de 2021). servicios.turismo. Obtenido de servicios.turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>
- Mintz, S. W. (2003). Sabor a comida, sabor a libertad. Incursiones en la comida, la cultura y el pasado. México D. F.: Ediciones de la Reina Roja, S.A. de C.V.
- Mitchell, R., Charters, S., & Albrecht, J. (2012). Cultural systems and the wine tourism product. Annals of Tourism Research, 311-335.
- Mitjana, L. R. (2021). Psicología y mente. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>

- Montecino, S. W. (2006). Identidades, mestizajes y diferencias sociales en Osorno, Chile: lecturas desde la antropología de la alimentación. .
- Murray, S., & Stephens, L. (2009). Estadística. 4ta edición, México, Mc Graw-Hill.
- Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 22-39.
- Organización Mundial del Turismo. (2016). Segundo Foro Mundial de Turismo Gastronómico. Obtenido de <http://affiliatemembers.unwto.org/es/.../2-foro-mundialde-turismo-gastronomico-de-la-omt>
- Padilla, C. (2006). Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico. Quito: ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural, 23-26
- Pérez Guilarte, Y., & Lois Gonzáles, R. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de turismo*, 305-322.
- Pineda, B., Eva Luz, D., & Francisca, D. (1994). Metodología de la investigación, manual para el desarrollo del personal de salud, segunda edición. Organización Panamericana de la Salud Washington, 108.
- Porras Velázquez, A. (s.f.). Diplomado en análisis de información geoespacial. Centro público de investigación CONACYT, 3.
- Quiroga, D., & Sevilla, A. (2016). “Darwin’s Galapagos myth” Darwinism and Conservation in the Galapagos Islands. The legacy of Darwin and its new applications, eds. . New York: Springer Science and Business Media., 1-7.
- Reyes Uribe, A., Guerra Avalos, E., & Quintero Villa, J. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. El periplo sustentable.
- Sánchez Pumayugra, I. (2017). Análisis gastronómico del ceviche de canchalagua o chitone (Mollusca) en la isla Santa Cruz, provincia de Galapagos. Guayaquil.
- Santa, I. (2017). Santa Isabel. Obtenido de http://www.santaisabel.cl/datos_para_ti/que-es-el-marinado/

Schlüter, R. (2009). Turismo gastronómico y medioambiente: en busca de la sustentabilidad. Principales tendencias de investigación en turismo, 43-62.

Shultz, A., & Luckman , T. (1973). Las estructuras del mundo de la vida. Buenos Aires: Amorroutu.

ANEXO 1

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Yo, _____ con CI: _____ de profesión _____, que ejerzo actualmente como _____ en el _____, hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento “Encuesta de satisfacción en la cocina local de Santa Cruz-Galápagos” y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento				
Calidad de redacción de los ítems				
Pertinencia de las variables con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Apreciación:

Observaciones:

Por favor marque con una X la opción que considere debe aplicarse en cada ítem y realice, de ser necesario, sus observaciones:

ESCALA				
Ítem	Dejar (1)	Modificar (2)	Eliminar (3)	Observaciones
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ()

Aplicable después de corregir ()

No aplicable ()

Validado por:	
Especialidad de evaluador:	
Lugar de trabajo:	
Cargo que desempeña:	
Fecha:	
Firma:	

Encuesta de satisfacción en la cocina local de Santa Cruz-Galápagos

Introducción

La presente encuesta tiene como finalidad analizar los factores que inciden en la satisfacción de las personas que viajan por el placer de degustar productos gastronómicos o bebidas tradicionales. Los datos que usted proporcione ayudarán a los trabajos de investigación previo a la obtención del título de tercer nivel y son estrictamente confidenciales. Agradecemos su tiempo y disposición para contestar las siguientes preguntas.

Instrucciones: Marca en la casilla con una X la respuesta que represente tu percepción, tomando en cuenta que: 1 punto es el mínimo valor como: NADA SATISFACTORIO; y, 5 puntos es el máximo valor como: ALTA Y COMPLETAMENTE SATISFACTORIO.

Calidad de los alimentos

Cuando consume alimentos o bebidas locales en Santa Cruz-Galápagos, ¿Qué tan importante es?	1	2	3	4	5
El sabor					
La temperatura del platillo					
La frescura de los ingredientes					
El nivel de sabiduría					

Calidad del servicio

Durante el consumo de alimentos o bebidas locales en Santa Cruz-Galápagos, ¿Qué tan importante es?	1	2	3	4	5
La responsabilidad del personal					
La efectividad en la toma de los pedidos					
La hospitalidad del personal					
El conocimiento del menú por parte del personal					
Los sanitarios					
La comodidad del lugar					

Costo/beneficio

Después del consumo de alimentos o bebidas locales en Santa Cruz-Galápagos, ¿Qué tan importante es?	1	2	3	4	5
Percibir que es un precio justo					
Percibir que realicé una buena compra					
El esfuerzo que invierto para acceder o llegar a un lugar					
El tiempo de espera que invierto					

Cocina local

Cuando consumo alimentos o bebidas locales en Santa Cruz-Galápagos, ¿Qué tan importante es?	1	2	3	4	5
Mi aprendizaje de la historia del platillo					
El uso de ingredientes locales					
La presentación local del platillo					
Mi aprendizaje del origen de los productos					

Cocina vivencial en el lugar

Cuando consumo alimentos o bebidas locales en Santa Cruz-Galápagos, ¿Qué tan importante es?	1	2	3	4	5
La temática y decoración					
La vista hacia el exterior					
Mi participación en la elaboración total o parcial del platillo					
Mi interacción y convivencia con el personal del lugar					
Mi interacción y convivencia con mis compañeros					

Satisfacción en el turismo gastronómico

Preguntas	Puntos				
	1	2	3	4	5
¿Qué tan importante para mi satisfacción es consumir alimentos o bebidas locales en Santa Cruz-Galápagos?					
¿Qué tan importante para mi satisfacción es consumir en restaurantes, locales o lugares típicos en Santa Cruz-Galápagos?					

GRACIAS POR RESPONDER ESTA ENCUESTA

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Yo, **Ing. María Fernanda Viteri, Mg.**, con CI: **1802903888** de profesión **Docente**, que ejerzo actualmente como **Docente Investigadora** en la **Universidad Técnica de Ambato**, hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento **“Encuesta de satisfacción en la cocina local de Santa Cruz-Galápagos”** y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación:

Es un instrumento completo.

Observaciones:

Ninguna

Por favor marque con una X la opción que considere debe aplicarse en cada ítem y realice, de ser necesario, sus observaciones:

ESCALA				Observaciones
Ítem	Dejar (1)	Modificar (2)	Eliminar (3)	
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			
21	X			
22	X			
23	X			
24	X			
25	X			

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por:	Ing. María Fernanda Viteri, Mg.
Especialidad de evaluador:	Docente Investigador
Lugar de trabajo:	Universidad Técnica de Ambato
Cargo que desempeña:	Docencia
Fecha:	Miércoles 29 de diciembre de 2021
Firma:	 Firmado electrónicamente por: MARIA FERNANDA VITERI TORO

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Yo, **Mario Chagñay Ríos** con CI: **18038224570** de profesión **Chef**, que ejerzo actualmente como **Chef Ejecutivo** en el **Hotel Emperador**, hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento “**Encuesta de satisfacción en la cocina local de Santa Cruz-Galápagos**” y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación:

Es un instrumento que abarca los campos requeridos para su estudio y comprensión del tema, además su enfoque está destinado en el ámbito gastronómico.

Observaciones:

Ninguna

Por favor marque con una X la opción que considere debe aplicarse en cada ítem y realice, de ser necesario, sus observaciones:

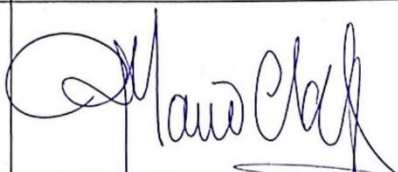
ESCALA				Observaciones
Ítem	Dejar (1)	Modificar (2)	Eliminar (3)	
1	X			
2	X			
3	X			
4		X		Cambiar de sabiduría a conocimiento
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12		X		No puede haber dos verbos similares, se reemplazó por divisar.
13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17		X		La palabra platillo se reemplazó por menú.
18	X			
19		X		La palabra platillo se reemplazó por menú.
20	X			
21	X			
22	X			
23		X		La palabra platillo se reemplazó por menú.
24	X			
25	X			

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X)

Aplicable después de corregir ()

No aplicable ()

Validado por:	Mario Chagñay Ríos
Especialidad de evaluador:	Chef
Lugar de trabajo:	Hotel Emperador
Cargo que desempeña:	Chef Ejecutivo
Fecha:	Miércoles 29 de diciembre de 2021
Firma:	



ANEXO 2

CARTA DE COMPROMISO

Puerto Ayora, 05/11/2021

Doctor
Marcelo Núñez Espinoza
Presidente de la Unidad de Titulación
Carrera de Turismo y Hotelería
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Presente

De mi consideración:

Sr. Ángel Amable Yáñez Vinueza, en mi calidad de Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz – Galápagos, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del trabajo de Titulación bajo el tema: “LA COCINA LOCAL EN LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SANTA CRUZ, GALÁPAGOS”, propuesto por el estudiante Richard Alexander Jerez Pilco, portador de la cédula de ciudadanía N° 0604747089 estudiante del décimo nivel, ciclo académico Octubre 2021 – Marzo 2022 de la Carrera de Turismo y Hotelería, de la Facultad de Ciencias Humanas y 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.

Por la favorable atención que se dé al presente, agradezco y suscribo.

Atentamente



Nombre: Sr. Ángel Amable Yáñez Vinueza
ALCALDE GAD SANTA CRUZ
Teléfono: + 593 5 2526153/4; + 593 5 2526506; + 593 5 2526614
Correo: comunicaciongadsantacruz@gmail.com

ANEXO 3

Sujeto	alfa de cronbach																				TOTAL					
	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem	Ítem		Ítem				
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	118	
2	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	96	
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	79	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	101	
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	66	
6	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	112	
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	
8	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	112	
9	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	111	
10	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	69	
11	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	109	
12	5	1	5	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	1	5	4	2	4	3	1	1	1	4	89	
13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	122	
14	3	3	3	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	3	4	5	105	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	93	
16	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	96	
17	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	113	
18	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	112	
19	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	111	
20	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	104	
21	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122	
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	115	
23	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	112	
24	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	59	
25	3	3	3	2	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	3	4	4	93	
26	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	119	
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	73	
28	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	78	
29	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2	2	2	1	1	3	2	65	
30	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	119	
31	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	2	2	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	57	
32	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	90	
33	5	3	4	5	3	2	3	3	2	3	2	3	3	1	1	2	4	2	3	2	3	1	3	2	68	
34	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	5	100	
35	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	71	
36	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	112	
37	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	119	
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	121	
39	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	115	
40	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	1	2	38
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
42	2	2	1	1	2	2	3	2	3	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	57	
43	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	121	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
45	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	90	
46	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	3	3	2	2	2	41	
47	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	113	
48	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122	
49	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	4	110	
50	3	2	4	4	3	2	3	1	2	3	1	2	2	2	3	3	3	4	3	4	1	3	4	4	71	
51	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	2	5	5	103	
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
53	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	103	
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	112	
55	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	2	2	1	4	1	1	1	1	4	1	2	3	2	2	3	44
56	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	5	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	80	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	112	
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	2	3	5	5	5	116	
59	4	4	1	4	2	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	76	
60	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	5	5	1	1	2	1	2	5	2	1	1	3	67	
61	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	68	
62	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	2	3	5	3	4	105	
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	4	3	2	2	1	5	5	5	3	3	3	92	
varianza	1,2	1	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3	1,5	1,4	1,2	1,3	1	1,4	1,1	1,7	1,4	1,3	1,8	1	1,3	1,6	1,3	1,5	1,2	1,1	547,22

Se aplicó de la siguiente manera: $=(AG3/(AG3-1))*(1-(AG4/AG5))$

k=	25
Vi=	32,93
Vt=	547,22
a=	0,979

Análisis y aplicación: escala de Likert	
OPCIONES DE RESPUESTA	AFIRMACIONES POSITIVAS
Totalmente satisfecho	5
Satisfecho	4
Algo satisfecho	3
Insatisfecho	2
Totalmente insatisfecho	1
VALORACIÓN 125	
0 - 25	Muy deficiente
26 - 50	Deficiente
51 - 75	Regular
76 - 100	Bien
101 - 125	Excelente

