UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO

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

“La innovación culinaria y la experiencia turística. Caso de estudio: parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato”

Autora: Leslie Vanessa Andrade Bayas

Tutor: Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate Mg.

Ambato-Ecuador
Noviembre, 2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

"La innovación culinaria y la experiencia turística. Caso de estudio: parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato" de la alumna Andrade Bayas Leslie Vanessa, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, noviembre, 2025

EL TUTOR

Firmado electrónicamente por:
CAMILO FRANCISCO TORRES ONATE
Validar únicamente con FirmaEC

.....

Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg.

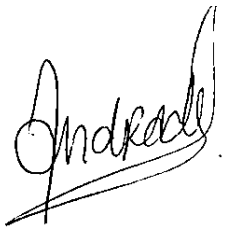
C.C.: 1803318169

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **"La innovación culinaria y la experiencia turística. Caso de estudio: parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato"** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, noviembre, 2025

LA AUTORA



.....

Leslie Vanessa Andrade Bayas

C.C.: 1850545102

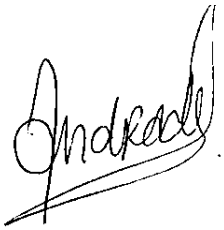
DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, noviembre, 2025

LA AUTORA



.....

Leslie Vanessa Andrade Bayas

C.C.: 1850545102

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **"La innovación culinaria y la experiencia turística. Caso de estudio: parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato"** de Andrade Bayas Leslie Vanessa, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, noviembre 2025

Para constancia firman

Firmado electrónicamente por:
JOHANNA GABRIELA MONGE MARTINEZ
Validar únicamente con FirmaEC

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.:

Firmado electrónicamente por:
DIEGO FERNANDO MELO FIALLOS
Validar únicamente con FirmaEC

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.:

DEDICATORIA

Con sincera gratitud, dedico este trabajo de tesis a mi mamá quien ha sido el apoyo en cada semestre de la universidad, ella es fundamental en mi vida y en todas mis decisiones a tomar.

La dedico a mi niña interior, que soñaba con poder enseñar y tener un título universitario y ejercer una profesión que realmente me apasione.

Gracias a mi Dios, por todas las oraciones que se han vuelto realidad, por darme una vida maravillosa y por hacerme siempre tan feliz.

Leslie Vanessa Andrade Bayas.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, carrera de Turismo, por brindarme las herramientas y el conocimiento que necesite para desarrollar cada una de mis actividades dentro de esta institución que, con los años, fue mi segundo hogar.

Gracias también a cada uno de los docentes que me acompañaron durante los semestres de la carrera, Ldos. Raúl, Daniel, Mario y principalmente a mi tutor, Lic. Francisco Torres, por su orientación apoyo y paciencia.

Por otro lado, gratitud y cariño eterno a la Lic. María Fernanda Viteri, que con los años se volvió una amiga, consejera y orientadora personal, gracias por cada consejo, risa y crítica constructiva, gracias por enseñarnos más de lo que debía. Todo el mundo merece tener a una Mafer en sus vidas.

Leslie Vanessa Andrade Bayas

ÍNDICE GENERAL

PORTADA……I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR……..iii
AUTORÍA DEL TRABAJO……..iv
DERECHOS DE AUTOR……..v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO……..vi
DEDICATORIA……vii
AGRADECIMIENTO……..viii
ÍNDICE DE FIGURAS……XI
ÍNDICE DE TABLAS……..XII
RESUMEN EJECUTIVO……XIII
ABSTRACT……...…..XIV

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos 1
Teoría, modelo o posición filosófica: 4
Desarrollo teórico de la variable independiente (Innovación culinaria) 5
Desarrollo teórico de la variable dependiente: 17
1.**2 Objetivos** 25
Objetivo general: 25
Objetivos específicos: 25

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales..... 27
2.2 Métodos..... 27
Población y muestra..... 33
Tipo de muestreo:..... 34
Técnicas..... 34

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados……37
Analisis de resultados…….52
3.2 Verificación de hipótesis……76
Resultados y discusión……. 37

CAPITULO IV
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones 78
4.2 Recomendaciones..... 79
c. Materiales de referencia 83
Anexos 88
Anexo A. Carta Compromiso..... 88
Anexo D. Instrumentos 89
Anexo E. Carta entrega recepción del producto al beneficiario..... 98
Anexo F. Evidencias 99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de la parroquia Huachi Loreto……..……31
Figura 2.Pregunta 1 de la encuesta……61
Figura 3. Pregunta 2 de la encuesta……...62
Figura 4. Pregunta 3 de la encuesta……...63
Figura 5. Pregunta 4 de la encuesta……...64
Figura 6. Pregunta 5 de la encuesta……...65
Figura 7. Pregunta 6 de la encuesta……...66
Figura 8. Pregunta 7 de la encuesta……...67
Figura 9. Pregunta 8 de la encuesta……...68
Figura 10. Pregunta 9 de la encuesta……69
Figura 11. Pregunta 10 de la encuesta……...70
Figura 12. Pregunta 11 de la encuesta……...71
Figura 13. Pregunta 12 de la encuesta……...72
Figura 14. Pregunta 13 de la encuesta……...73
Figura 15. Pregunta 14 de la encuesta……...74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Materiales..... 27
Tabla 2 Fiabilidad 60
Tabla 3 Prueba del Chi-cuadrado..... 77

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación buscó indagar la innovación culinaria en la experiencia turística de la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato para la diversificación de la oferta gastronómica local, destacando la innovación culinaria como componente decisivo en la experiencia turística. La relevancia de este proyecto es visibilizar la innovación culinaria como un elemento importante dentro de la construcción de la experiencia turística de las personas que visitan la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato, fortaleciendo el desarrollo gastronómico del lugar y la identidad cultural de la sociedad. La metodología planteada fue de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo, que utilizó técnicas de observación mediante check list en base de la innovación culinaria y se aplicaron encuestas a los comensales del restaurante "Experiencia Nomada" con un cuestionario de 14 preguntas estructuradas para 203 personas en base a su experiencia turística dentro del establecimiento. Los resultados de la investigación arrojaron resultados que se interpretaron con que la innovación culinaria de relaciona en un gran porcentaje a la experiencia turística, reflejando la satisfacción de los clientes de este restaurante. Se llegó a la conclusión que la innovación culinaria si es un factor determinante con la experiencia turística de los visitantes de Ambato, específicamente en la parroquia Huachi Loreto.

PALABRAS CLAVE: CULINARIA, GASTRONOMIA, AMBATO, EXPERIENCIA, TURISMO, COMIDA, CULTURA, INNOVACION.

ABSTRACT

The research aimed to investigate culinary innovation in the tourist experience of the Huachi Loreto parish in the Ambato canton, with the purpose of diversifying the local gastronomic offer and highlighting culinary innovation as a decisive component of the tourism experience. The relevance of this project lies in showcasing culinary innovation as a key element in shaping the tourist experience of visitors to the Huachi Loreto parish in the Ambato canton, thereby strengthening the gastronomic development of the area and the cultural identity of its society.

The studies proposed methodology used a quantitive approach, with a nonexperimental, cross sectional model and a descriptive range. The observational techiniques words the restaurant was employed using a checklist form with the background of the criteria based on culinary innovation, throughout the clients and diners of "Experiencia Nomada" surveys were conducted. The questionnaire from the survey had 14 questions that were structered for important feedback. This questionnaire was applied to 203 individual diners, with the focus strategized on their experience in the restaurant focused on tourism. The results of this research gave us the result that culinary innovation is very heavily related to the experience of the tourist. With the results reflecting a high level of culinary and touristic satisfaction in "Experiencia Nómada".

The conclusion of this experiment is that a very important determining factor for tourists is culinary innovation therefore the experience in tourist in Ambato, particularly in Huachi Loreto.

KEYWORDS: CULINARY, GASTRONOMY, AMBATO, EXPERIENCE, TOURISM, FOOD, CULTURE, INNOVATION.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 Antecedentes investigativos
Investigaciones antecedentes

En los últimos años, la relación entre gastronomía, innovación y turismo ha sido objeto de múltiples investigaciones que destacan el papel fundamental de la experiencia culinaria en la consolidación de destinos turísticos. Diversos autores coinciden en que la innovación culinaria no solo dinamiza la oferta turística, sino que también fortalece la identidad cultural y promueve el desarrollo económico local.

Ortiz-Martínez et al. (2023), en su artículo "Los servicios turísticos y el imaginario del turista, caso de estudio Ambato", analizaron el imaginario turístico entendido como la representación subjetiva que los viajeros construyen sobre un destino antes de visitarlo; el estudio toma como referencia la ciudad de Ambato y busca caracterizar la manera en que los turistas proyectan sus ideas y expectativas sobre los lugares y su oferta turística; la investigación utiliza un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos para recopilar datos estadísticos y métodos cualitativos desde la hermenéutica del turismo; su diseño es descriptivo, fenomenológico, correlacional y no experimental de corte transversal; los resultados muestran que, dentro del imaginario turístico, los destinos más atractivos en América Latina son Estados Unidos y México, mientras que en Europa destaca Turquía.

Desde un enfoque más amplio, **Torres-Oñate (2021),** en su artículo "Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica", analizó la relación entre la oferta gastronómica y las tendencias culinarias en establecimientos de Ambato con la distinción Q de calidad durante el segundo semestre de 2020; el estudio, de enfoque mixto y diseño no experimental correlacional, aplicó instrumentos como una ficha estructurada y un cuestionario validado mediante el Alfa de Cronbach (0,825); el análisis realizado con SPSS y la prueba Rho de Spearman (0,471) evidenció una

correlación moderada, lo que confirma que las tendencias culinarias influyen en la oferta turística gastronómica local; se concluye que dichas tendencias, junto con el tipo de establecimiento, la comida y la ambientación, son determinantes en la preferencia de los consumidores y en el fortalecimiento de la oferta turística de la ciudad.

En un contexto ambateño, **Montalvo et al., (2021),** en "The food routes: a tourist strategy based on the Ambato's culinary identity.", propuso que la incorporación de tendencias culinarias en productos locales fortalece tanto la oferta turística como la valorización del patrimonio alimentario intangible, enfocándose en fusionar lo ancestral con lo moderno, para generar una experiencia culinaria única que impulsa el desarrollo sostenible y beneficia directamente a productores locales.

Por su parte, **Ortiz-Espinoza (2020),** en su estudio "Antropología culinaria en el turismo gastronómico, caso de estudio cantón Mocha", abordó la investigación con el objetivo de analizar la antropología culinaria del cantón Mocha, estudiando el origen, la estructura y las características de platos tradicionales como papas con cuero, papas con cuy, yahuarlocro, habas con queso, choclos con queso, chicha de jora, tostado con chicharrón y caldo de gallina; aunque el turismo gastronómico y agroturístico ha contribuido al desarrollo económico del cantón, se identificó una falta de estudios sobre la tradición culinaria local, por lo que como resultado se elaboraron un políptico y un folleto informativo que presentan la historia, la preparación y los saberes ancestrales de estos platos, con el objetivo de divulgar el conocimiento gastronómico tradicional entre los turistas.

A nivel teórico, **Montoya (2024),** en el "Diseño de la experiencia turística: Una revisión bibliográfica", ofreció una revisión bibliográfica que sistematiza las dimensiones afectiva, sensorial y cognitiva de la experiencia turística, con el fin de destacar la importancia de diseñar vivencias significativas, auténticas e inclusivas.

En la misma línea, **Garduño (2018),** en "La experiencia turística: proceso de encuentro entre turistas-locales y su encubrimiento mutuo" enfatizó la necesidad de incorporar la perspectiva de los actores locales en el diseño de experiencias, para producir una mirada más holística del turismo.

El estudio de **Kuhn (2024),** *"Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis"*, explica acerca de una de las principales líneas de innovar que se relaciona con la creatividad en el turismo. El autor identifica cinco áreas temáticas fundamentales gastronomía, desarrollo e innovación; restaurantes, experiencia y autenticidad; ciudad creativa y turismo gastronómico; co-creación y percepción de imagen; y cultura culinaria y comida callejera, que evidencian el carácter transversal de la innovación culinaria dentro del sector turístico, abarcando desde la oferta gastronómica hasta la proyección de la imagen del destino. En conjunto, estos aportes reflejan una tendencia creciente a concebir la innovación como una herramienta estratégica para enriquecer la experiencia del visitante, fortalecer la identidad cultural y diversificar la oferta turística, lo que justifica la relevancia de analizar el potencial de la innovación culinaria en la parroquia Huachi Loreto como medio para impulsar su desarrollo turístico y posicionarla como un destino gastronómico alternativo.

Experiencia turística

Uno de los componentes principales en la diversificación de la experiencia turística es la innovación culinaria y más aun en ciertos territorios donde la gastronomía tiene un eje central, pues no únicamente se trata de agregar platos a un menú, se trata de interpretar la cultura de un lugar creando platos que entren en el rango de lo sostenible, creativo y llamativo para los comensales y clientes.

En la investigación de **Villamarín-Ojeda, et al., (2023),** titulada "Las experiencias turísticas. Su estudio desde la revisión sistemática de la literatura científica", se aborda la temática de como gracias a la identificación de tendencias se puede mejorar la experiencia del turista, y con ello, hace referencia a la gran importancia de la innovación de un establecimiento en cada uno de los servicios.

Gama-Garduño et al. (2024), en su estudio "La experiencia turística: proceso de encuentro entre turistas-locales y su encubrimiento mutuo", explica que la experiencia turística es mucho más que un proceso social, plantea este trema como una conexión cultural y simbólica entre turistas y anfitriones dando énfasis en la relevancia de entender cada una de las interacciones para una mejora en la gestión del turismo,

destacando la autenticidad, memorabilidad y principalmente la actitud de participación de la vivencia del turista.

González (2024) en “La percepción de los usuarios en la experiencia turística: caso del pueblo mágico de Tapijulapa, México”, analiza la manera en la que los usuarios perciben la experiencia turística visualizando los factores que llegan a contribuir que una experiencia sea significativa y genere memorabilidad para los turistas o visitantes. Además, menciona que los turistas valoran en mayor grado la singularidad y la identidad cultural de un lugar

La investigación de **Carballo (2024),** titulada "Experiencia turística, imagen, seguridad y centros culturales", fue presentada a manera de tesis doctoral de Las Palmas de Gran Canaria en noviembre de 2014; y este estudio hace énfasis y profundiza en la correlación del turista, su experiencia, la seguridad e imagen del destino, como elementos esenciales para comprender la satisfacción del turista y en distintos capítulos aborda temáticas como el análisis exhaustivo de la naturaleza multidimensional y subjetiva de la experiencia turística tomando como base la seguridad de seis destinos internacionales como: Indonesia, Egipto, Marruecos, Colombia, Brasil y Canarias (España).

Rivera (2020), en su estudio titulado “Fortalecimiento de la identidad cultural-gastronómica en la provincia de Los Ríos, Ecuador”, aborda la correlación entre la culinaria local con la identidad en base a la cultura de la comunidad que recibe a los viajeros, resaltando aquí, el interés que es capaz de generar la cocina local en los visitantes principalmente extranjeros porque fortalece de manera significativa al fortalecimiento cultural y mejorando la experiencia del turista

Teoría, modelo o posición filosófica

Teoría de la experiencia

La teoría de la experiencia, propuesta por **Pine y Gilmore (1999),** explica que las vivencias significativas en el turismo surgen de la combinación de distintos elementos, como la evolución de la economía, la personalización del servicio y la interacción entre empresa y cliente. Los autores plantean las cuatro “E” de la experiencia: Educación, Estética, Escapismo y Entretenimiento y sostienen que las emociones son el núcleo de

toda vivencia memorable. Desde esta perspectiva, lo que realmente deja huella en el turista no es solo el desplazamiento físico, sino las sensaciones y recuerdos que conserva después del viaje, por ello, los prestadores de servicios pueden generar un valor añadido cuando logran diseñar experiencias personalizadas que despiertan emociones y fomentan la fidelización. En relación con la innovación culinaria, esta teoría sugiere que el turista no se limita a consumir un plato, sino que participa en una experiencia cuidadosamente construida para emocionar y conectar culturalmente. Un platillo innovador, más allá de satisfacer el hambre, puede contar una historia, transmitir identidad y convertirse en un verdadero espectáculo sensorial.

Desarrollo teórico de la variable independiente (Innovación culinaria)
Innovación

Concepto

La innovación ha trascendido en diferentes niveles hasta consolidarse como un concepto que abarca temas como la gestión, el desarrollo social o económico, refiriéndose a la capacidad de convertir ciertas ideas iniciales en un producto final real, procesos, bienes y servicios que generen valor y resalta en que no se centra en la creación de algo nuevo en su totalidad, también apunta a la mejora de algo que ya existe para generar cambios que sean relevantes ante la competitividad de lo ya creado.

Para términos bastante generales, **Baragheh, Rowley y Sambrook (2009)**, conceptualizan la innovación como "un proceso de múltiples etapas mediante el cual las organizaciones transforman ideas en productos, servicios o procesos nuevos o mejorados con el fin de avanzar, competir y diferenciarse exitosamente en su mercado" (p. XX). Esta definición apunta al carácter importante de la innovación estratégica relacionándola con ciertos puntos de la sostenibilidad.

Por otra parte, uno de los aportes más relevantes es el de **Schumpeter (1912),** quien relaciona la innovación como una "destrucción creativa" que se entiende como la habilidad de cambiar lo caduco por lo nuevo en términos de productividad, impacto generalmente relacionado con la estructura del mercado. Desde este enfoque, la

innovación está altamente relacionada con el desarrollo económico e incluso, se puede denominar el "motor" del desarrollo económico.

Desde su enfoque, **Rogers (2003),** enfoca su concepto de innovación como la idea que es percibido como algo diferente por una persona y amplia esto hacia un plano social, pues la novedad es un determinante principal para los veedores.

En conclusión, los diferentes autores desde sus perspectivas muestran que la innovación no se limita únicamente a generar un nuevo producto, bien o servicio, sino que abarca otras dimensiones, pero nunca deja de tener relevancia en los factores sociales, económicos y organizacionales, por ende, conforma una herramienta primordial en la gestión y desarrollo de diferentes proyectos.

Culinaria

La culinaria puede entenderse como el conjunto de prácticas, saberes y significados asociados a la preparación de los alimentos. **Montanari (2006),** argumenta que el arte culinario traspasa lo netamente técnico para transformarse en una expresión variada cultural, en la que la sociedad en sí plasma su identidad y cultura, su historia sea vasta o corta y los valores que la engloba. De esta manera, cocinar no es solamente mezclar ingredientes en un plato, sino también transmitir tradiciones antepasadas y crear símbolos de la misma.

De acuerdo con lo citado por el autor, el arte culinario o la culinaria interviene como un base para mezclar la cultura y la naturaleza, ya que los recursos que vienen de la naturaleza se convierten en alimentos mediante métodos culturales de transformación de estos, siguiendo un conjunto de normas y técnicas gastronómicas que pueden variar según la transformación de las mismas a partir de diferentes puntos en la historia, según su evolución e innovación. Por esta razón, una mesa se convierte en un punto de socialización, conversación e interacción social, donde se expresa la cultura y el sentido de pertenencia.

Basado en esto, la cocina se convierte en un fenómeno complejo y simple a la vez que junta lo material, natural, simbólico y biológico con lo cultural. Siendo la gastronomía la vía esencial que nos guía a comprender cómo es que la alimentación se puede reflejar

y construir creando bloques de identidad y dinámica social para tener una obra final en una comunidad.

Innovación culinaria

La innovación culinaria está enfocada en la aplicación de factores creativos y la aplicación del conocimiento práctico-técnico para la transformación de procesos gastronómicos con la finalidad de crear experiencias nuevas para los comensales sin limitarse a únicamente crear recetas desde cero, sino renovar, mejorar, reinterpretar productos que ya existen para responder a nuevas necesidades de quienes lo consumen.

Rogers (2003), propone que la innovación se refiere a todo lo que es percibido como nuevo por la gente y en el campo culinario esto se relaciona con la aceptación de nuevos servicios que dependen del enfoque del consumidor.

Por otra parte, **Amabile (1988),** observa la innovación como las ideas creativas que están implementadas adentro de una organización, es por ello que, si un servicio de restauración logra integrar nuevos servicios, practicas o experiencias, puede considerarse de categoría innovadora.

Según **Hjalager (2010),** la clasificación de la innovación culinaria se basa en diferentes niveles tales como: el proceso, producto mercadeo y organización que, si relacionamos a un contexto turístico, dichas maneras de innovar permitirán distinguir destinos turísticos y generar así un valor agregado para las experiencias de los viajeros.

En resumen, la innovación culinaria es un fenómeno que conlleva varias dimensiones en las cuales se integran la técnica, percepción social y la creatividad para construir una herramienta estratégica que sea capaz de diferenciar propuestas gastronómicas para generar una especie de valor agregado y así, responder a los cambios del entorno.

Dimensión el simbolismo:

Este tema se refiere a todo el valor significativo que no se puede tocar que posee un alimento, ingrediente o preparación y que está estrechamente relacionado con la historia y cultura de un lugar específico, relacionando así los significados sociales, emocionales y también históricos.

Significado personal y cultural:

Como indica **Montanari (2006),** el conjunto de alimentos para formar una preparación poseen identidad que se relaciona con la cultura de un espacio geográfico, esto permite que exista una conexión simbólica real entre el visitante y la comunidad porque es uno de los pilares fundamentales al momento de viajar y querer conocer sobre la identidad de un sitio, siendo un vehículo que permite la concatenación entre la expectativa, identidad, pertenencia y memoria, además, la culinaria no solo es el acto de comer por necesidad, incluye mucho más que un significado personal o colectivo que se les da a los alimentos.

Identidad local:

Autoras como **Montanari (2006),** explican que cada alimento es portados de una identidad diferente y esto va a depender de la ubicación geográfica en donde lo consuman, y que gracias a esta identidad, existe la posibilidad que tener una mayor oportunidad para conectar con los visitantes; un claro ejemplo de esto son las preparaciones tradicionales que existen en Ambato, como el llapingacho, cuy asado, gallinas hueveras de Pinllo que tienen un valor mucho más intenso que su sabor, pues las historias y tradición que los acompañan son únicos.

Ingredientes autóctonos:

En Ambato, los ingredientes nativos como la oca, la mashua y las papas simbolizan un componente esencial de la alimentación tradicional y de la cultura local. Estos cultivos contribuyen no solo nutrientes importantes, como carbohidratos, minerales y compuestos antioxidantes, sino que también cumplen un papel en la conservación de la biodiversidad agrícola y en la sostenibilidad de las técnicas de cultivo en la región **(Gualoto, 2021).**

La oca es conocida por soportar condiciones climáticas adversar, como sol intenso o lluvias constantes y esto facilita la producción del producto durante todo el año sin generar estacionalidad **(Espín, 1997).**

La mashua, apreciada por su sabor particular, posee propiedades funcionales que contribuyen a la salud y al bienestar de quienes la consumen, y su cultivo mantiene

vivas prácticas agrícolas ancestrales. El uso de ingredientes autóctonos, como la mashua, el sambo o la papa chaucha, refuerza este simbolismo, pues representa una forma de resistencia cultural frente a la estandarización de la gastronomía global y, estos productos fortalecen la sostenibilidad, al estar en sintonía con los ecosistemas locales (**Monteros, 2010).**

Por su parte, las papas nativas ofrecen gran diversidad genética, lo que permite su adaptación a distintos suelos y climas, y al mismo tiempo aportan beneficios antioxidantes importantes para la prevención de enfermedades **(Gil-Rivero et al., 2019).**

En conjunto, cada uno de estos ingredientes forman parte de la tradición culinaria de Ambato, que lamentablemente con el tiempo ha mermado su consumo, pero podemos aumentarlo al añadir en menús innovadores y promoviendo el consumo de estos productos.

Rituales gastronómicos

Los rituales gastronómicos son prácticas profundamente arraigadas en las culturas de todo el mundo, donde la preparación y el consumo de alimentos adquieren significados simbólicos y espirituales.

Según **Álvarez (1994),** en el estado de México, tanto la comida como las bebidas que son consumidas en rituales y festejos son relacionadas con el reflejo de la historia de la comunidad receptora de turistas porque crea vínculos sociales entre el turista y el lugar.

De acuerdo con **Aguilar (2014),** los alimentos y bebidas que se preparan y comparten durante las fiestas y rituales en México reflejan la historia, las prácticas y las tradiciones de cada comunidad, profundamente vinculadas con los recursos naturales útiles en su entorno. Estas prácticas trascienden la simple nutrición, ya que además de alimentar el cuerpo, fortifican la identidad cultural y los lazos sociales, transformando el acto de comer en una expresión de pertenencia, unión y conmemoración colectiva.

Estos rituales se integran estrechamente con la dimensión simbólica porque reafirman el sentido de comunidad y conjunto para transformar las experiencias reales cuando se

incluyen en la oferta turística para que el visitante comparta de manera vivencial las costumbres del patrimonio cultural intangible de una zona o región.

Dimensión: "construcción de menús"

La forma en que se construyen los menús hoy en día va mucho más allá de simplemente organizar platos en una carta. En el ámbito del turismo gastronómico, se han convertido en una herramienta clave para fusionar lo tradicional con lo contemporáneo. Crear un menú innovador significa rescatar ingredientes locales, presentar los platos de manera atractiva y pensar en propuestas que cuenten una historia, una experiencia, o incluso una emoción.

Para el diseño de un menú es primordial saber que esto exige mucho más que técnica, pues se caracteriza por una representación de nuestros sentimientos para poder crear lazos emocionales y sensoriales con el comensal a través de la presentación de un plato o de una narrativa gastronómica porque el menú se transforma en una carta de presentación de un lugar, gracias a su capacidad de transmitir historias, tradiciones e incluso la esencia de su gente tras cada preparación.

Moliné (2012), afirma que el menú actúa como conexión en base a la narrativa con los sabores, tradiciones y costumbres de un destino y esto trasciende en la transformación de un plato hacia lo culinario y gastronómico, además, el correcto diseño de un menú promueve la diversidad culinaria de la zona convirtiéndose en una herramienta estratégica dentro de la promoción turística de un lugar

El uso de ingredientes locales y de temporada, además de garantizar frescura y calidad, impulsa la economía del entorno y refuerza la sostenibilidad, en concordancia con las tendencias del *kilómetro cero* y la cocina de proximidad **(López-Guzmán et al., 2017).**

Dicha práctica posibilita destacar los ingredientes tradicionales que son clave en la identidad gastronómica de un sector y como claro ejemplo esta Ambato con sus preparaciones propias y tradicionales como el llapingacho, pan de Pinllo, cuy asado entre otros que mantienen el patrimonio cultural de la ciudad e incidiendo linealmente a la percepción del turista que valora la originalidad, autenticidad, sabor y tradición

para disfrutar de experiencias que les permitan conocer un lugar de manera más real (**Kivela y Crotts 2006).**

Para diseñar un menú correctamente elaborado, se debe ofrecer variedad de productos y preparaciones, satisfacer gustos generales, tener en cuenta restricciones alimentarias y ocupar productos reconocibles a simple vista, con descripciones claras **(UNWTO, 2019),** pero también puede presentarse con la reinterpretación de platos típicos con fusión de técnicas no tradicionales, con innovación en ingredientes, preparaciones y monturas de platos para transformar el producto en una idea más llamativa.

En conclusión, el diseño de un menú debe estar basado en la innovación, creatividad, conexión emocional, identidad cultural y así, conectar con el turista para que tenga una experiencia memorable.

Reducción de desperdicios

Según **San-Juan (2018),** en su artículo "La producción y consumo sostenible y la reducción del desperdicio alimentario como una de sus metas" es importante destacar que la reducción de servicios ha evolucionado con el tiempo y actualmente se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del turismo gastronómico para no enlistar platos sin orden u organización sino que presentar la propuesta de la utilización de la gran cantidad de partes que conforman un ingrediente para la elaboración de los platos y con ellos, un menú más interesante agregando productos de temporada, técnicas que aprovechen en su gran mayoría o si es que se puede, el total de los ingredientes, y principalmente una planificación eficiente que permita minimizar el impacto ambiental pero sin poner en riesgo la calidad del servicio.

Presentaciones multisensoriales

Estas presentaciones representan un eje central de la innovación culinaria contemporánea, pues la experiencia gastronómica no depende únicamente del gusto sino de la integración armónica de todos los sentidos, ya que el color, los aromas, la textura, los sonidos e incluso el entorno en el que se degusta un alimento inciden en la percepción del sabor y en la construcción de la vivencia de comer; de este modo, incorporar elementos visuales, aromáticos, táctiles y auditivos permite enriquecer la experiencia del comensal y convertirla en una estrategia innovadora que transforma el

acto de alimentarse en una experiencia integral que estimula la memoria, las emociones y la estética; estas presentaciones no solo capturan la atención sino que también generan memorabilidad, un aspecto clave en el turismo experiencial porque asegura que la vivencia no se limite al momento del servicio sino que permanezca en el recuerdo y fortalezca el vínculo con la propuesta culinaria **(Jaramillo & Portilla, 2020).**

Técnicas de cocción innovadoras

Como sugiere **Ordonez (2025**), estas técnicas pueden combinar diferentes factores, entre lo tradicional y moderno sin perder su esencia pues diferentes cocineros utilizan diferentes métodos o técnicas para varias sabores y texturas además de enriquecer la experiencia que el comensal desea vivir gracias a las practicas que son capaces de reescribir recetas ya elaboradas con un aporte novedoso, creativo y diferente para transmitir cierta memorabilidad en la comida. Los ejemplos de esto son: la cocción al vacío, ahumados tradicionales, utilización de herramientas de cocina como el horno o utensilios como el sifón para generar espumas para respetar los ingredientes locales, pero sorprender al visitante.

Experiencias interactivas

Las experiencias que generan interacción en la gastronomía se expresan como las actividades en las que el comensal no se centra solo en comer un plato preparado, más bien, se basa en la participación, construcción y vivencia que abordan todos los temas culinarios; parte de esto es la estimulación de sentidos como vista, olfato, oído y lógicamente, el gusto y de acuerdo con **Pine y Gilmore (1999),** el punto clave de estas experiencias es envolver al comensal o turista en un ambiente inolvidable donde cada detalle sume para generar un impacto memorable y duradero manifestándole al comensal que el servicio es algo más que solo comer y transformando su experiencia en una vivencia digna de recordar y repetir.

Dimensión nuevos servicios

Los servicios que están relacionados con la gastronomía han evolucionado a través del tiempo para poder integrar componentes experienciales. Más allá del acto de comer,

los turistas buscan participar activamente en procesos como la información de ingredientes, la preparación de alimentos o el aprendizaje de recetas tradicionales.

Autores como **Pine y Gilmore (1999),** especifican que una experiencia genera un valor real cuando es paz de trasformar la perspectiva del turista y en este sentido, la innovación culinaria ofrece una gran variedad de oportunidades únicas para vivir la cocina de manera práctica.

Según **Pine y Gilmore (1999),** los servicios pueden evolucionar hacia experiencias completas que involucren emocional y sensorialmente al consumidor, como ocurre en los servicios gastronómicos que integran entretenimiento, educación y estética, además se señala que lo que realmente deja huella en el visitante es la experiencia que rodea a ese plato: lo que ve, lo que huele, lo que siente y lo que aprende durante su consumo, permitiendo entender cómo los servicios gastronómicos pueden transformarse en vivencias memorables cuando incorporan elementos como el entretenimiento, el aprendizaje, la participación activa y un entorno estéticamente cuidado, es aquí donde la innovación culinaria cobra un papel fundamental porque innovar no solo implica crear nuevos sabores o combinaciones, sino también diseñar momentos únicos a través de la comida. Por ejemplo, un taller donde el turista prepara un plato típico con ingredientes locales, una cena temática que narra una historia del pueblo o una presentación artística que convierte cada comida en un espectáculo. Estas prácticas no solo elevan la calidad de la oferta gastronómica, sino que aumentan el valor percibido por el visitante, se genera un vínculo emocional más profundo con el destino es por ellos que, en este sentido, la innovación culinaria se convierte en una herramienta poderosa para enriquecer la experiencia turística, se diferencia a una localidad frente a otras y posicionándola como un referente de cultura viva y hospitalidad.

Productos locales

Para esta dimensión, se toma en cuenta que la innovación culinaria se manifiesta también en la conservación, comercialización y cuidado previo de los productos locales; esto preserva la cultura culinaria de un sector y también promueve el flujo de la economía de un lugar fortaleciendo los ciclos de venta.

Como señalan **Bessière (1998)** y **Slow Food (2020),** el valor de los productos locales implica una relación entre los saberes culinarios, el destino y la sostenibilidad, por ejemplo, en Ambato se preparan platos a base de la papa chaucha, el sambo, mellocos, frutas de temporada.

Importancia para la comunidad

Ambato, conocida como la "Tierra de las Flores, las Frutas y el Pan", tiene una gran variedad agrícola y tradición gastronómica con la utilización de producto local que permite el flujo del circulante y fortalece la economía de las comunidades tanto urbanas como rurales.

Ortiz-Gutiérrez (2023), aporta a este tema señalando que cuando se integran ingredientes tradicionales en la gastronomía moderna o contemporánea, se armoniza la cultura tras cada plato elaborado y se incluyen tendencias que generan innovación en las experiencias gastronómicas para lograr la transmisión de historias, memorias, identidad y entorno. Para Ambato, se facilita la creatividad de preparación por la disponibilidad de producto pero también la estacionalidad de otros, como la manzana Emilia, claudias, higos, capulíes, taxos, entre otros productos que se encuentran a la venta en muchos lugares, pero principalmente, en la red de mercados y ferias que abastecen a la ciudad, como claro ejemplo el Mercado Mayorista, la Plaza Urvina y la Plaza Primero de Mayo, donde la cantidad de productos no es lo único que llama a la clientela sino también sus precios convenientes y frescura del producto.

Los productos locales tienen un rol fulas visitantes experiencias auténticas basadas cultural de Ambato, ya que la ciudad y la provincia de Tungurahua han sido históricamente reconocidas como una de las experiencias auténticas basadas en sus parroquias rurales se cultivan frutas como la guaytambo, el durazno y la mora, además de hortalizas y tubérculos que no solo abastecen a mercados nacionales, sino que también sostienen la identidad gastronómica de la región; esta producción garantiza la seguridad alimentaria, reduce la dependencia de insumos externos y fortalece el turismo gastronómico, al ofrecer a los visitantes experiencias auténticas basadas en sabores propios del territorio **(Primicias, 2023).**

Facilidad de encontrar

Otro punto para recalcar es la gran cantidad de oferta en productos que debe tener una región, constante disponibilidad y sostenibilidad, lo que quiere decir que los productos logren mantenerse en el tiempo, favoreciendo el modelo gastronómico de la ciudad y apoyando a mantener una relación comercial directa del campo con la mesa **(GAD Municipalidad de Ambato, 2025).**

Innovación de menús por temporadas

La constante renovación del menú de un establecimiento de alimentos y bebidas permite generar innovación en el lugar y también ofrece una dinámica mucho más interesante acerca de la utilización de productos de temporada o ingredientes que poco a poco se han dejado de consumir perdiéndolos como tradición al integrarlos nuevamente a la mesa con una idea más interesante e innovadora, es por eso que esta estrategia responde no solo a razones prácticas que son la disponibilidad de productos durante un periodo de tiempo, sino también a las razones simbólicas y culturales de un sector determinado relacionándolo con celebraciones tales como la Fiesta de las Flores, de las Frutas y el Pan en Ambato **(Moliné, 2012**).

Además, renovar los menús con repetición brinda al establecimiento la emergencia de explorar reinterpretaciones de platos tradicionales, para incluir ingredientes de temporada, para fusionar técnicas y brindar propuestas creativas que cautiven tanto al visitante recurrente como al turista nacional o extranjero **(González Turmo, 2003).** Esta práctica impulsa la sostenibilidad alimenticia y vigoriza el concepto de cocina de proximidad.

Experiencias gastronómicas inmersivas

Si bien cuando pensamos en comida, el primer sentido que asociamos es el gusto, existen platos que logran estimular más que esto, pues la gastronomía no es vista solo como un acto de consumo por necesidad biología, sino actualmente, es considerada como el arte de disfrutar cada plato que permita agudizar sentidos como el olfato, el tacto, la vista en incluso el oído, y de la mano, generar experiencias que también se relacionen con las habilidades blandas de una persona, relacionándola con los sentidos

haciendo que el comensal participe de manera activa en la creación, recreación o degustación de un hecho culinario, lo cual puede incluir ciertos temas como talleres, rutas gastronómicas, cenas con temáticas variadas, historias y explicaciones durante el servicio que permitan conectar al chef con el comensal a través de la comida preparada **(Pine & Gilmore, 1999).**

En el tema turístico, las experiencias inmersivas permiten brindar un alto valor emocional a que propicia una conexión mucho más directa y profunda con el turista y el lugar del destino, dando paso a la fidelización del cliente y a la publicidad de boca en boca, ya que, si el comensal disfruta, recomendara su experiencia vivida a otras personas **(Getz et al., 2014).** Como menciona el autor, esta estrategia es clave para valorar la sabiduría y técnicas gastronómicas de cierto lugar e impulsa la transmisión de conocimiento gastronómico entre generaciones para fortalecer la identidad y la pertenencia cultural de los miembros de una comunidad.

Personalización del servicio gastronómico

Este tema es de gran importancia porque es un eje central en el turismo moderno. En el tema gastronómico, se basa en modificar la oferta culinaria a las necesidades, gustos, preferencias, requerimientos o restricciones del comensal. Esto puede abarcar desde menús para personas con intolerancias o dietas especiales, hasta la posibilidad de elegir ingredientes o ajustar los niveles de picante, sal, entre otros **(Sánchez-Cano, 2016).**

En Ambato, especialmente en temporadas de gran afluencia turística como la Fiesta de la Fruta y de las Flores, la personalización del servicio al cliente se convierte en una estrategia fundamental para que los restaurantes atiendan a públicos diversos y logren garantizar experiencias satisfactorias que impacten de forma directa en la percepción de calidad y en la recomendación del destino; este enfoque no implica necesariamente mayores costos, sino una atención más cuidadosa a los detalles, una comunicación empática con el comensal y una planificación flexible del menú que permita adaptarse a las expectativas de visitantes locales y extranjeros; en este sentido, estudios sobre el servicio al cliente en restaurantes de Ambato demuestran que la forma en que el personal atiende y se adapta a las necesidades del consumidor influye

significativamente en la competitividad del negocio gastronómico **(Córdova Martínez, 2020).**

-Desarrollo teórico de la variable dependiente

La experiencia, según Dewey (1938), es un proceso activo de interacción entre el individuo y su entorno, en el cual cada situación vivida proporciona oportunidades de aprendizaje, transformación y conocimiento, no se limita a la mera acumulación de hechos, sino que implica reflexión, interpretación y conexión de lo vivido con otros contextos, de manera que cada experiencia enriquece la comprensión del mundo y la capacidad de actuar en él, convirtiéndose en un elemento fundamental para el desarrollo personal, social y cultural.

El eje central en la planificación de destinos modernos esa constituida por la experiencia turística cuando se busca implementaron valor agregado a través de la gastronomía porque la innovación se convierte en un instrumento que transforma y enriquece la oferta de un lugar pero también determina el modo en el que los turistas se desenvuelven en el destino, involucrando diferentes dimensiones de sentidos, emociones, aprendizaje y es aquí donde la culinaria tiene un cruce directo con la innovación. En base a lo que manifiestan **Pine y Gilmore (1999),** para generar recuerdos duraderos y memorias positivas, se debe dirigir cada experiencia hacia lo emocional.

Dimensión social

La dimensión social de la práctica turística se centra en las crónicas e interacciones que los visitantes establecen con los anfitriones y la comunidad local. La innovación culinaria puede incrementar este aspecto al crear espacios de encuentro, diálogo y participación. Actividades como talleres de cocina tradicional o ferias gastronómicas ofrecen oportunidades para que los turistas convivan con los residentes, compartan conocimientos, costumbres y prácticas culinarias, generando un ambiente de intercambio cultural. Estas experiencias no solo fortalecen la autenticidad del destino, sino que también avivan un sentimiento de pertenencia y cercanía que enriquece la vivencia del visitante. De acuerdo con **Pine y Gilmore (1999)**, las experiencias más memorables surgen cuando el viajero participa vivamente y se involucra

emocionalmente con el entorno. Desde esta perspectiva, la gastronomía actúa como un vehículo de interacción social y hospitalidad, factores esenciales para la satisfacción y la conexión del turista con el lugar que visita.

Hospitalidad

La hospitalidad es un factor clave dentro de la experiencia turística de un viajero porque influye en como el cliente percibe su estancia en un lugar y por lo mismo en su nivel de satisfacción. La innovación gastronómica o culinaria es capaz de potenciar la perspectiva de hospitalidad al ofrecer un servicio cordial y respetuoso, con reflejo de apertura y calidez de la comunidad receptora. Según **Torres-Oñate et al. (2023),** en Ambato, la cocina tradicional actúa como un medio para fortalecer la identidad local y brindar una acogida genuina a los turistas destacándose por su amabilidad, capacidad de resolución de conflictos y su genuinidad.

Atención al turista

Díez de la Lastra (2025), aborda este tema como uno de los puntos más importantes y resalta que la innovación en el servicio y atención al cliente son casi una obligación de quien presta servicios turísticos sea cual sea su rama porque las expectativas de los viajeros cada vez son más estrictas y más altas, es por ello que la atención debe ser personalizada para cada persona que llegue a un destino y la calidad de la atención es el punto que determina el nivel de satisfacción del cliente. En el calo se la innovación culinaria, podemos abordar temas como la adaptación de menús a requerimientos, sugerencias, gustos o restricciones del comensal de manera personalizada para facilitar la interacción y aumentar la satisfacción post consumo.

Interacción con el turista

Gómez Pinto (2019), indica que las actividades de interacción con el turista promueven la dinámica social entre anfitrión y cliente lo que resulta en un intercambio cultural que enriquece de manera directa la vivencia de quien lo practica, esto se puede visibilizar en talleres compartidos, degustaciones, cenas temáticas, entre otras actividades que permitan a los viajeros participar de manera activa en la cultura

gastronómica tradicional de un lugar, para entender de una mejor manera su patrimonio, sea tangible o no.

Eventos comunitarios

Los eventos gastronómicos comunitarios, como exposiciones y festivales, son plataformas ideales para mostrar la riqueza culinaria de una región y sembrar la participación de la comunidad. El Festival Raíces en Guayaquil, por ejemplo, ha logrado consolidarse como un atractivo turístico al distinguirse la gastronomía local y fomentar la unión social **(Ceretta, 2012).**

Dimensión cognitiva

Arguiñano (2019), en su artículo "Algo más que recetas de cocina" explica como la dimensión cognitiva abarca el aprendizaje, el conocimiento y la comprensión que el turista adquiere sobre la cultura local durante su experiencia. La innovación culinaria contribuye significativamente a esta dimensión al ofrecer oportunidades educativas y de inmersión cultural a través de la gastronomía.

Gomes-Moreira (2012), sugiere tener en cuenta ciertas iniciativas gastronómicas que permitan la enseñanza no solo de técnicas, sino de todo lo que conlleva la preparación de un plato para que esto resulte en la transmisión de conocimiento y evitar la pérdida de costumbres y tradiciones en un lugar, además, genera satisfacción para quien lo realiza y se convierte en actividades recreativas con fines de aprendizaje, pero también de disfrute para los viajeros. En estas actividades se destinaria el uso de ingredientes autóctonos, técnicas ancestrales y lo más importante, la revalorización de la historia tras cada plato.

Aprendizaje

En el tema de la innovación culinaria, el aprendizaje se relaciona cuando ofrece oportunidades educativas al admitir que los visitantes aprendan sobre temas que involucre la gastronomía de un lugar como practicas alimentarias sostenibles, preparación de platos típicos, técnicas ancestrales, manejo de ingredientes desde el cultivo entre otros. Un ejemplo claro es la técnica de la cocción bajo tierra llamada pachamanca, que, aunque no tiene un origen de alguna comunidad especifica, la

mayoría de las comunidades andinas, principalmente la comunidad Tomabela la ocupa, siendo un caos real donde los turistas aprenden algo más que solo cocinar **(Viteri-Toro et al., 2023).**

Para **Ausubel (1968),** el aprendizaje se manifiesta al hacer que los estudiantes conecten con la información que están reviendo y enlazan su conocimiento empírico con la nueva averiguación, lo que básicamente, en la gastronomía se interpreta como la relación de experiencias pasadas con las vivencias que están por experimentar desarrollando habilidades de planificación, resolución de problemas y creatividad. Las experiencias interactivas, como talleres en vivo, degustaciones a ciegas, cocina libre o platos que requieren la participación del comensal, transforman el acto de comer en una vivencia lúdica y educativa; estas propuestas promueven una mayor conexión con la comida, con quienes la preparan y con el lugar donde se produce.

Conocimiento

Según **Herrera-Eguez (2023),** el conocimiento que se transmite desde la cultura local hacia los turistas es el factor que genera satisfacción en la percepción de la experiencia porque tiene la capacidad de sumergir al visitante en la cultura local, y en este caso la culinaria lo hace teniendo como herramienta principal a la comida que está considerada como una puerta que permite la entrada a experimentar el estilo de vida de una región de manera directa y vivencial.

Comprensión de la Cultura Local

La gastronomía se manifiesta como una expresión tangible que permite conocer la cultura de un destino y gracias a la innovación culinaria los turistas que llegan a un lugar pueden comprender de una manera más sencilla la cultura y tradiciones del sitio en donde se encuentran, inmiscuyéndose con los valores, prácticas y creencias de la comunidad que los recibe. **(Brunori & Rossi, 2000).**

Estudio de Tradiciones

En el artículo titulado "Cuando la alimentación se convierte en gastronomía" **Hernandez-Ramirez (2018),** cuenta la manera en la que la innovación culinaria también puede servir como medio para preservar y estudiar las tradiciones culinarias

de una región. Aborda los procesos por los que ciertas tradiciones culinarias deben pasar para verse transformadas en patrimonio gastronómico cultural englobando diferentes enfoques, puntos de vista y destrezas de la sociedad.

Dimensión emocional

Silva (2024), considera que la dimensión emocional está directamente relacionada con los sentimientos y emociones que un turista es capaz de experimentar antes, durante y después de la visita a un lugar de servicios turísticos y destaca la importancia de la innovación culinaria al momento de provocar emociones positivas creando memorias duraderas en base a la experiencia culinaria con significado.

La preparación de platos tradicionales y la degustación de platos dentro de un entorno diferente son conocidos como la participación en actividades culinarias auténticas y estas son capaces de generar sensaciones positivas como alegría, sorpresa y conexión emocional inmediata con el destino. Además, la sensación de percibirse bienvenido y valorado por los anfitriones refuerza y reafirma el grado de satisfacción del turista o comensal (**Baptista, 2024).**

Emociones

La culinaria tiene el don de producir emociones al crear recuerdos duraderos y placenteros en el consumidor, es por ello que **Pine y Gilmore (1999),** afirman que las experiencias gastronómicas en las que está presente la innovación generan sensaciones de alto valor emocional pues la capacidad de la experiencia radica y se basa en la capacidad de transformar al cliente mientras que la culinaria permite ofrecer oportunidades únicas para sentir y vivir.

Las emociones componen un mecanismo primordial dentro de la experiencia turística, ya que influyen de modo directa en la percepción completa del viaje. Además, las acciones que causan la conexión cultural, el intercambio con la población local y las vivencias fidedignas suelen despertar emociones positivas como la alegría, la exaltación o la sorpresa. De acuerdo con **Pine y Gilmore (1999),** la designada "economía de la experiencia" se sustenta esencialmente en la capacidad de forjar emociones que conviertan al comprador. En el ámbito del turismo, dicha evolución se

produce cuando el viajero percibe un impacto apasionado procedente del entorno, las interacciones sociales y las experiencias vividas durante su estancia.

Sentimientos

Esta dimensión se refiere a como los sentidos perciben estímulos durante una experiencia turística, siendo primordiales el olfato, tacto, gusto, vista e incluso el oído para poder estimular los sentidos de manera creativa y envolvente.

Los sentimientos de pertenencia, seguridad y valoración personal suelen manifestarse cuando el turista establece un lazo emocional con el lugar que visita. Según **Gómez Pinto (2019),** las experiencias que incorporan la cultura local posibilitan que el viajero no solo adquiera conocimientos sobre ella, sino que también llegue a sentirse parte de esa comunidad; esta conexión afectiva se refuerza cuando el visitante recibe un trato respetuoso, participa en actividades con sentido y se le integra en las dinámicas sociales del destino. Dichas emociones desempeñan un papel esencial en la creación de fidelidad hacia el lugar y en la disposición a recomendarlo posteriormente. Entre las estrategias más efectivas destacan el diseño sensorial en espacios gastronómicos que combina estímulos visuales, sonoros y táctiles y las experiencias culinarias inmersivas, como las cenas temáticas o las degustaciones multisensoriales.

Antes, durante y después

La experiencia turística no se limita exclusivamente al momento de estar en el destino, sino que se extiende en el tiempo a través de tres fases: la anticipación antes del viaje, la participación durante el viaje y la evocación después del viaje**. Campos et al. (2015),** destacan que estas fases conforman un ciclo experiencial en el cual las emociones desempeñan un papel fundamental. Durante la fase anticipatoria, las expectativas influyen en la percepción de un próximo viaje. En la fase interactiva, las emociones vividas dignifican la experiencia, y en la fase de recuerdo, estas emociones ayudan a construir memorias duraderas que determinan la evaluación global del viaje.

Sentirse bienvenido por los anfitriones

La percepción de hospitalidad por parte de los anfitriones tiene un impacto profundo en la experiencia emocional del turista ya que un entorno acogedor, respetuoso y

empático genera un sentimiento de seguridad y pertenencia. Autores como **Torres Oñate et al. (2023),** resaltan cómo en comunidades donde se comparte la cultura local a través del trato cercano y la participación en actividades sociales, los visitantes se sienten auténticamente bienvenidos, lo que potencia la satisfacción emocional y mejora la percepción del destino. Este sentimiento de acogida incide directamente en la probabilidad de repetición del viaje y en la fidelización del turista.

Dimensión sensorial

Estímulos percibidos por los sentidos

Es a partir de una serie de diferentes estímulos que la construcción de la experiencia turística llega a ser exitosa y esto se direcciona linealmente a los sentidos; un claro ejemplo son los paisajes, la ambientación en cuanto a sonido, el aroma de un entorno que puede traer recuerdos memorables y, sobre todo, los sabores típicos que nos transportan inmediatamente a lugares en los que hemos estado alguna vez. **Moliné (2012),** manifiesta que el turismo tiene un componente narrativo sensorial, en el cual el visitante interpreta y recuerda el destino por diferentes maneras, puede ser la vista, el tacto, el oído y en general, todo lo que englobe sus sentidos.

Moliné (2012), plantea que un menú no solo organiza alimentos, sino que puede transformarse en una narrativa sensorial que conecta al visitante con la historia y las tradiciones del lugar pues la gastronomía es una de las formas más completas de estimular los sentidos humanos: la vista, el olfato, el gusto, el tacto y el oído. Las propuestas culinarias innovadoras aprovechan esta multisensorialidad para diseñar experiencias integrales y las presentaciones visualmente atractivas, música ambiental relacionada con el plato o el uso de vajilla temática, son elementos que amplifican el impacto sensorial**.**

Aromas, texturas y sabores

En cuanto a los aromas texturas y sabores, referimos a las características de un plato que representa de manera única a un destino y que este constituye un eje principal dentro del desarrollo del patrimonio cultural. Cuando un viajero se encuentra con ingredientes autóctonos del destino en el que se desenvuelve, despierta emociones en

sí que están ligadas con las experiencias genuinas reforzando la conexión con el lugar. Según **López-Guzmán et al. (2017),** la degustación de estos ingredientes influye de manera notable en el nivel de satisfacción del turista respecto a su experiencia gastronómica.

La calidad de una experiencia turística se eleva cuando los platos que se ofrecen logran una combinación equilibrada de aromas, texturas y sabores que cautivan los sentidos. La innovación culinaria juega un papel fundamental en este proceso, ya que al rescatar ingredientes locales y fusionar técnicas tradicionales con modernas, se crean propuestas gastronómicas que transmiten autenticidad, frescura y un profundo vínculo con el territorio.

Como señalan **López-Guzmán et al. (2017),** cuando se utilizan los productos de temporada se provocan algunas consecuencias, unas de ellas son: el realce del sabor de las preparaciones, el fomento de la economía local y el consumo de productos cercanos, generando armonía y autenticidad en las preparaciones para enriquecer la experiencia del turista, convirtiendo cada preparación en una oportunidad para conectar con la tradición y cultura.

Amalgama de sabores

La amalgama de sabores se basa en todas aquellas notas que se mezclan para combinarse y fusionar técnicas que combinen lo clásico con lo moderno que pasa por un descubrimiento cultural que se vive de manera única y que a través del gusto se pueda crear lazos culturales que unan al viajero con el destino.

Para **Bessière (1998),** los sabores son capaces de guardar recuerdos y memorias durante un periodo prolongado de tiempo y asimismo, expresar la tradición cultural de un lugar ya que se basa en técnicas únicas de un lugar, permitiendo vivir en cada bocado, una historia, un momento o una sensación de familiaridad con su pasado en conexión al lugar en el que se encuentra; así, comer trasciende del hecho de simplemente alimentarse a ser algo más profundo como una experiencia con significado simbólico y valor personal.

1.2 Objetivos

Objetivo general

Investigar la innovación culinaria en la experiencia turística de la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato para la diversificación de la oferta gastronómica local.

Objetivos específicos

-Identificar las prácticas de innovación culinaria en la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato.

-Describir los componentes de la experiencia turística en relación con la cocina local.

-Diseñar un menú de innovación culinaria con eje en la experiencia turística.

En dirección al primer objetivo, centrado en la identificación de prácticas innovadoras en el ámbito culinario de la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato, se diseñó una lista de chequeo en donde los ítems eran “cumple” o “no cumple” que se aplicó en los restaurantes de la zona y aledaños, con excepción de los que brindan comida rápida porque no entran en la categoría de innovación; este instrumento que se generó gracias a la técnica de observación permitió verificar de manera inmediata que lugares de servicio en alimentos y bebidas cumplían con los requerimientos necesarios para ser calificados como innovadores y que novedoso podían brindar en su oferta gastronómica a los comensales y turistas del sector. Para el segundo objetivo basado en la descripción de los componentes que se relacionan al disfrute de una experiencia turística gastronómica, se formuló una encuesta basada en un formulario con escala de Likert, direccionado a los comensales del restaurante llamado “Experiencia Nomada” ubicado en el barrio San Antonio de esta parroquia. El cuestionario consto de un banco de 14 preguntas puntuales que tenían como propósito, averiguar su nivel de experiencia turística dentro del local y conocer como los comensales perciben la gastronomía dentro del destino; mediante esta información, fue viable visibilizar un entorno más cercano acerca del grado de satisfacción de los clientes o turistas que visitan el establecimiento, y también, que papel interpreta la culinaria innovadora dentro de la experiencia turística que vive cada individuo.

En cuanto al tercer objetivo, diseñar un menú de innovación culinaria enfocado en la experiencia turística, se propone la creación de un menú de siete tiempos que incluya aperitivo, entrada, sopa, plato fuerte, acompañante, prepostre y postre. Esta propuesta se basa en el uso de ingredientes típicos del Ecuador, combinados con preparaciones y técnicas culinarias de distintas partes del mundo, con el fin de resaltar la riqueza local desde una perspectiva creativa y contemporánea. De manera general, este objetivo busca plantear una propuesta práctica que contribuya al fortalecimiento de la identidad gastronómica de Huachi Loreto, promoviendo una experiencia turística más auténtica, atractiva y significativa.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Tabla 1 Materiales

Recursos	Detalle
Institucionales	Instalaciones y herramientas de la Universidad Técnica de Ambato
Humanos	Personal docente y administrativo de la Universidad Técnica de Ambato Estudiante Profesionales externos para la validación de la investigación.
Tecnológicos	Computador Teléfono inteligente Conexión de internet Impresión láser Software para ilustración
Físicos	Materiales de oficina
Movilización	Transporte

Nota: Esta tabla se utilizará en la metodología de investigación.

2.2 Métodos

Enfoque
Cuantitativo

El enfoque de la investigación que es cuantitativo se caracteriza por la recopilación de datos y posterior a ello, un análisis numérico que tiene como finalidad explicar patrones, identificar fenómenos y determinar la correlación que puede existir entre variables. Tal como lo explica **Bhandari (2023),** este enfoque tiene como punto de partida las preguntas de investigación o hipótesis definidas de una manera bastante clara y concisa que más adelante se someten a una prueba de verificación por medio de instrumentos estructurados que generalmente pueden ser cuestionarios, encuestas u otros formatos estandarizados, con el fin de posibilitar el análisis de conclusiones que, si la muestra resulta representativa, pueden generalizarse los datos más allá del conjunto.

El enfoque cuantitativo que se utiliza en una investigación es capaz de mantener un proceso controlado y riguroso sobre el desarrollo de la investigación, recolección de datos y el análisis de los mismos, con la finalidad de disminuir la influencia del investigador en los resultados y es por ello que, gracias a este énfasis en la objetividad y la precisión estadística, convierten a este enfoque en una herramienta esencial para medir fenómenos sociales, culturales, económicos, etc., de manera fiable y replicable. Como señala **Creswell (2014),** este enfoque busca explicar, predecir y probar hipótesis mediante la utilización de datos numéricos y técnicas estadísticas que aseguran la validez y confiabilidad de los hallazgos.

Relacionándolo con el ámbito turístico y gastronómico, **Babbie (2020),** señala que la innovación culinaria puede ser analizada de manera cuantitativa al examinar y evaluar la manera en la que propuestas innovadoras tales como la aplicación de cocina molecular, utilización de técnicas modernas o la fusión de diferentes culturas, pueden incidir en la percepción y satisfacción de los turistas.

De esta manera, el enfoque cuantitativo se presenta como una herramienta clave para reconocer las tendencias de consumo, analizar de forma objetiva el valor que aportan las innovaciones gastronómicas y sustentar decisiones dentro del ámbito turístico. Según lo señalado por **Hernández-Sampieri (2022),** este tipo de enfoque permite extrapolar los resultados obtenidos a grupos más amplios a partir de muestras representativas, lo que contribuye a generar información confiable y útil para fortalecer la toma de decisiones y orientar el diseño de estrategias que mejoren la experiencia turística.

Método deductivo

Para **Popper (2005),** el desarrollo de la ciencia incide en una medida significativa en cuanto al proceso en el que varias teorías o pensamientos se ponen a prueba y logran tener fiabilidad de una u otra manera; se ponen a prueba con datos reales para determinar la confiabilidad del método. En este caso, el método deductivo se explica como la manera en la que y un razonamiento inicia de ideas dispersas volviéndose algo más general y resultando en conclusiones mucho más específicas que puedan comprobarse; es decir el primer punto es establecer una teoría en base a un razonamiento, luego se piensa en una hipótesis y finalmente se busca responder a ellas

con una verificación mediante técnicas como observación y análisis de datos. En conclusión, este método va desde lo general hacia lo especifico para al final poder contrastar la evidencia con la propuesta inicial.

Este método tiene una relación muy estrecha con los enfoques cuantitativos porque los dos tienen como principio la objetividad, verificación y medición; en investigaciones de gastronomía y turismo, se puede basar en una teoría acerca de cómo la innovación culinaria de un lugar es capaz de determinar la experiencia turística de los visitantes después de diseñar una encuesta estructurada que midas variables puntuales como la innovación en técnicas, creatividad en emplatados y armonía en recetas. DE acuerdo con la percepción de Hernández-Sampieri (2022), el razonamiento deductivo aplicado a la investigación con enfoque cuantitativo permite aprobar o rechazar una hipótesis en base a datos estadísticos reales, contribuyendo a la construcción del conocimiento científico.

Diseño

No experimental de tipo transversal

El corte transversal es un tipo de diseño temporal dentro de la investigación cuantitativa que consiste en la recolección de datos en un único momento o periodo específico, sin hacer seguimiento en el tiempo. Su propósito es obtener una "fotografía" de la situación actual de las variables en estudio, permitir identificar relaciones, niveles de percepción o comportamientos dentro de una población determinada. Este diseño es útil cuando se busca conocer el estado de un fenómeno en un instante concreto, como, por ejemplo, la percepción de los turistas respecto a la innovación culinaria durante su experiencia en un destino turístico.

Este diseño se diferencia y caracteriza porque no lleva consigo la manipulación o alteración de las variables de manera intencionada, más bien, busca observar cada fenómeno de manera natural sin incidir o cambiar las aristas de las mismas (**Hernández-Sampieri, 2022).**

Para esta clase de estudios la investigación es clave al momento de analizar los hechos sin alterarlos porque solo busca describirlos, interpretarlos y finalmente, comprenderlos.

Refiriéndose a la información de **Kerlinger y Lee (2002),** el tipo de diseño de corte transversal radica en la obtención de información cien por ciento real, confiable y valida; por esta razón se desarrolla casi siempre en áreas de educación, psicología y turismo, pues la persona que investiga se limita únicamente a medir o encontrar la relación que pueda existir entre cada variable, pero no modifica ni altera los resultados para su conveniencia.

En este caso, ambas variables, experiencia turística e innovación culinaria, se estudian y analizan desde la misma perspectiva del investigador porque no se interviene directamente en la creación de una propuesta gastronómica y tampoco en la manera en la que los turistas desarrollan su vivencia en cuanto a la experiencia turística, por lo tanto, las dos variables no pueden ser modificadas, solo observadas y estudiadas.

Alcance

-Alcance investigativo

El alcance descriptivo en una investigación corresponde a aquellos estudios cuyo objetivo central es observar y detallar las características de un fenómeno, grupo o contexto específico, sin que exista manipulación de variables ni la intención de establecer relaciones causales estrictas. Este tipo de estudios se enfocan en recolectar información que permita ofrecer una visión clara, sistemática y precisa de los aspectos más relevantes del objeto de análisis, lo cual facilita la identificación de patrones, tendencias o comportamientos. Como señalan **Sampieri et al. (2014),** el alcance descriptivo busca especificar propiedades importantes de personas, comunidades o procesos y constituye una base sólida para posteriores investigaciones de tipo correlacional o explicativo que busquen profundizar en las relaciones entre variables.

Para el caso de este estudio, el alcance investigativo de dirige a detallar las practicas que están relacionadas con la innovación culinaria y la experiencia turística; y también a la forma en la que están relacionadas y son percibidas por los viajeros dentro de su estancia en un destino. Esta investigación pretende entender la forma en la que los turistas se sienten en base a la experiencia y el valor que dan a los elementos que forman parte de la oferta culinaria.

Para **Creswell (2014),** esta clase de estudios no solo permiten describir un fenómeno, sino también añadir información que permita comprender la manera en la que ocurren realidades diferentes en un mismo lugar; esto resulta en la cuestión de perspectiva y es especialmente fiable para estudiar la relación culinaria y la experiencia del turista.

Para este contexto, el alcance descriptivo de esta investigación no se centra únicamente en enumerar o detallar a cada variable, sino, también busca comprender la manera en la que interactúan entre si formando parte de un entorno delimitado; la innovación culinaria se percibe como un elemento de gran importancia que influye en el discernimiento de los visitantes en base a su experiencia. Al igual que como plantea **Babbie (2020),** la descripción de los fenómenos sociales debe ser precisa y profunda precisa y profunda para que se constituya un paso fundamental dentro del proceso de investigación porque a partir de ella es posible plantear hipótesis amplias y elaborar modelos explicativos que aporten a la mejor comprensión del estudio.

-Alcance territorial
Mapa:

Figura 1.
Mapa de la parroquia Huachi Loreto



Nota. Vista satelital de la parroquia urbana de Huachi Loreto, donde se muestra sus límites y la trama urbana **(Google Maps, 2025).**

Descripción:

Huachi Loreto es un espacio donde la gastronomía tiene un papel esencial en la vida cotidiana de sus habitantes. Las tradiciones culinarias locales reflejan la identidad y las raíces de la comunidad, convirtiéndose en un elemento fundamental de La parroquia Huachi Loreto se encuentra en la zona sur del cantón Ambato, en la provincia de Tungurahua, dentro de la región central andina del Ecuador. Forma parte del área urbana de Ambato y se caracteriza por su desarrollo residencial, educativo y comercial, siendo una de las parroquias más representativas del entorno urbano del cantón **(Ministerio de Transporte y Obras Públicas [MIT], 2016).** Ubicada a una altitud promedio de 2 560 metros sobre el nivel del mar, con coordenadas aproximadas de latitud –1.259 y longitud –78.613, Huachi Loreto se asienta en el valle interandino del país (DistanciasEntre, s. f.).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), Ambato es uno de los cantones de Tungurahua que posee mayor población y también una concentración muy notable de servicios educativos y de salud. Este entorno representa una clara oportunidad para la que culinaria en conjunto con la innovación, transforme los platos típicos transformándolos en una idea mas llamativa y agradable para el turista que se presenta como comensal y al adoptar técnicas culinarias contemporáneas con propuestas llenas de creatividad, la experiencia turística se convierte en un punto de equilibrio entre lo conocido con la fusión. De esta forma, la parroquia Huachi Loreto presenta el potencial necesario para lograr consolidarse como un gran referente de las rutas gastronómicas dentro del cantón Ambato, trayendo beneficios económicos, sociales, culturales y permitiendo que cada preparación cuente con una historia genuina y autentica basada en los productos locales.

Pese a que la identidad cultural del cantón Ambato parroquia Huachi Loreto es fuerte, la oferta culinaria aún se encuentra en desarrollo. El estudio en esta parroquia es importante porque representa a un lugar urbano con potencial turístico emergente y existe el interés en visibilizar la oferta turística mediante experiencias turísticas apoyándose de la innovación culinaria

Población y muestra

Población de estudio

La población de estudio está constituida por la totalidad de los clientes que asisten al restaurante Nómada, ubicado en la parroquia Huachi Loreto, ciudad de Ambato. Estos clientes conforman el universo de personas que consumen los bienes y servicios ofrecidos por el establecimiento durante el periodo de estudio. Según los registros internos del restaurante, se estima que, no puede considerarse una cifra exacta de clientes que concurren en el local, porque las afluencias presentan variaciones estacionales asociadas a festividades locales, periodos vacacionales, condiciones climáticas y eventos puntuales, por lo que el número real de asistentes puede fluctuar significativamente entre meses.

La muestra se obtendrá con la siguiente formula tomada de (Fuentelsaz Gallego, 2004):

Zα2= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada

q= probabilidad de fracaso

d= precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

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

Zα2= 1.962

p= 0.05

q= 0.95

d= 3%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2}$$

n= 203

Tipo de muestreo

El muestreo probabilístico es una forma de seleccionar muestras en la que todos los miembros de una población tienen una posibilidad conocida y mayor que cero de ser elegidos. Este método se basa en la aleatoriedad, lo que permite obtener resultados más objetivos y representativos, y a su vez realizar inferencias estadísticas válidas sobre la población total.

Para **Hernández et al, (2014**), el tipo de muestreo probabilístico de basa en que todos los elementos de una población tienen la misma probabilidad y oportunidad de ser seleccionados, facilitando así la generalización de resultados y obteniendo el mayor porcentaje de confianza. De manera igualitaria, autores como **Collado y Lucio (2014),** apuntan que este tipo de muestreo certifica que cada uno de los elementos tenga la posibilidad de ser incluido asegurando que será tomado en cuenta en el grupo que se hace el estudio.

En esta investigación cuantitativa se empleó un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, por la razón de que todos los clientes de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Este muestreo avala que la investigación no está sesgada ni alterada por quien la realiza y que confiablemente permite obtener datos reales y representativos en cuanto a la población que ha comido en Nómada.

Técnicas

Para esta investigación se emplearon dos diferentes técnicas de recopilación de datos en base a cada variable y cada una con su respectivo instrumento para poder obtener la información.

Observación

La técnica de observación en una tesis es un método de recolección de datos que consiste en registrar de manera sistemática comportamientos, hechos o fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin intervenir en ellos. Según **Kerlnger (2002)**, la observación científica permite obtener información directa y fiable, mientras que **Hernández, Fernández y Baptista (2014)** señalan que esta técnica facilita comprender procesos y dinámicas reales que otras técnicas no revelan. Para **Tamayo (2004)**, la observación puede ser estructurada o no estructurada, participante o no participante, dependiendo del grado de planificación y del nivel de involucramiento

del investigador. En conjunto, esta técnica es fundamental para estudios que buscan describir o analizar comportamientos, prácticas o interacciones en escenarios reales.

Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de datos que consiste en obtener información directamente de una población mediante un conjunto estructurado de preguntas, con el fin de conocer opiniones, actitudes o características de los individuos. Según **Hernández et al, (2014),** la encuesta permite recopilar datos de manera estandarizada y eficiente, facilitando el análisis comparativo entre grupos. Para **Kerlinger y Lee (2002),** esta técnica es fundamental en investigaciones cuantitativas porque posibilita medir variables y establecer relaciones entre ellas. Asimismo, **Sampieri (2018)** destaca que las encuestas pueden aplicarse de forma presencial, telefónica o en línea, lo que las convierte en un método flexible y ampliamente utilizado en estudios sociales, de mercado y académicos.

Checklist

Un checklist es simplemente una lista de verificación que se utiliza para asegurarse de que se han cumplido todos los pasos o requisitos importantes de un proceso. Sirve como guía práctica para no olvidar nada y revisar que todo esté completo y en orden. Por ejemplo, en el caso de una tesis, un checklist ayuda a confirmar que el planteamiento del problema, los objetivos, la metodología, el análisis de datos y las conclusiones estén correctamente elaborados antes de entregar el trabajo (Arias, 2012)

Paralelamente, se utilizó la técnica de la observación apoyada en un checklist, el cual permitió registrar de manera sistemática el cumplimiento o no cumplimiento de atributos relacionados con productos locales, elaboración de menús, nuevos servicios y simbolismo cultural. Esta técnica se clasifica como indirecta, puesto que los datos se obtienen mediante la observación del investigador y no por la interacción directa con los clientes.

Asimismo, es estructurada, ya que se planeó con criterios concretos; individual, porque la aplicación estuvo a cargo del investigador; de campo, al realizarse en el propio restaurante; e intersubjetiva, dado que la evaluación se orienta a contrastar buenas prácticas gastronómicas **(Herrera et al, 2010).**

Cuestionario

Un cuestionario es una herramienta de recolección de datos que consiste en un conjunto de preguntas diseñadas para obtener información específica de las personas encuestadas.

Se la usa para la recopilación de datos de la manera más sistemática y organizada posible para facilitar el análisis previo a la obtención de datos; por ejemplo, los cuestionarios permiten visibilizar opiniones que luego nos servirán para interpretar de una mejor manera a los resultados obtenidos **(Sampieri et al, 2014).**

La encuesta se aplicó a los clientes del restaurante *Nómada* mediante un cuestionario estructurado con preguntas de tipo Likert (1 = totalmente en desacuerdo a 5 = totalmente de acuerdo). Este instrumento permitió obtener información directa sobre la percepción de los comensales en torno a la gastronomía local y su relación con la experiencia turística. La encuesta es directa, estructurada, individual, de campo e intersubjetiva, ya que cada cliente responde según su propia experiencia y, al mismo tiempo, los resultados reflejan tendencias colectivas de valoración **(Herrera et al, 2010).**

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Fichas de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Establecimiento		**Imagen referencial:**	
Nombre: Asadero “Bud Wei Sen” Dirección: Av. Rumiñahui y Atahualpa Fecha: 10 / 10 / 2025			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	El aroma es muy particular y representa fielmente los asaderos tradicionales ambateños.
Sabor tradicional	☐	☐	conserva la esencia del pincho ambateño, con un equilibrio entre la mayonesa y los maduros asados
Apariencia del producto	☐	☐	Apariencia llamativa y apetecible.

Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	No consta de muchos ingredientes, por lo que el producto es de fácil reconocimiento
Frescura del producto	☐	☐	Producto fresco y elaborado al momento.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Combinación de sabores	☐	☐	Los sabores se encuentran armoniosos, generando satisfacción en el cliente, considerado por medio del "boca a boca" como los mejores pinchos de la ciudad.
Creatividad en la preparación	☐	☐	La preparación es clásica que persiste por casi 2 décadas, al tener aceptación del público comensal no han cambiado ni innovado.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	El producto tiene tradición ambateña desde hace aproximadamente 20 años, pero la innovación culinaria no se encuentre presente en este lugar, pues es la misma presentación, técnica, preparación

			y sazón en todo este tiempo.
Presentación del platillo	☐	☐	La presentación puede mejorar, es básica y no posee un emplatado que refleje esfuerzo
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	El menú es muy claro, no genera confusión.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	Se mantienen las mismas técnicas de cocina.
Innovación en la experiencia	☐	☐	La experiencia gastronómica ha permanecido prácticamente inalterada.
Atención y servicio	☐	☐	Las mesas suelen estar ocupadas todo el tiempo y el lugar es maderablemente incomodo si se va en grupos grandes de personas.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Los horarios de atención son correctamente establecidos, la dirección accesible, precios moderados, y la disponibilidad del producto es del 100%.
Valor agregado percibido	☐	☐	No tiene un valor agregado más allá del servicio de alimentos que

			presenta en su menú.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Conexión con la identidad local	☐	☐	Establecimiento que tiene tradición ambateña, pues brinda alimentos que, por defecto, son preferidos por la comunidad local como carnes y pollo asados.
Representación cultural del platillo	☐	☐	_____
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	En el establecimiento se encuentran cabezas embalsamadas de res, que representan la cultura taurina de la ciudad.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee.
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	La emoción no proviene de la experiencia, viene del sabor.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador		**Imagen referencial**	
Nombre del establecimiento: Asadero "Brissa" Dirección: Av. Los Shyris e Imbabura Fecha: 10 / 10 / 2025			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	El aroma no representa a la localidad, es un aroma costeño.
Sabor tradicional	☐	☐	Platos elaborados con ingredientes de la región litoral.
Apariencia del producto	☐	☐	Bastante buena, emplatados más elaborados.
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Ingredientes de fácil reconocimiento visual.
Frescura del producto	☐	☐	Producto elaborado de manera diaria, fresco.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Combinación de sabores	☐	☐	Amalgama de sabores con armonía y equilibrio.
Creatividad en la preparación	☐	☐	Técnicas de preparación y cocción tradicionales.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	Aunque en un nivel básico, existe.
Presentación del platillo	☐	☐	Presentaciones apetecibles.
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	Menú organizado y segmentado por categorías.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	Técnicas convencionales como alta fritura, hervidos, cocidos al vapor, horneados.
Innovación en la experiencia	☐	☐	Uso de tecnología al momento de tomar la orden (tablets y relojes inteligentes)
Atención y servicio	☐	☐	Atención inmediata de parte del personal de servicio.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Ubicado en una zona concurrida de la ciudad y cuenta con fácil acceso.
Valor agregado percibido	☐	☐	La amabilidad de las personas que trabajan en este establecimiento.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Conexión con la identidad local	☐	☐	Enfocado en una cultura diferente a la ambateña.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Estrecha relación con la cultura ecuatoriana con el uso de ingredientes como el maní y el verde.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	No posee.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee.
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	La emoción no es evocada por la experiencia, proviene del sabor de la comida.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador		**Imagen referencial**	
Nombre del establecimiento: "LA CASA DEL VERDE" Dirección: Av. Los Shyris y Chiaquitinta Fecha: 11 / 10 / 2025			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**

Aroma característico local	☐	☐	Los platos no son elaborados con ingredientes principales locales.
Sabor tradicional	☐	☐	El sabor tradicional ecuatoriano de la zona litoral.
Apariencia del producto	☐	☐	Apariencia llamativa y apetecible.
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Ingredientes de fácil reconocimiento para la vista y el gusto
Frescura del producto	☐	☐	Existen ciertos platos que presentan una textura rancia.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Combinación de sabores	☐	☐	Combinación armoniosa y equilibrada, resultando en aceptación del comensal.
Creatividad en la preparación	☐	☐	Se mantienen recetas tradicionales reduciendo el impacto en la creatividad.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	No hay innovación culinaria significativa en el servicio de “La casa del verde”, más allá de platos nuevos a base de verde y maní.
Presentación del platillo	☐	☐	Agradable pero tradicional.

Claridad del menú (descripción)	☐	☐	Menú claro y descripción detallada de cada uno de los platos.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	Se mantienen con preparaciones clásicas y tradicionales.
Innovación en la experiencia	☐	☐	Platos diferentes como pizza y hamburguesas a base de verde.
Atención y servicio	☐	☐	Servicio y atención básicos.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Fácil acceso para la comunidad por la variedad de locales, puntos cercanos y locales cómodos.
Valor agregado percibido	☐	☐	No posee.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Conexión con la identidad local	☐	☐	La comida tiene aceptación por la comunidad ambateña.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Representación de la comida costeña.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	Decoración amigable con el comensal mas no con valor simbólico cultural o social.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee.

Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	No posee.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador		**Imagen referencial**	
Nombre del establecimiento: Pizzería "IL VULCANO" Dirección: Av. Los Shyris y Valencia Fecha: 12/10/2025			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	Se perciben aromas auténticos de ingredientes italianos frescos, especialmente del queso y las hierbas.
Sabor tradicional	☐	☐	El sabor refleja fielmente la tradición italiana con ingredientes importados y técnicas originales.
Apariencia del producto	☐	☐	Presentación impecable, colores vivos y aspecto apetitoso que resalta la calidad artesanal.
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Los ingredientes son fácilmente identificables

Frescura del producto	☐	☐	Ingredientes frescos y masas preparadas al momento, lo que garantiza excelente textura y sabor.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Combinación de sabores	☐	☐	Sabores equilibrados entre lo clásico y lo gourmet, con propuestas innovadoras.
Creatividad en la preparación	☐	☐	Se observan técnicas modernas en la cocción y combinación de ingredientes.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	Mantiene la esencia italiana con toques contemporáneos, aunque sin mucha fusión local.
Presentación del platillo	☐	☐	Presentación cuidada y moderna, con enfoque visual atractivo.
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	El menú es claro, con descripciones precisas que reflejan la inspiración italiana.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	Uso de hornos de gas y fermentación prolongada que mejoran textura y sabor.
Innovación en la experiencia	☐	☐	Experiencia moderna con servicio rápido, ambiente acogedor y menú digital.
Atención y servicio	☐	☐	Personal amable, con buen conocimiento del producto y trato profesional.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Buena ubicación en Ambato, con opciones para llevar y entrega a domicilio.
Valor agregado percibido	☐	☐	Alta calidad y autenticidad percibida por el cliente, acorde al precio.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Conexión con la identidad local	☐	☐	Se enfoca más en la cultura italiana (europea), que en la gastronomía tradicional ambateña o ecuatoriana.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Representa de forma excelente la

			cultura culinaria italiana.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	No posee.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee.
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	Emoción de satisfacción relacionada con la comida y experiencia.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador		**Imagen referencial**	
Nombre del establecimiento: EH! AVE MARIA… Dirección: Av. Los Shyris Fecha: 12/10/2025			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	Aromas intensos y caseros que evocan la cocina colombiana tradicional mas no a la ecuatoriana,
Sabor tradicional	☐	☐	Platos con sabores auténticos que representan fielmente la gastronomía colombiana.
Apariencia del producto	☐	☐	Buena presentación, aunque con un enfoque más tradicional que gourmet.

Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Ingredientes fácilmente identificables y típicos (arepa, frijoles, plátano, carne asada).
Frescura del producto	☐	☐	Se percibe el uso de ingredientes frescos preparados al momento.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Combinación de sabores	☐	☐	Sabores equilibrados, con combinaciones tradicionales propias de la gastronomía colombiana.
Creatividad en la preparación	☐	☐	se mantiene en lo clásico, con poca experimentación o fusión culinaria.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	predomina la tradición; escasa introducción de conceptos modernos o innovadores.
Presentación del platillo	☐	☐	Presentación sencilla pero atractiva, enfocada en la abundancia y colorido del plato.
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	Menú claro y fácil de entender, con nombres tradicionales y explicaciones claras.

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	Se mantienen técnicas tradicionales, sin uso de métodos modernos o de fusión.
Innovación en la experiencia	☐	☐	La ambientación y música típica ofrecen una experiencia cultural única.
Atención y servicio	☐	☐	Personal amable, servicial y con trato cálido que refleja hospitalidad colombiana.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Buena ubicación, precios accesibles y atención a domicilio.
Valor agregado percibido	☐	☐	La autenticidad cultural y el sabor casero son el principal valor percibido.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Conexión con la identidad local	☐	☐	Fuerte conexión con la identidad cultural colombiana, reconocible por el público.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Cada plato refleja la diversidad regional de Colombia.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	Decoración colorida y alegre, con símbolos típicos como sombreros y banderas.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee.
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	No posee.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador		**Imagen referencial**	
Nombre del establecimiento: Asadero Tedys Dirección: Saraguros y Maynaloa Fecha: 13-10-2023			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	Aroma atractivo de carnes asadas y parrilladas que despierta el apetito.
Sabor tradicional	☐	☐	Sabor clásico de parrilla, con condimentos básicos y bien reconocidos.
Apariencia del producto	☐	☐	Presentación sencilla, sin detalles visuales elaborados pero aceptable
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Ingredientes fácilmente identificables: carne, papas, salsas, ensalada.
Frescura del producto	☐	☐	Productos frescos al momento, aunque la cocción a veces varía en consistencia.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**

Combinación de sabores	☐	☐	Combinaciones simples que priorizan el sabor de la carne y las salsas tradicionales.
Creatividad en la preparación	☐	☐	Falta innovación o presentación diferente en los platos.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	Se enfoca en lo tradicional sin incorporar nuevas tendencias o fusiones.
Presentación del platillo	☐	☐	Presentación básica pero adecuada al estilo popular del local.
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	Menú claro y directo, con lenguaje sencillo y precios accesibles.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	No se aplican técnicas modernas, se mantiene un método de parrilla tradicional.
Innovación en la experiencia	☐	☐	Experiencia común sin elementos diferenciadores o valor añadido.
Atención y servicio	☐	☐	Servicio lento y poco cordial; falta capacitación en atención al cliente
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Precios bajos y ubicación práctica, lo que favorece el acceso del público.
Valor agregado percibido	☐	☐	El valor principal está en el precio, más que en la

			experiencia o la calidad del servicio.

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Conexión con la identidad local	☐	☐	Refleja la tradición popular ecuatoriana de las parrilladas.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Representa la cocina cotidiana y familiar, típica de reuniones o fines de semana.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	Poca decoración o ambientación que evoque identidad o cultura local.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No se comunica una historia o concepto claro detrás de los platos
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	Experiencia neutra; destaca por lo funcional más que por generar emociones.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador	**Imagen referencial**

Nombre del establecimiento: Mama Miche Parrilla y Marisquería. Dirección: Quis Quis y Toledo Fecha: 13/10/2025	

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	Productos enfocados en la comida manabita.
Sabor tradicional	☐	☐	Se mantiene el sabor clásico de la cocina ecuatoriana, especialmente con influencia manabita.
Apariencia del producto	☐	☐	Aunque no tienen un estilo gourmet, se ven apetitosas
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Los ingredientes se reconocen fácilmente
Frescura del producto	☐	☐	Comida fresca y elaborada todos los días.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Combinación de sabores	☐	☐	Posee armonía y equilibro en la amalgama de sabores.

Creatividad en la preparación	☐	☐	La tradición esta priorizada ante la innovación.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	Se prioriza la tradición.
Presentación del platillo	☐	☐	Presentaciones simples pero agradables.
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	Menú perfectamente entendible.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	No posee
Innovación en la experiencia	☐	☐	No posee
Atención y servicio	☐	☐	La atención es regular, puede mejorar.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Precios accesibles y local previamente conocido.
Valor agregado percibido	☐	☐	No posee.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Conexión con la identidad local	☐	☐	Fuerte conexión con la cocina costeña de Ecuador, principalmente en la provincia de Manabí.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Los platos reflejan el estilo y el sabor de la cocina ecuatoriana con

			identidad marcada en la zona Litoral.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	Ambiente principalmente familiar con aura sencilla. Se recomienda incorporar mas detalles a modo de decoración que denoten la cultura.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee, pero tiene más de 30 años de trayectoria en el mercado ambateño.
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	Poca relevancia.

Ficha de Check List

Dimensión 1: Productos Locales

Datos Generales del Evaluador		**Imagen referencial**	
Nombre del establecimiento: El Espigal Dirección: Av. Los Shyris y Zopozopangui Fecha: 16-10-2025			
Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**

Aroma característico local	☐	☐	Productos ambateños como pan y chocolate
Sabor tradicional	☐	☐	Se mantiene el sabor clásico ambateño, con ingredientes sencillos y preparaciones elaboradas con cuidado.
Apariencia del producto	☐	☐	Apetitoso, agradable a la vista.
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	Los ingredientes se reconocen fácilmente
Frescura del producto	☐	☐	Comida fresca y elaborada todos los días.

Ficha de Check List

Dimensión 2: Elaboración de Menús

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Combinación de sabores	☐	☐	Armoniosa y equilibrada.
Creatividad en la preparación	☐	☐	Platos elaborados por personal experto en gastronomía, como resultado, preparaciones creativas y funcionales.
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	Armonía y equilibrio perfecto entre tradición e innovación.
Presentación del platillo	☐	☐	Presentaciones agradables y aceptadas por comensales.
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	Menú perfectamente entendible.

Ficha de Check List

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	Técnicas como horneados, uso de sopletes, uso de sifón, microplane, esmuñas, cacerolas.
Innovación en la experiencia	☐	☐	Breve explicación de los platos.
Atención y servicio	☐	☐	La atención es bastante buena, personal atento y servicial.
Accesibilidad del servicio	☐	☐	Precios accesibles y local previamente conocido con algunas sucursales en la ciudad.
Valor agregado percibido	☐	☐	Servicio de calidad y productos nuevos en el mercado.

Ficha de Check List

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Conexión con la identidad local	☐	☐	Tiene una conexión fuerte con la cocina ambateña tradicional como el chocolate ambateño, desayunos a base de café, fan, huevos, mantequilla, lates, taros, etc.
Representación cultural del platillo	☐	☐	Cada plato refleja el sabor y estilo ambateño.
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	El ambiente es sencillo y familiar; podría incorporar

			más detalles decorativos que resalten la cultura.
Historia o narrativa del producto	☐	☐	No posee, pero tiene más de 30 años de trayectoria en el mercado ambateño.
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	Poca relevancia.

Análisis de resultados:

Al realizar las fichas de check list se evidenció el vínculo con productos ocupados en las cocinas ambateñas pertenecientes a la parroquia huachi loreto, como el uso del verde, pan, chocolate, y la cocina fusión dentro de este lugar que genera autenticidad, pero no refuerza la identidad local cultural. Por el contrario, esta innovación no se encuentra de manera significativa en los establecimientos de alimentos y bebidas que estén estrechamente relacionados con la cultura ambateña, con la tradición e ingredientes locales. Es importante mencionar que la dimensión de innovación no se enfoca en cambiar productos sino en darles un protagonismo nuevo y diferente dentro de propuestas actuales, conservando la tradición.

-Resultados de la encuesta:

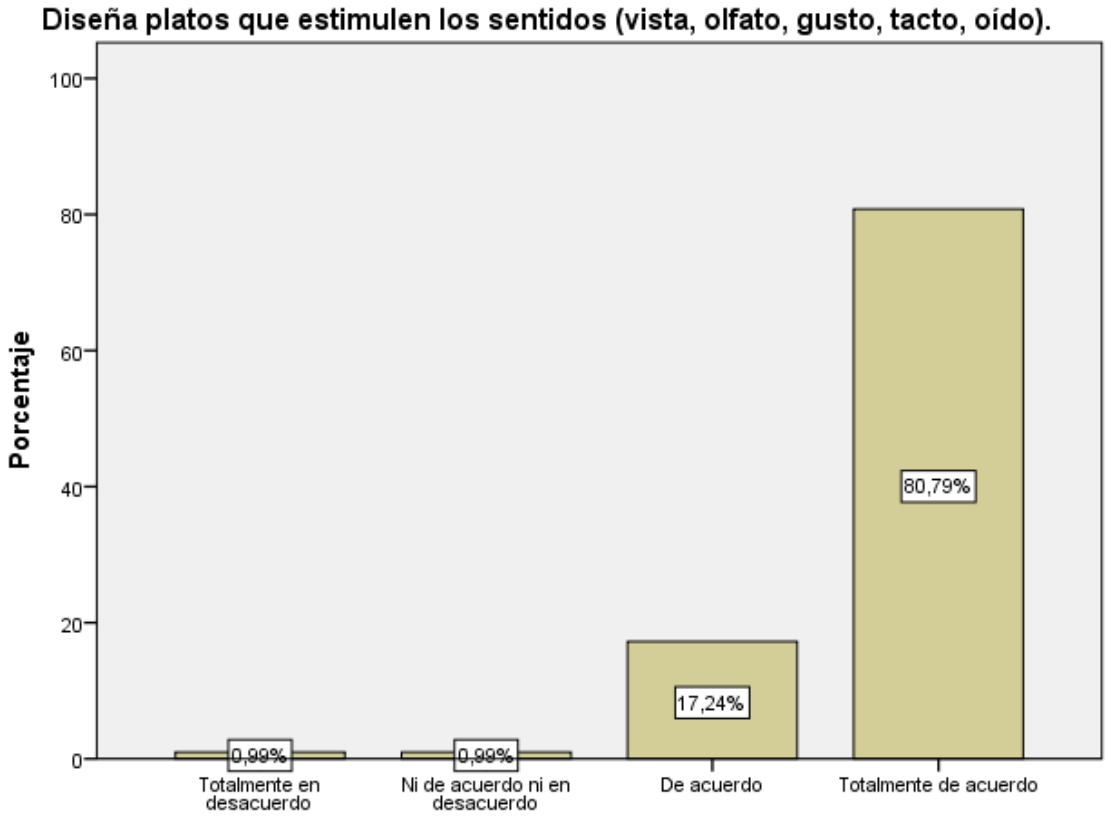
Tabla 2 Fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	14

Nota: Resultados obtenidos de la fiabilidad del programa estadístico IBM SPSS stadistics 21

Figura 2

Pregunta 1 de la encuesta



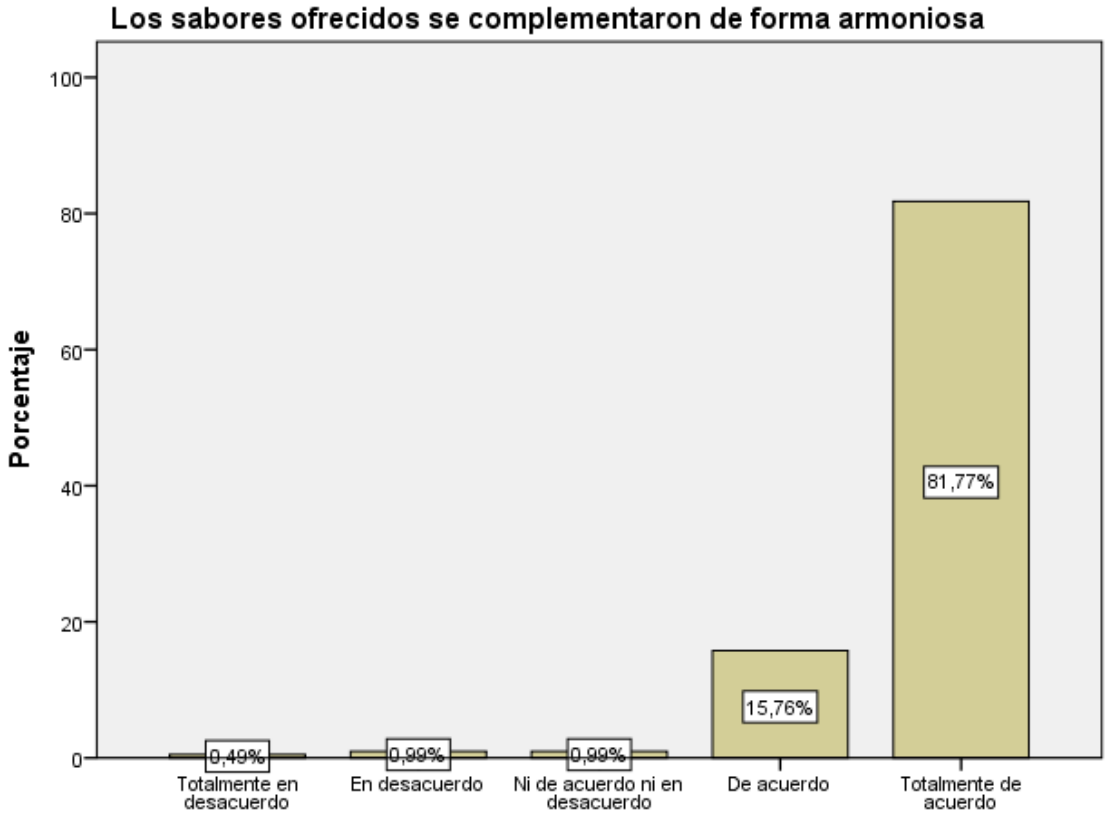
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

Según los resultados de la primera pregunta de la encuesta, el 98% de las respuestas reflejan estar de acuerdo respecto al diseño de platos dentro del menú, basándose en los sentidos que se estimularon durante su experiencia como la vista, olfato, tacto, gusto e incluso, oído. Un claro ejemplo para esta pregunta es el pulpo, servido en un plato de piedra fría, con crocante de almendras, espuma de romesco y salsa madre con tomillo y pimentón dulce, que ofrece estímulos en los sentidos por cada uno de sus ingredientes y presentación atractiva.

Figura 3

Pregunta 2 de la encuesta



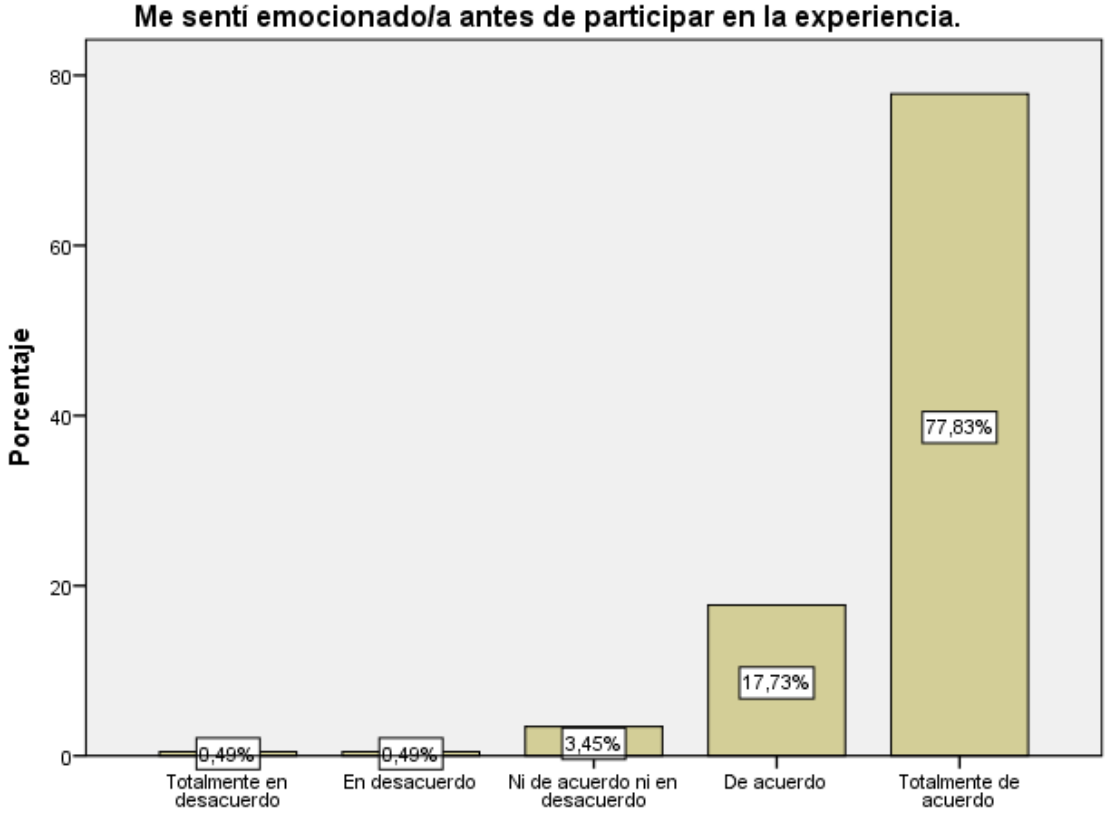
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

Los resultados de la pregunta número 2, aclaran que el 97% de los encuestados considera que la combinación de sabores fue presentada y percibida de forma armoniosa, manteniendo equilibrios de sabor, texturas, amargores y espesores correctos. La importancia de la estabilización de sabor es muy alta, pues de esto dependerá que la experiencia gastronómica sea buena y disfrutable. Como ejemplo tenemos el bife madurado de vaca andina con corteza de chimichurri de medio oriente, aportando sabores cítricos, dulces, salados y picantes, con gramajes perfectos para crear armonía en el paladar del comensal.

Figura 4

Pregunta 3 de la encuesta



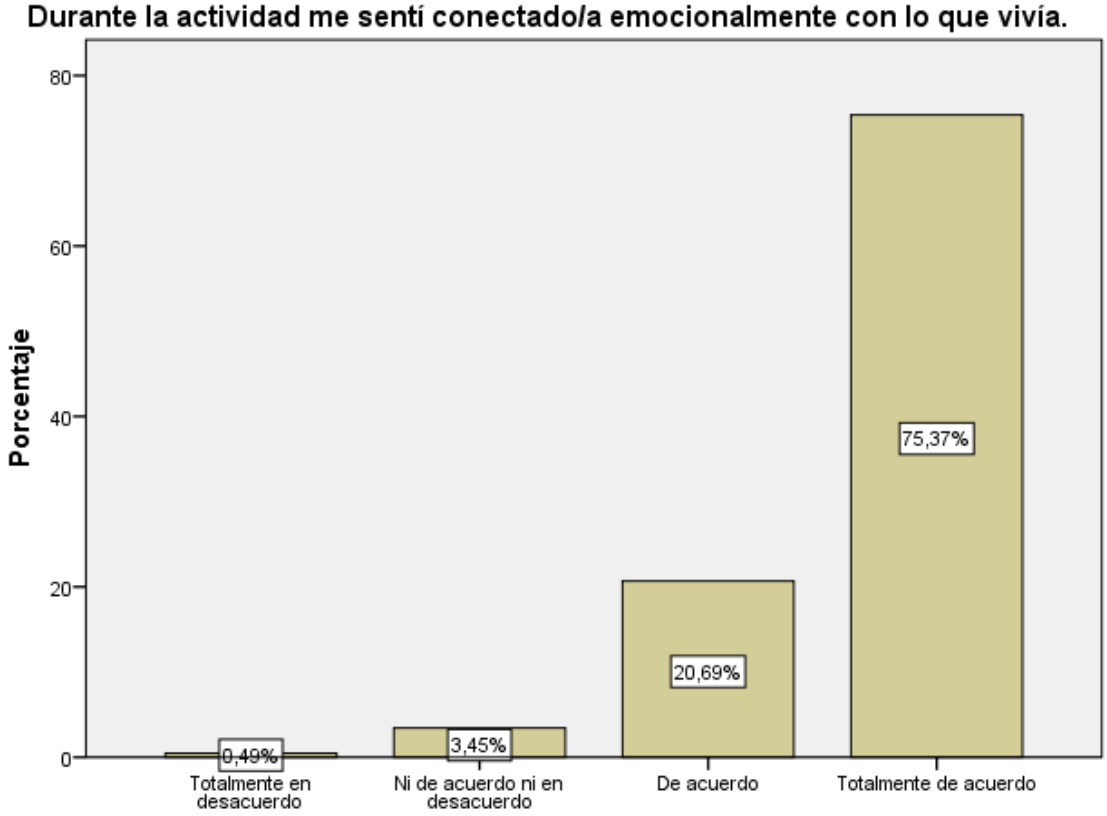
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

El 95% de los encuestados respondió de manera positiva, esto indica que la emoción de una experiencia no solo resulta una vez que concluye, sino existe un antes, durante y después, para generar expectativa, disfrutar y confirmar dicha emoción, además, la emoción puede verse reflejada entorno a la publicidad, pues genera una expectativa previa a visitar el establecimiento; la ambientación del local, música, calorimetría, luces, detalles y decoración; y la explicación de los platos genera cierta sensación de seguridad antes de consumir, asegurando sabores del plato, texturas y aromas.

Figura 5

Pregunta 4 de la encuesta



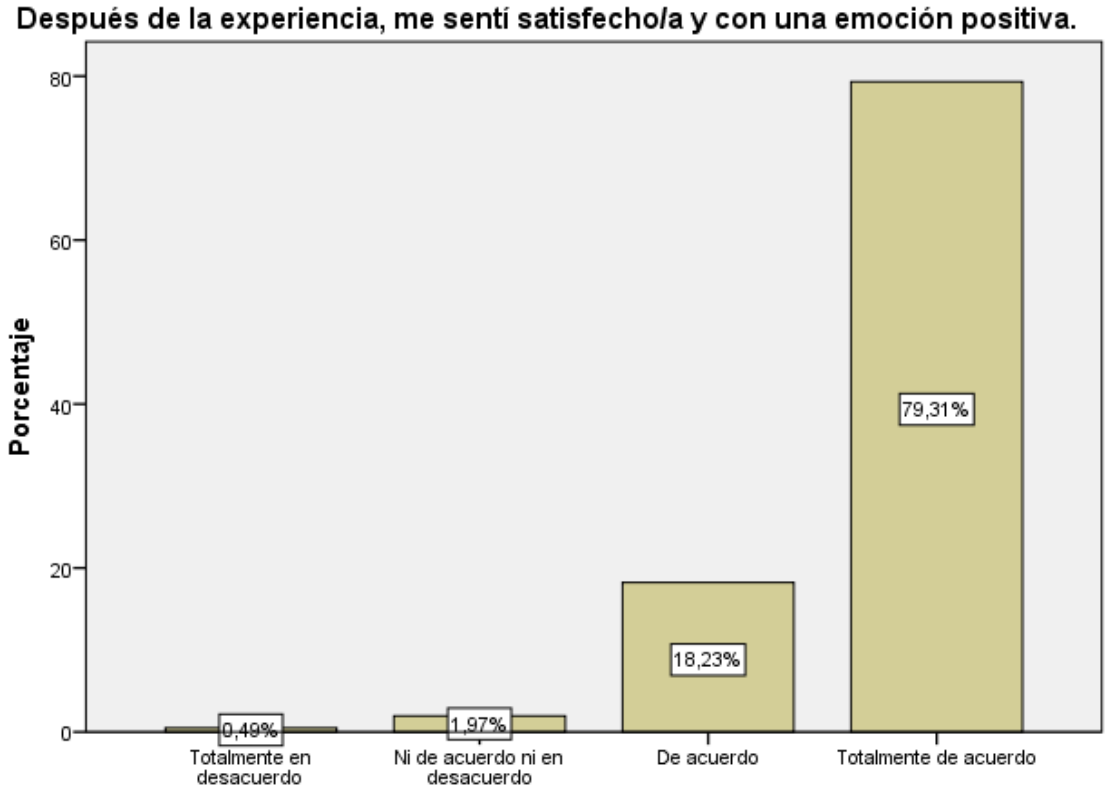
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

Los resultados de la pregunta muestran que el 95% de los encuestados consideran que sintieron una conexión real mientras disfrutaron su experiencia con sentimientos positivos como emoción y satisfacción. Los comensales comentan que parte de la conexión emocional que siente, proviene de la explicación de parte de los capitanes de mesa, así tienen expectativas realizadas acerca de lo que van a consumir.

Figura 6

Pregunta 5 de la encuesta



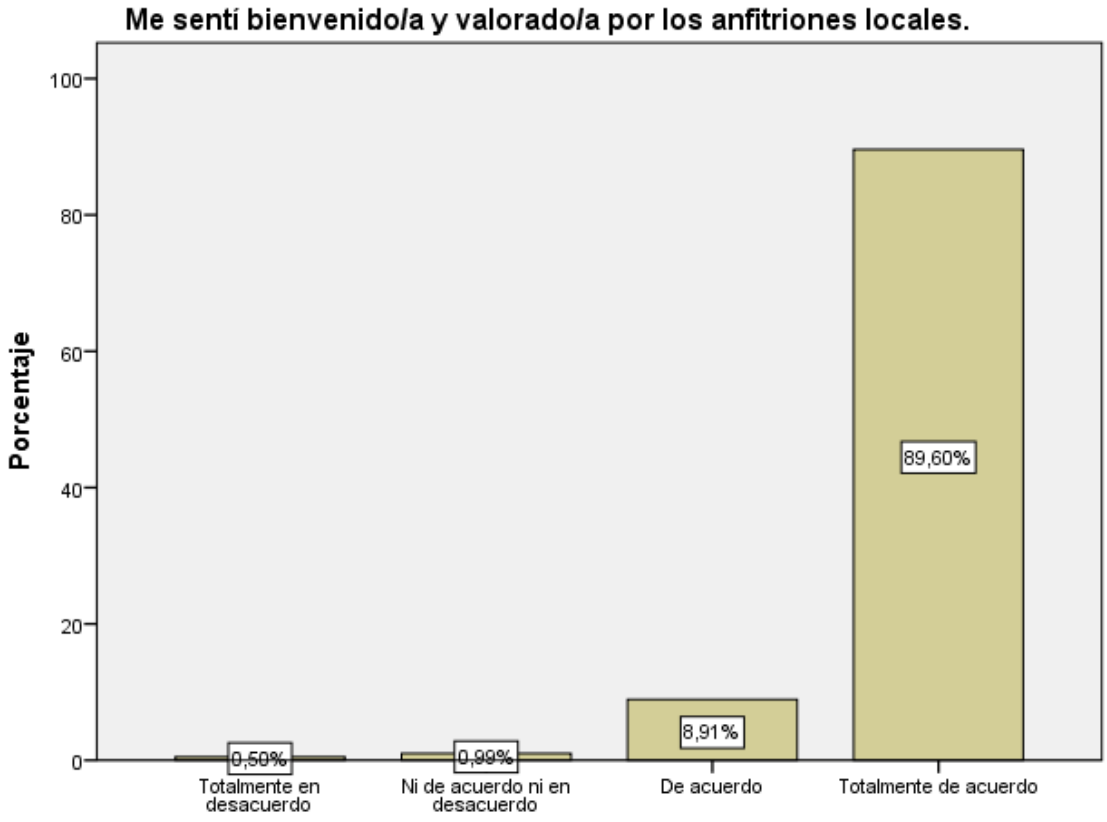
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

Con los resultados, se determinó que el 97% de las respuestas de los consumidores está de acuerdo en relación con que después de la experiencia se sintieron satisfechos y con una emoción positiva, esto asevera la calidad de experiencia desarrollada en este establecimiento, y la importancia de la misma para los comensales, pues las emociones positivas hacen que el cliente se sienta satisfecho, regrese y recomiende sinceramente un lugar.

Figura 7

Pregunta 6 de la encuesta



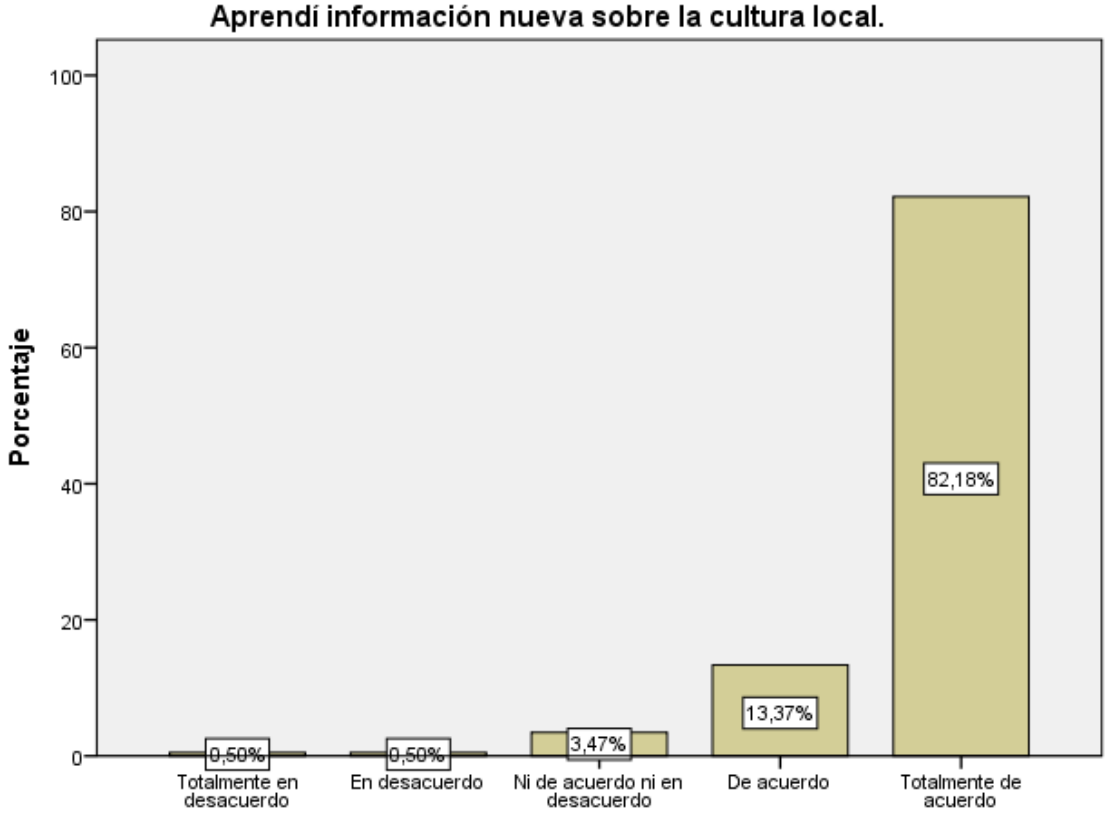
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

Los resultados de la encuesta demuestran un aproximado del 97% de los comensales de nómada están de acuerdo con la atención por parte del personal de servicio y anfitriones de Nomada, que se sintieron valorados durante su experiencia y que el personal fue eficiente y servicial en base a la amabilidad, cordialidad, resolución de problemas, comunicación entre comensal y chefs, recomendaciones, información del menú y elaboración de bebidas.

Figura 8

Pregunta 7 de la encuesta



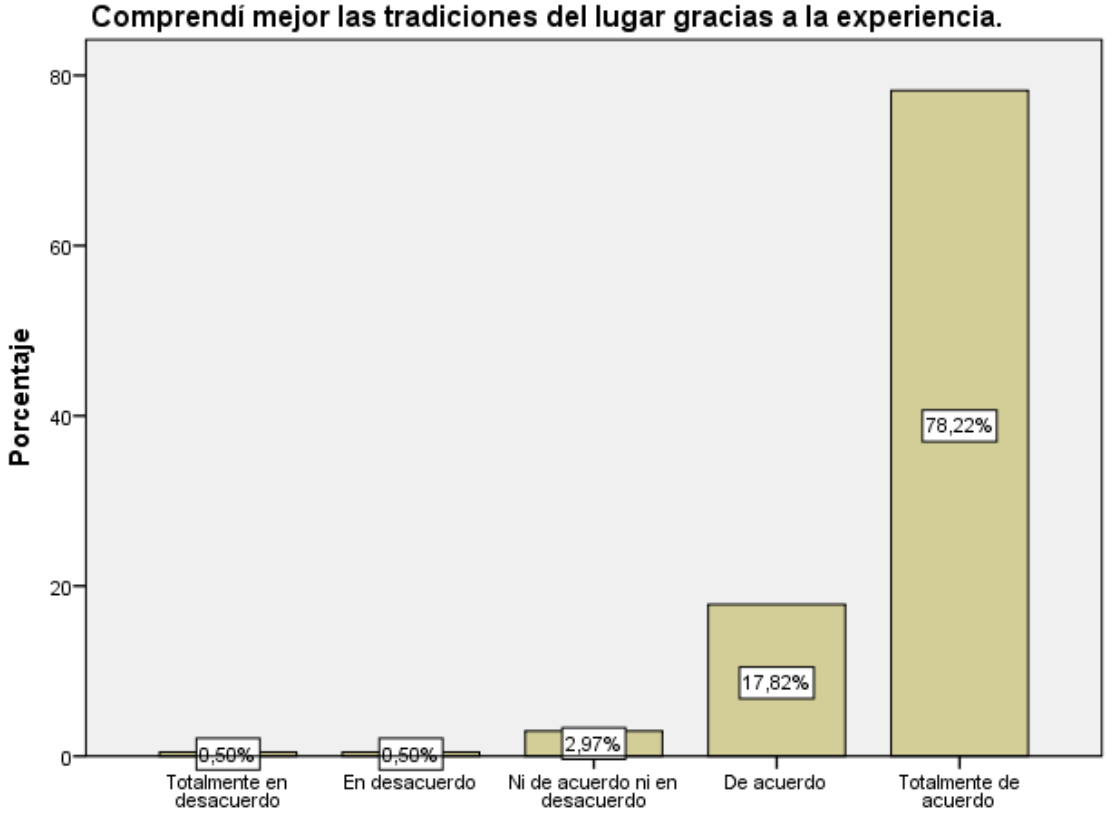
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

Tras los resultados, la encuesta revelo que más del 95% de encuestados perciben que su experiencia en Nómada permite el aprendizaje de información nueva acerca de la cultura local, como productos tradicionales como ocas, sambo, pasas, chocolate amargo, higos y otros. Esto indica que la gran mayoría de clientes sugieren a este establecimiento como un lugar que no solo brinda una experiencia gastronómica sino también cultural y educativa en diferentes ámbitos lo que representa una forma avanzada de innovación de experiencia y turismo gastronómico.

Figura 9

Pregunta 8 de la encuesta



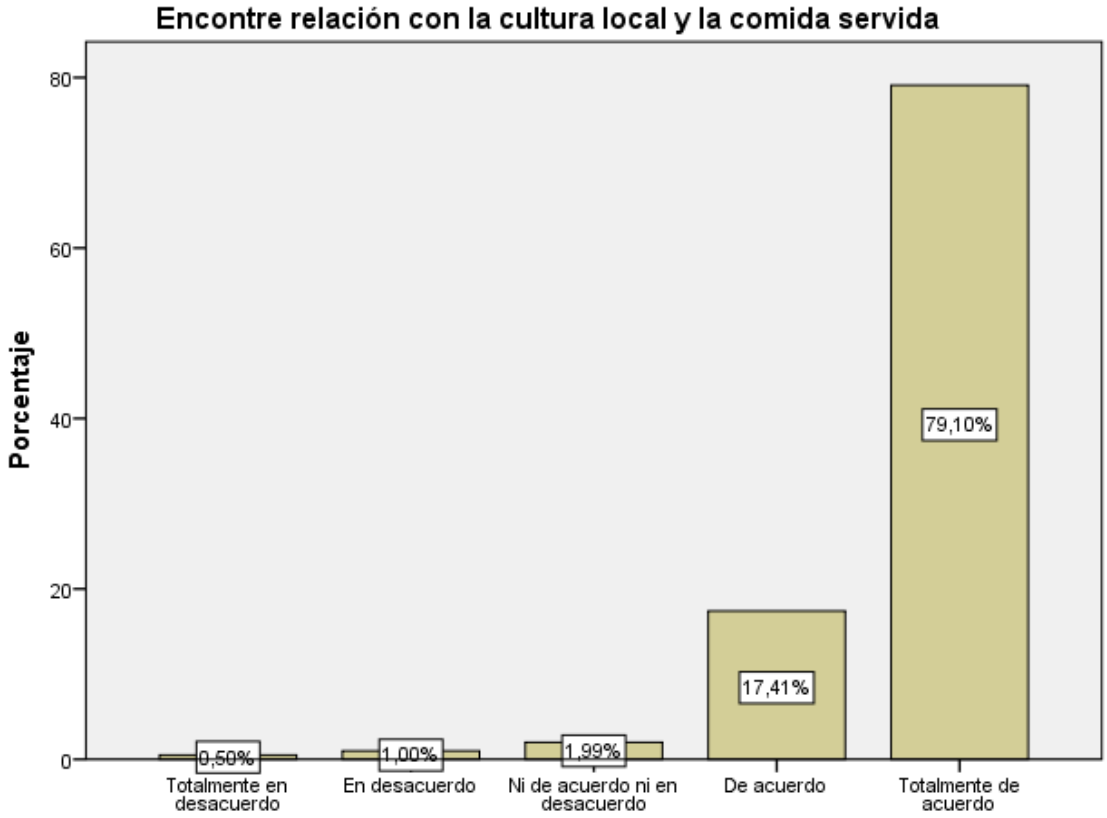
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

La encuesta revela que el 95% de los consumidores encuestados está realmente de acuerdo en que comprendieron mejor las tradiciones del lugar gracias a la explicación durante cada tiempo de comida, siendo capaces de interactuar con los anfitriones, personal de servicio y directamente con el chef; esto refleja una percepción altamente positiva sobre la inmersión cultural donde los clientes logran conectar con las tradiciones locales. El hecho de que más del 95% de los visitantes exprese una comprensión más profunda de las costumbres del lugar, demuestra que el restaurante cumple un rol cultural relevante e importante dentro de la oferta turística de Huachi Loreto.

Figura 10

Pregunta 9 de la encuesta



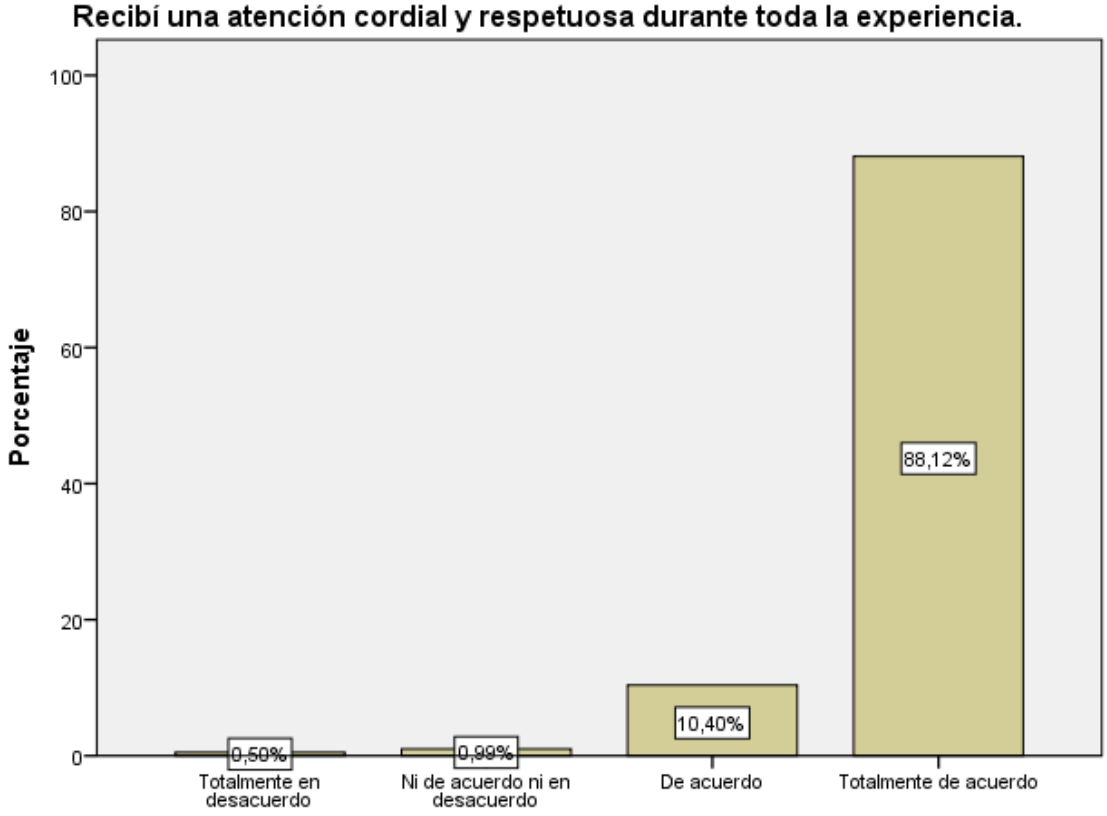
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

La encuesta muestra que el 96% de los comensales encuestados están a favor de que en su experiencia encontraron una relación clara entre la cultura local y la comida servida en el establecimiento, estos resultados reflejan una valoración altamente positiva en la que los comensales mencionan una conexión clara entre los platos ofrecidos y las tradiciones ambateñas. Esto demuestra que nómada ha logrado integrar la identidad ambateña dentro de su propuesta culinaria, usando ingredientes como proteínas, vegetales, hortalizas para la preparación de comida del mundo.

Figura 11

Pregunta 10 de la encuesta



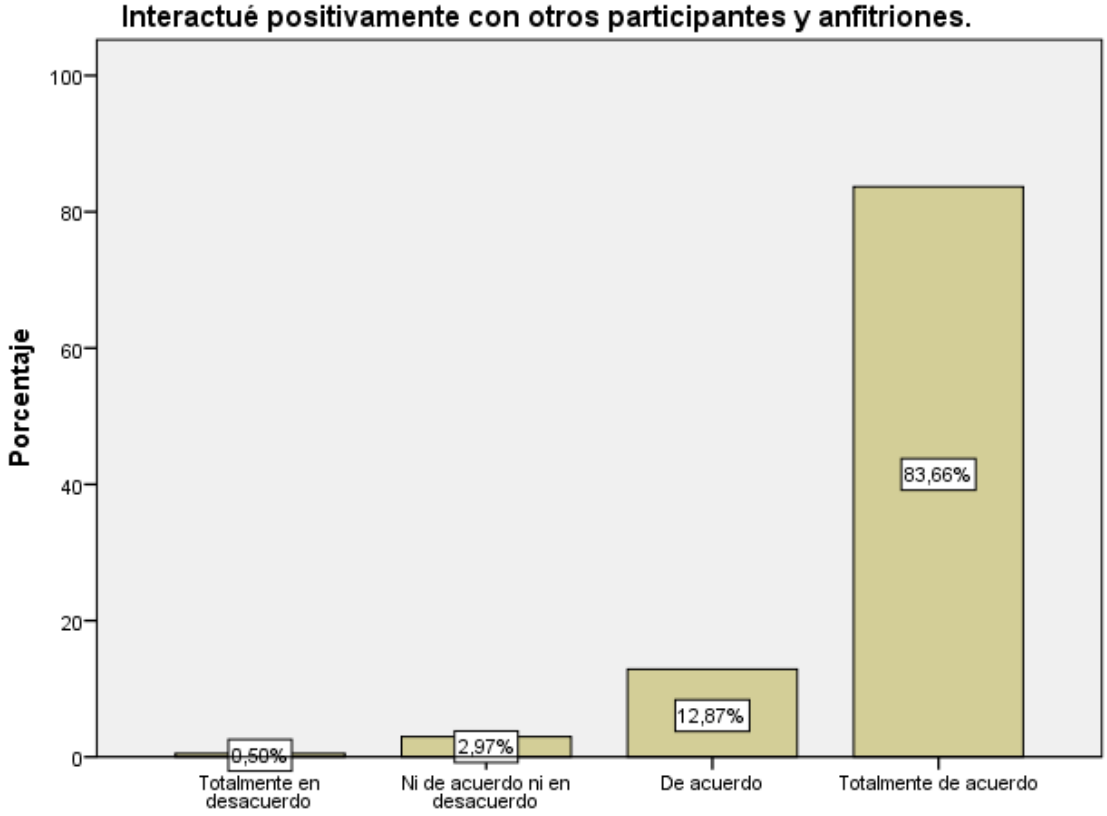
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

La encuesta refleja que el 98,52% de los comensales encuestados manifestaron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con haber recibido una atención cordial y respetuosa durante toda su experiencia en el restaurante Nómada. Estos resultados reflejan que Nómada ha logrado consolidar un servicio caracterizado por la amabilidad, la calidez y el respeto hacia sus clientes, aspectos fundamentales dentro de su propuesta gastronómica con productos nacionales y también por brindar una experiencia integral que conecta con los valores culturales y sociales propios de la ciudad de Ambato: hospitalidad, cercanía y atención personalizada.

Figura 12

Pregunta 11 de la encuesta

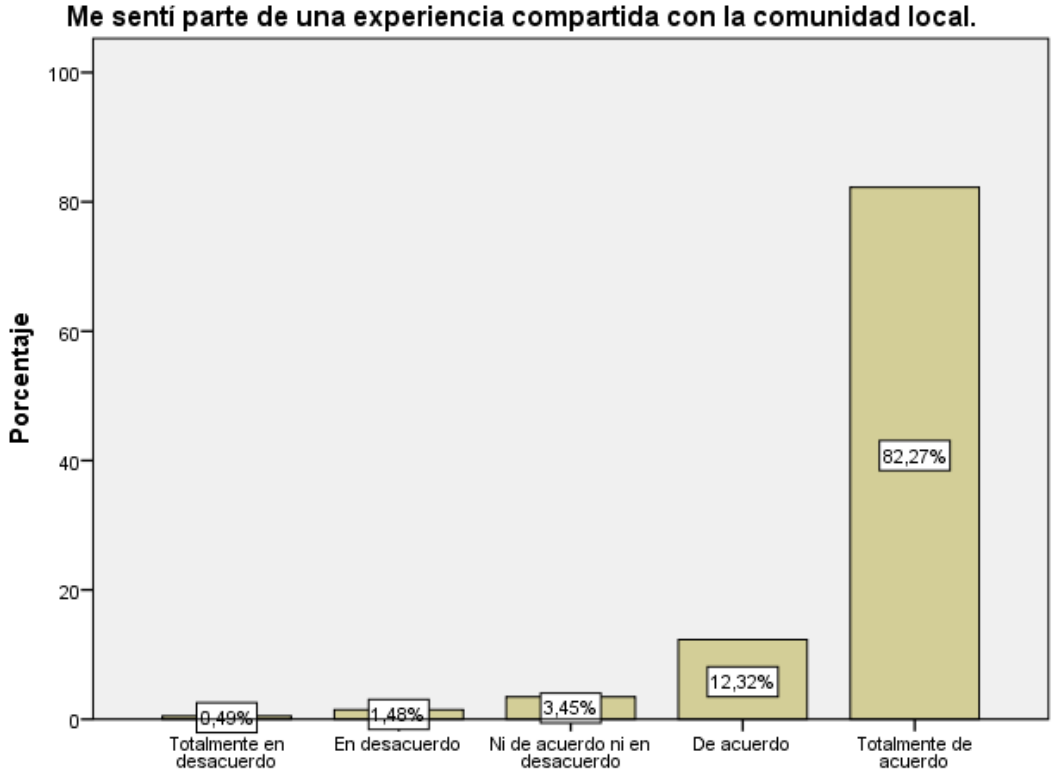


Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

El 96% de los encuestados sienten que han participado de manera interactiva principalmente con los anfitriones, pues la gran mayoría de comensales del establecimiento, tienen conocimientos de gastronomía y están interesados en el tema, motivos por los que les incentivan a participar con preguntas, sugerencias y relatando experiencias gastronómicas personales.

Figura 13

Pregunta 12 de la encuesta.



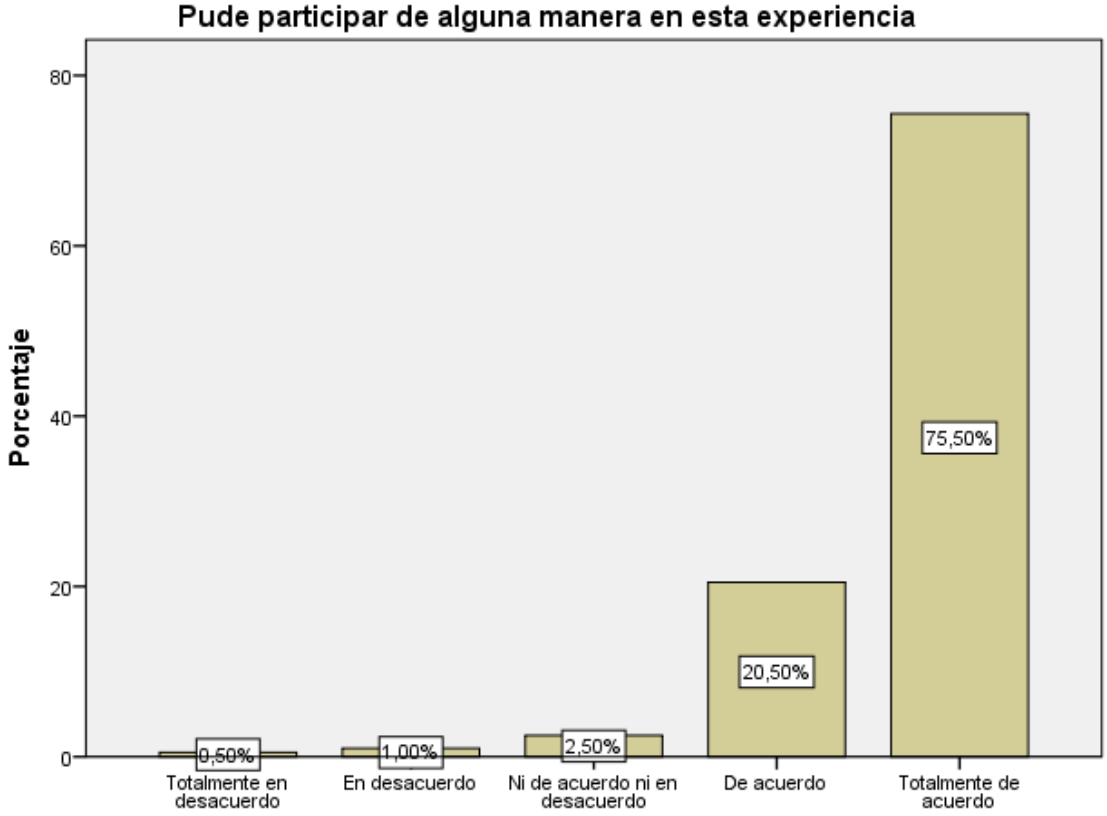
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

El 95% de comensales considero que compartieron una experiencia con la comunidad local, pues los resultados evidencian que los comensales comparten un vínculo estrecho con la comunidad local, dado que en su mayoría pertenecen al mismo círculo social y poseen características socioeconómicas similares. El hecho de que los anfitriones sean ambateños aporta un valor especial a la experiencia, ya que permiten a los comensales conectar de forma auténtica con la cultura local a través de historias, tradiciones y sabores que reflejan la identidad de la región. Además, actividades como el *blind tasting* o degustación a ciegas fomentan la participación y el intercambio entre los asistentes, creando un ambiente cercano y colaborativo que transforma la propuesta del restaurante en una experiencia gastronómica profunda, cultural y socialmente enriquecedora.

Figura 14

Pregunta 13 de la encuesta.



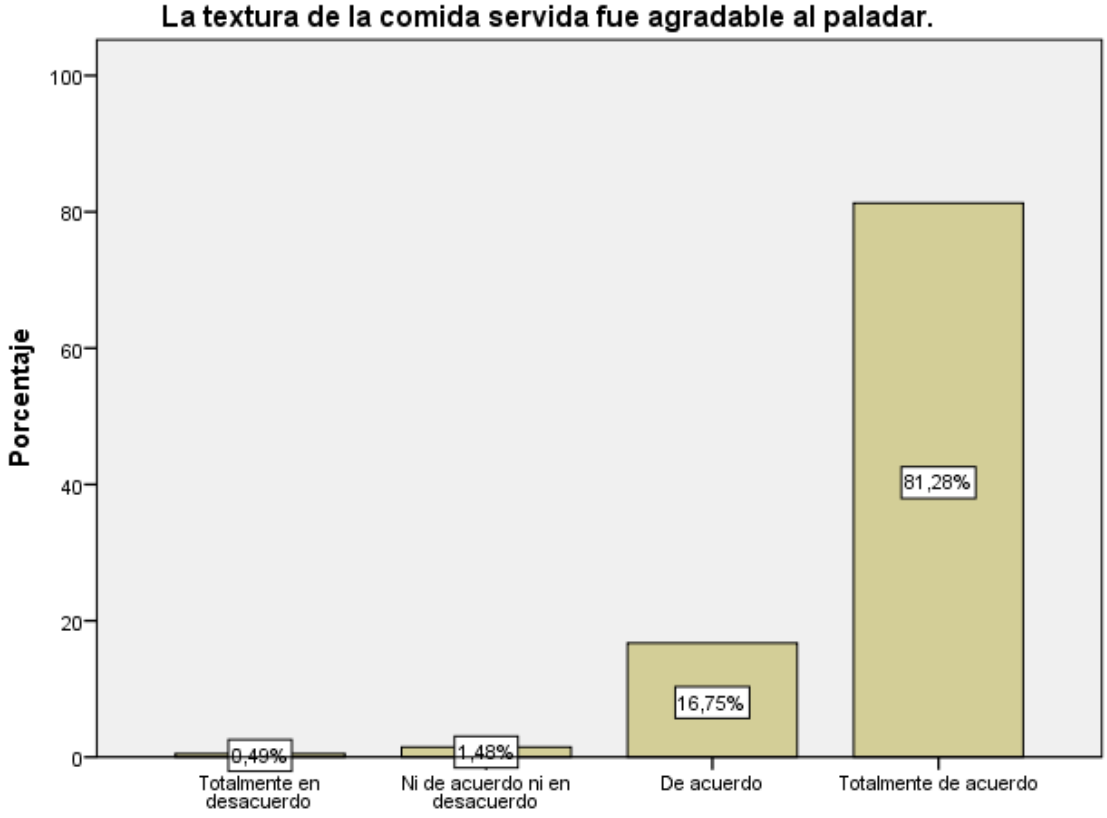
Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Analisis:

Los resultados reflejan un alto nivel de participación e involucramiento por parte de los asistentes. En conjunto, el 96% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con haber podido participar activamente en la experiencia gastronómica. Este resultado evidencia que la propuesta del restaurante logra integrar a los comensales de manera efectiva, fomentando una interacción directa con la dinámica del evento y con los elementos que componen la experiencia. La elevada percepción de participación sugiere que los clientes no solo son observadores, sino parte esencial del proceso culinario y social que caracteriza la experiencia de chef, lo que contribuye significativamente a su satisfacción y a la creación de un vínculo más profundo con la propuesta del establecimiento.

Figura 15

Pregunta 14 de la encuesta



Nota: La figura demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada sobre la experiencia turística dirigida a los comensales de "Nomada".

Análisis:

La mayoría de los comensales valoró positivamente la textura de los platos, con un 98,03% que manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la comida fue agradable al paladar. Este resultado refleja el cuidado en la elaboración y equilibrio de cada preparación, donde las texturas juegan un papel esencial. Un claro ejemplo es el postre compuesto por *crumble* de nuez, *cremux* de maracuyá, gajos de cítricos macerados en almíbar de palo santo, cáscara de mandarina confitada y *coulis* de mandarina con romero. Los comensales destacan especialmente este plato por la armonía de contrastes que ofrece, disfrutando la combinación de crujiente, cremoso y fresco en una misma creación, lo que eleva la experiencia sensorial y deja una impresión memorable.

Discusión:

La innovación culinaria se ha consolidado como un componente esencial dentro de la experiencia turística, especialmente en contextos donde la gastronomía actúa como un vehículo de identidad cultural y un medio para generar vivencias memorables. En el caso de la parroquia Huachi Loreto, el restaurante Nómada representa un claro ejemplo de cómo la creatividad gastronómica puede integrarse con la cultura local para fortalecer el turismo experiencial.

De acuerdo con **Ortiz-Martínez et al. (2023)**, el imaginario turístico está determinado por las percepciones y expectativas que los visitantes construyen antes de conocer un destino. En este sentido, la propuesta culinaria de Nómada contribuye positivamente a la imagen de Ambato como un destino innovador, donde la gastronomía no solo satisface necesidades alimentarias, sino que despierta curiosidad, emoción y sentido de pertenencia. Los resultados obtenidos en las encuestas evidencian que más del **95% de los comensales** asociaron su experiencia con emociones positivas y con una comprensión más profunda de la cultura local, lo que refuerza el imaginario de un destino que combina tradición, modernidad y hospitalidad.

Por su parte, **Torres-Oñate (2021)** señala que las tendencias culinarias influyen directamente en la oferta turística gastronómica, al determinar la preferencia del consumidor a través de factores como la ambientación, el tipo de comida y la innovación en la presentación. Esto se refleja claramente en los resultados de Nómada, donde el 98% de los encuestados valoró positivamente el diseño de los platos, destacando la estimulación de los sentidos durante la experiencia. Ejemplos como el pulpo servido en piedra fría con crocante de almendras, espuma de romesco, salsa madre con tomillo y pimentón dulce, o el bife madurado con corteza de chimichurri de medio oriente, muestran cómo la experimentación con texturas, sabores y técnicas fusiona lo local con lo contemporáneo, generando armonía sensorial y una experiencia gastronómica única.

Asimismo, **Montalvo et al. (2021)** enfatizan que la incorporación de tendencias culinarias en productos locales no solo enriquece la oferta gastronómica, sino que fortalece el patrimonio alimentario intangible y fomenta el desarrollo sostenible. Esta premisa se refleja en Nómada, donde los ingredientes tradicionales como la oca, el

sambo, los higos o el chocolate amargo se reinterpretan mediante técnicas modernas que permiten redescubrir su valor cultural. El 95% de los encuestados manifestó haber aprendido nuevos aspectos sobre la cultura local a través de los platos, confirmando que la innovación culinaria puede ser una herramienta educativa y cultural.

Finalmente, la conexión emocional y la interacción con el entorno local se consolidan como elementos claves en la experiencia turística gastronómica. Más del 96% de los comensales afirmó haber participado activamente en la experiencia, destacando la cercanía con los anfitriones ambateños y la dinámica del *blind tasting*, que promueve el intercambio entre visitantes y comunidad. Esta relación refuerza la visión de la gastronomía como un acto social, cultural y afectivo, en el que la innovación no reemplaza la tradición, sino que la reinterpreta y proyecta hacia el futuro.

3.2 Verificación de hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se aplicó la prueba estadística Chi-cuadrado de Pearson, la cual se utiliza para analizar datos categóricos y determinar la existencia de una relación significativa entre variables. Este método se emplea principalmente en el análisis de tablas de contingencia que organizan y resumen la información recolectada **(Turney, 2022).**

A partir de ello, se establecen las siguientes hipótesis:

h_1 : La innovación culinaria SI se relaciona con la experiencia turística en la Parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato

h_0 : La innovación culinaria NO se relaciona con la experiencia turística en la Parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato

Tabla 3 Prueba del Chi-cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	150,025[a]	9	,000
Razón de verosimilitudes	52,245	9	,000
Asociación lineal por lineal	58,761	1	,000
N de casos válidos	203		

a. 12 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Nota: Comprobación de la hipótesis mediante la fórmula de Chi-cuadrado de Pearson

Luego de haber realizado el análisis de la información por medio del programa estadístico IBM SPSS Statistics 21 se contempló el rechazo de la hipótesis nula porque el valor de la significancia es menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa, es decir que "La innovación culinaria SI se relaciona con la experiencia turística en la Parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato".

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- A través de la observación directa, se identificaron las principales prácticas de innovación culinaria en diferentes establecimientos de alimentos y bebidas aledaños a la zona de Huachi Loreto del cantón Ambato y se evidencio que la gran mayoría de locales muestran una gama muy amplia de propuestas gastronómicas pero que lamentablemente la innovación de sus servicios no es relevante en la mayoría de los casos y se refleja directamente en la comida, preparaciones, métodos y presentaciones lo que no genera un impacto positivo en la experiencia del comensal, dejando a otros destinos ubicados en un rancking mucho más alto a nivel de preferencia del cliente.
- Se describieron los componentes que conformaron la experiencia turística en relación con la cocina local, mediante la aplicación de encuestas a los visitantes del establecimiento “Experiencia Nomada”, los resultados reflejaron una percepción altamente positiva sobre la experiencia, destacando factores como la armonía de sabores, la atención personalizada, la ambientación del lugar y la conexión cultural generada durante la degustación de los platos. Los comensales valoraron la autenticidad de la propuesta y la oportunidad de aprender sobre productos y tradiciones ambateñas, confirmando que la innovación culinaria se relacionó directamente con la experiencia turística en Huachi Loreto.
- Se diseñó un menú de innovación culinaria enfocado en la experiencia turística, en el cual se integraron ingredientes locales y técnicas modernas para ofrecer una propuesta única. El menú combinó sabores, texturas y presentaciones que estimularon los sentidos y promovieron el conocimiento cultural, con ejemplos como el pulpo en piedra fría con espuma de romesco o el bife madurado con corteza de chimichurri de medio oriente. Esta propuesta permitió fortalecer la

oferta gastronómica local, diferenciando a Huachi Loreto como un referente de turismo culinario dentro del cantón Ambato y fomentando la revalorización del patrimonio alimentario de la región.

-

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Ambato implementar estrategias de difusión gastronómica de Huachi Loreto, que recopilen, documenten y promuevan las prácticas de innovación culinaria identificadas en la parroquia. Este programa servirá como una herramienta de información y promoción turística tanto para visitantes nacionales como internacionales.
- Con base en los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los comensales del restaurante Nómada, se sugiere mantener un monitoreo continuo de la percepción turística mediante encuestas periódicas que permitan evaluar la experiencia gastronómica. Esta información será clave para identificar oportunidades de mejora, fortalecer la atención al cliente, innovar en la oferta y consolidar la reputación de Huachi Loreto como destino de turismo culinario.
- Se recomienda a los establecimientos gastronómicos de la parroquia Huachi Loreto fomentar la capacitación en técnicas de innovación culinaria y en el uso sostenible de productos locales. La incorporación de prácticas de fusión entre tradición y modernidad debe seguir promoviendo la autenticidad cultural y la sostenibilidad. Además, se sugiere que el GAD apoye la creación de rutas gastronómicas temáticas que integren la cocina, la cultura y el turismo, fortaleciendo así la identidad culinaria del cantón Ambato y su posicionamiento como referente gastronómico regional.

Propuesta

- **Título de la propuesta**

"Latitud Fusión"

- **Objetivo de la propuesta**

Diseñar un menú gastronómico compuesto por 7 tiempos destacando los ingredientes nacionales para la elaboración de comida del mundo**.**

- **Justificación**

La propuesta surge de los resultados obtenidos en la investigación orientada a la valorización de la innovación culinaria en la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato. Para este estudio se aplicaron técnicas de observación directa y encuestas a los visitantes del restaurante Nómada, con el propósito de analizar la relación entre gastronomía e identidad cultural local. Los resultados obtenidos evidenciaron que la cocina de la parroquia posee una riqueza cultural significativa, basada en el uso de ingredientes tradicionales fusionados con técnicas contemporáneas, lo que ha permitido fortalecer la identidad gastronómica y generar experiencias turísticas auténticas y memorables.

A pesar de la valoración positiva por parte de los visitantes, se identificó la necesidad de continuar impulsando la innovación culinaria como un medio para proyectar la cocina local hacia un contexto internacional, sin perder su esencia ni su conexión con los productos ecuatorianos. Por esta razón, se propone diseñar un menú gastronómico compuesto por siete tiempos, en el cual se destaquen los ingredientes nacionales aplicados a preparaciones del mundo, demostrando su versatilidad y potencial para reinterpretar diversas culturas culinarias.

Desarrollo de la Propuesta

Para la elaboración del menú, se llevó a cabo una serie de etapas que permitieron recopilar, organizar y analizar la información. A continuación, se detallan los siguientes pasos:

Recopilación de la información:

La recopilación de información para el diseño de un menú basado en los diferentes tiempos de comida del mundo, pero elaborado con ingredientes locales, permite identificar patrones culinarios globales y su potencial adaptación al contexto regional. Este proceso incluye el análisis de hábitos alimentarios de diversas culturas, la estructura tradicional de sus comidas diarias y las técnicas de preparación más representativas, contrastándolas con la disponibilidad, estacionalidad y características de los productos locales. A través de esta revisión, es posible seleccionar elementos culinarios internacionales que puedan reinterpretarse sin perder su esencia, al tiempo que se promueve la sostenibilidad y se fortalece la identidad gastronómica local.

Creación de la propuesta gastronómica:

La creación de la propuesta gastronómica basada en tiempos de comida del mundo adaptados a ingredientes locales implica un proceso de diseño culinario que fusiona referentes internacionales con la identidad regional. Esta etapa comprende la selección y reinterpretación de platillos representativos, la definición de técnicas de preparación compatibles con los insumos disponibles y la estructuración coherente del menú según los momentos de consumo. Al integrar creatividad, análisis sensorial y viabilidad técnica, la propuesta resultante busca ofrecer una experiencia culinaria auténtica que respete los sabores originarios del territorio, a la vez que introduce al comensal a prácticas alimentarias globales desde una perspectiva sostenible y contextualizada.

Publicación:

La publicación de la propuesta gastronómica en un enlace de acceso público permite difundir de manera amplia y accesible los contenidos del menú, incluyendo los nombres, historias y frases representativas de cada platillo. Esta fase busca no solo compartir la información, sino también contextualizar los elementos culturales y narrativos que enriquecen la experiencia culinaria, ofreciendo al lector una comprensión más profunda del origen y la inspiración detrás de cada preparación. Al integrar descripciones detalladas y relatos breves, la publicación se convierte en una herramienta comunicativa que fortalece la identidad del proyecto, facilita su alcance

entre diversos públicos y contribuye a la valoración del menú como un ejercicio creativo, académico y culturalmente significativo.

Enlace de acceso al menú:

https://www.canva.com/design/DAG5QBbSv_8/Y82V3ij82wacJ6vW4jCckQ/edit?utm_content=DAG5QBbSv_8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

C. MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias bibliográficas:

Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. Sociologia Ruralis, 38(1), 21-34. https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. Journal of Hospitality & Tourism Research, 30(3), 354–377. https://doi.org/10.1177/1096348006286797

López-Guzmán, T., Vieira-Rodríguez, A., & Rodríguez-García, J. (2017). Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of the tourist. British Food Journal, 119(2), 267–283. https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0262

Moliné, M. (2012). La gastronomía como elemento de desarrollo del turismo cultural. Universidad de Barcelona.

UNWTO. (2019). Guidelines for the development of gastronomy tourism. World Tourism Organization. https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420957

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy: Work is theatre and every business a stage. Harvard Business Press.

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. Tourism Management, 31(1), 1–12.

García, R., & López, A. (2020). Innovación culinaria y su impacto en la experiencia turística. Journal of Culinary Arts and Tourism, 8(2), 101-117.

Brunori, G., & Rossi, A. (2000). Synergy and coherence through collective action: Some insights from wine routes in Tuscany. Sociologia Ruralis, 40(4), 409-423.

Campos, A. C., Mendes, J., Do Valle, P. O., & Scott, N. (2015). Co-creation of tourist experiences: A literature review. Current Issues in Tourism, 21(4), 369-400.

Ceretta, M. (2012). Festivales Gastronómicos y Turismo en Latinoamérica. El Festival Raíces de Guayaquil, Ecuador. Redalyc, 4735(52033025).

Díez de la Lastra, C. (2025). Carlos Díez de la Lastra: "Hoy innovar es casi una obligación". El País. Recuperado de https://elpais.com/espana/andalucia/2025-02-28/carlos-diez-de-lastra-hoy-innovar-es-casi-una-obligacion.html

Gómez Pinto, P. C. (2019). Experiencia turística para viajeros de negocio en torno a la cultura a través de la gastronomía. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/46430

Herrera Eguez, M. (2023). Turismo Gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un Análisis del Perfil del Visitante. Polo del Conocimiento. Recuperado de https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/7723/html

Getz, D., Robinson, R. N. S., Andersson, T. D., & Vujicic, S. (2014). Foodies and Food Tourism. Goodfellow Publishers.

Slow Food. (2023). Slow Food Manifesto for Quality. Slow Food Foundation for Biodiversity.

Ortiz Gutiérrez, M. (2023). Gastronomía identitaria y desarrollo local: Innovación culinaria con productos autóctonos. Editorial Universitaria Andina.

Sánchez Cano, G. (2016). Turismo gastronómico y experiencia del cliente: Estrategias de innovación en la restauración. ESIC Editorial.

Díez de la Lastra, R. (2025). Innovación y excelencia en la atención al cliente turístico. Editorial Turismática.

Gómez Pinto, M. (2019). Turismo experiencial y participación cultural: Nuevas perspectivas para destinos emergentes. Ediciones Culturales Iberoamericanas.

Boone, H. N., & Boone, D. A. (2012). Analyzing Likert data. Journal of Extension, 50(2), 1–5. https://tigerprints.clemson.edu/joe/vol50/iss2/2

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. British Journal of Applied Science & Technology, 7(4), 396–403. https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975

Hernández-Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Education.

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa. Editorial Trillas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2007). Metodología de la investigación (4.ª ed.). McGraw-Hill.

Manterola, C., & Otzen, T. (2014). Estudios de corte transversal: un diseño de investigación a considerar. International Journal of Morphology, 32(1), 289–292. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022023000100146&script=sci_arttext

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6a ed.).

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación (5a ed.).

Ávila, J. (2018). La percepción sensorial como método para el análisis del patrimonio alimentario. Revista Española de Antropología, (10), 55–72.

González Turmo, I. (2012). La cocina como cultura. Ariel.

Meilgaard, M., Civille, G. V., & Carr, B. T. (2007). Sensory Evaluation Techniques (4th ed.). CRC Press.

Stone, H., & Sidel, J. L. (2004). Sensory Evaluation Practices (3rd ed.). Academic Press.

Dimensiones afectiva, sensorial y cognitiva de la experiencia turística: una revisión bibliográfica. Revista Latinoamericana de Turismo y Sociedad, 12(1), 45-63. Gama Garduño, M. (2018).

Turismo vivencial: la participación de los actores locales en la creación de experiencias. Cuadernos de Turismo, 41(2), 77-89. González Morales, L. (2024).

Innovación culinaria y técnicas sensoriales en la cocina vegana. Revista Internacional de Gastronomía y Nutrición, 9(3), 101-118. Kuhn, V. R. (2024).

Creatividad e innovación en el turismo gastronómico: un análisis bibliométrico. Estudios sobre Turismo y Creatividad, 7(2), 88-105.

Osorio García, M. (2021). Innovación y gestión en empresas turísticas y gastronómicas familiares. Estudios de Turismo y Sociedad, 14(1), 55-72. Torres, F. (2024).

La cocina tradicional ambateña como atractivo turístico: estudio de caso en Pinllo. Revista Andina de Turismo Cultural, 10(2), 34-50. Viteri, F. (2025).

Tendencias culinarias en la Amazonía ecuatoriana: entre la tradición y la innovación. Revista de Patrimonio Gastronómico y Turismo, 6(1), 20-38. López, R., & Martínez, A. (2022).

Turismo gastronómico y desarrollo local: estrategias de innovación para destinos emergentes. Revista de Innovación y Turismo, 5(3), 66-84.

Muñoz, C. (2020). Cultura alimentaria y turismo: el papel de la gastronomía en la identidad de los pueblos. Revista Iberoamericana de Turismo, 3(2), 90-104.

Sánchez, P., & Delgado, M. (2023). La co-creación de experiencias en el turismo gastronómico.

Turismo y Sociedad, 17(1), 112-130. Ramírez, T. (2019). Gastronomía como experiencia turística: entre el sabor y la emoción. Cuadernos de Gastronomía y Cultura, 8(2), 43-59.

Pérez, L., & Ávila, S. (2021). El turismo experiencial y la cocina local: estrategias de valorización patrimonial. Revista de Turismo Rural, 4(1), 25-40.

Morales, J. (2020). Identidad, tradición e innovación en la cocina ecuatoriana. Revista de Patrimonio Cultural, 11(3), 74-89.

Vega, D. (2023). Turismo, sostenibilidad e innovación gastronómica: desafíos para el desarrollo local. Revista Científica de Estudios Turísticos, 9(4), 98-113

Castillo, V., & Ramos, E. (2022). Experiencias culinarias como motor del turismo sostenible en comunidades rurales. Turismo Alternativo y Sociedad, 6(2), 58-76.

Anexos

Anexo A. Carta Compromiso

Carta de Compromiso

12 de junio, 2025

Licenciada
Ximena Calero
Presidenta de la Unidad de Titulación
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Juan Fernando Alva Apraez con mi número de cedula 1803489630, en mi calidad de representante legal de Experiencia Nómada, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de integración Curricular bajo el tema: "INNOVACION CULINARIA Y EXPERIENCIA TURISTICA, CASO DE ESTUDIO: PARROQUIA HUACHI LORETO DEL CANTON AMBATO" propuesto por la estudiante Leslie Vanessa Andrade Bayas portadora de la Cedula de Ciudadanía 1850545102, estudiante de la carrera de Turismo de la facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

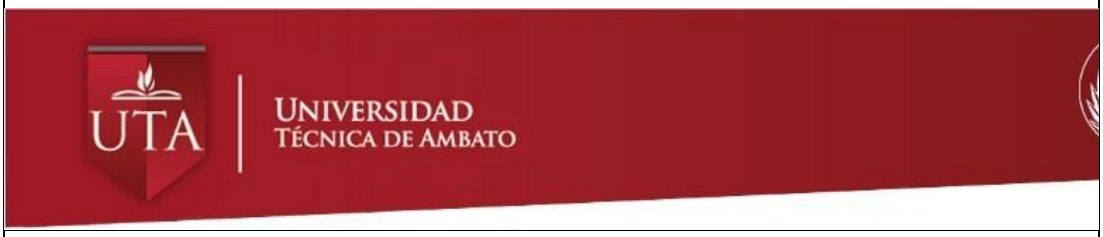
A nombre de la comunidad a cuál represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.

.....
Ing. Juan Fernando Álava Apraez
C.I. 1803489630
Cel. 0982237974

Anexo B. Instrumentos



Inventario de percepción organoléptico titulado:

Objetivo: Identificar las prácticas de innovación culinaria en la parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato

Instrucciones: A continuación, encontrará una serie de ítems relacionados con su experiencia sensorial. Por favor evalúe cada aspecto según la escala correspondiente y agregue observaciones si lo desea.

Escalas de Valoración:

CUMPLE: si

NO CUMPLE: no

Papel o rol del chef:

1.- Diseñar y servir preparaciones gastronómicas que estén a la altura de los objetivos de estudio con el propósito de incluir y utilizar productos de procedencia local haciendo énfasis en la tradición, el patrimonio cultural, la innovación y la creatividad en el menú.

2.- Dar la información necesaria al comensal indicado el propósito de la experiencia

3.- Combinar productos y elementos que generen armonía y equilibrio y presentarlos en un producto final

4.- Evitar la influencia en la decisión del comensal. Los resultados no pueden ser alterados bajo ninguna excusa.

Rol del comensal, turista o cliente:

1.- probar las preparaciones del chef de manera calificativa

2.- Prestar atención a toda la información dada por el chef

3.- Comparar los sabores con las dimensiones a evaluar

4.- Valorar de manera realista evitando las influencias externas

5.- Hacer una retroalimentación y aportar ugerencias o comentarios en base a su experiencia

Datos Generales del Evaluador

- Nombre del establecimiento:
- Dirección:
- Fecha:

Dimensión 1: Productos Locales

Atributo	**Cumple**	**No cumple**	**Observación**
Aroma característico local	☐	☐	_____
Sabor tradicional	☐	☐	_____
Apariencia del producto	☐	☐	_____
Reconocimiento del ingrediente	☐	☐	_____
Frescura del producto	☐	☐	_____

Dimensión 2: Elaboración de Menús

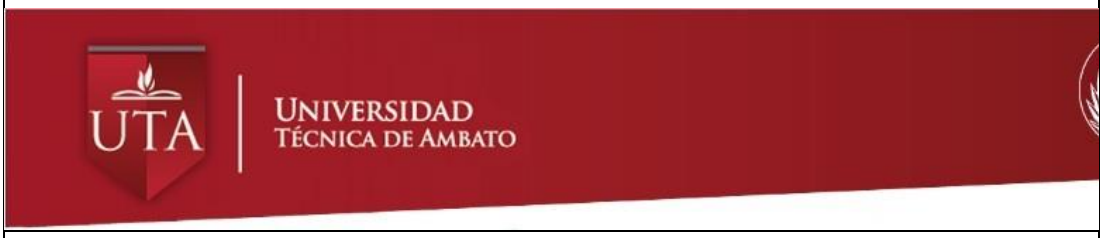
Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Combinación de sabores	☐	☐	_____
Creatividad en la preparación	☐	☐	_____
Equilibrio entre tradición e innovación	☐	☐	_____
Presentación del platillo	☐	☐	_____
Claridad del menú (descripción)	☐	☐	_____

Dimensión 3: Nuevos Servicios

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Introducción de técnicas nuevas	☐	☐	_____
Innovación en la experiencia	☐	☐	_____
Atención y servicio	☐	☐	_____
Accesibilidad del servicio	☐	☐	_____
Valor agregado percibido	☐	☐	_____

Dimensión 4: Simbolismo Cultural

Atributo	Cumple	No cumple	Observación
Conexión con la identidad local	☐	☐	_____
Representación cultural del platillo	☐	☐	_____
Elementos visuales con valor simbólico	☐	☐	_____
Historia o narrativa del producto	☐	☐	_____
Emoción evocada por la experiencia	☐	☐	_____



Técnica de recolección de datos: Encuesta
Objetivo: Analizar los componentes de la experiencia turística en relación con la gastronomía local.

Instrucciones: Marcar la opción correcta en relación a lo que mejor refleje su nivel de aceptación de acuerdo con cada ítem.

Escalas de Valoración:

1 = Totalmente en desacuerdo
2 = En desacuerdo
3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4 = De acuerdo
5 = Totalmente de acuerdo

Rol del chef:

1.-Diseña platos que estimulen los sentidos (vista, olfato, gusto, tacto, oído).

2.-Integra productos locales con valor cultural o patrimonial.

3.-Explica el simbolismo o historia de los ingredientes y preparaciones (si se aplica).

4.-Colabora en la implementación del inventario (por ejemplo, brindar información sobre el menú que puede influir en la percepción).

5.Genera la experiencia y evalúa esta encuesta.

Papel del comensal, turista, cliente:

1.-Participar en la experiencia gastronómica diseñada por el chef.

2.-Percibir las preparaciones a través de sus sentidos (vista, gusto, olfato, tacto, oído).

3.-Valorar su experiencia según dimensiones sensoriales, emocionales, sociales y cognitivas.

4.-Responder el inventario con base en su experiencia personal

Cuestionario:

Datos Generales del Evaluador

- Nombre (opcional):
- Edad: _____
- Fecha: ___ / ___ / 20___

1.- Dimensión sensorial:

Ítem	**Afirmación**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
S1	Diseña platos que estimulen los sentidos (vista, olfato, gusto, tacto, oído).	☐	☐	☐	☐	☐
S2	La textura de la comida servida fue agradable al paladar.	☐	☐	☐	☐	☐
S3	Los sabores ofrecidos se complementaron de forma armoniosa.	☐	☐	☐	☐	☐

2.- Dimensión emocional:

Ítem	Afirmación	1	2	3	4	5
E1	Me sentí emocionado/a antes de participar en la experiencia.	☐	☐	☐	☐	☐
E2	Durante la actividad me sentí conectado/a emocionalmente con lo que vivía.	☐	☐	☐	☐	☐
E3	Después de la experiencia, me sentí satisfecho/a y con una emoción positiva.	☐	☐	☐	☐	☐
E4	Me sentí bienvenido/a y valorado/a por los anfitriones locales.	☐	☐	☐	☐	☐

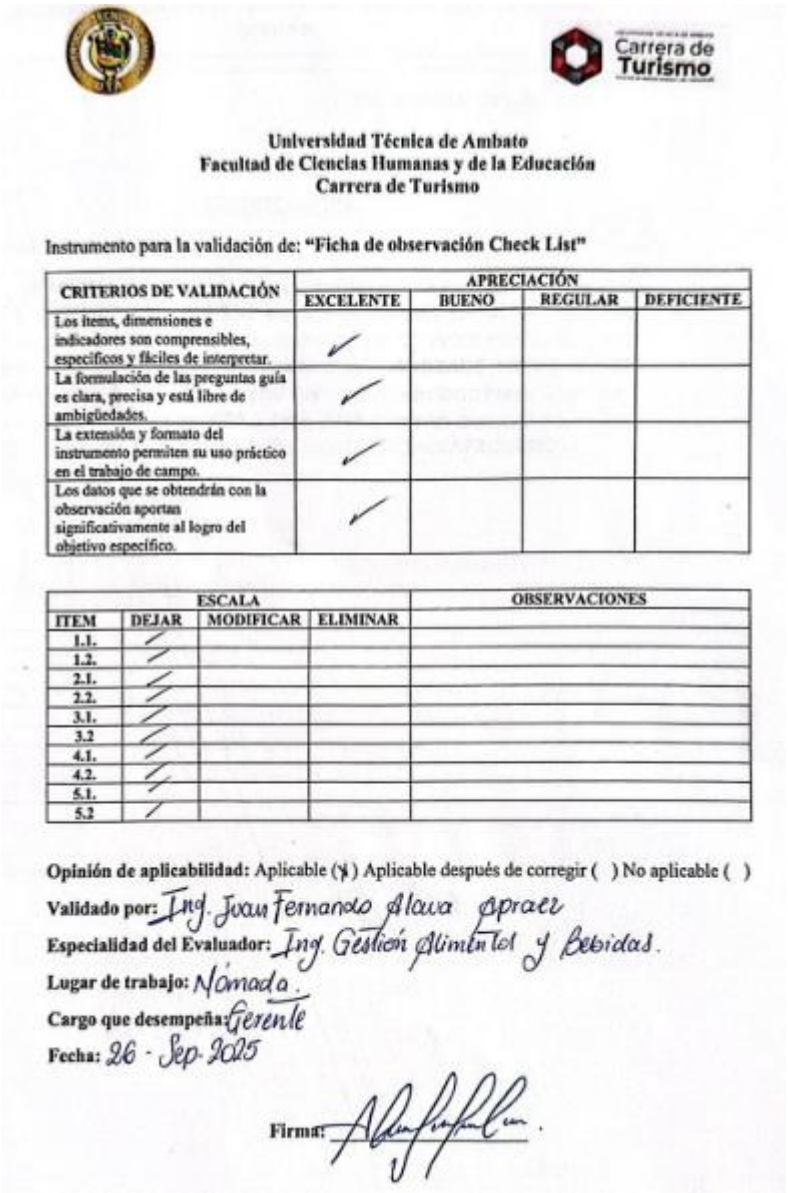
3.- Dimensión cognitiva:

Ítem	Afirmación	1	2	3	4	5
C1	Aprendí información nueva sobre la cultura local.	☐	☐	☐	☐	☐
C2	Comprendí mejor las tradiciones del lugar gracias a la experiencia.	☐	☐	☐	☐	☐
C3	Encontré relación con la cultura local y la comida servida	☐	☐	☐	☐	☐

4.- Dimensión social:

Ítem	Afirmación	1	2	3	4	5
SO1	Recibí una atención cordial y respetuosa durante toda la experiencia.	☐	☐	☐	☐	☐
SO2	Interactué positivamente con otros participantes y anfitriones.	☐	☐	☐	☐	☐
SO3	Me sentí parte de una experiencia compartida con la comunidad local.	☐	☐	☐	☐	☐
SO4	Pude participar de alguna manera en esta experiencia	☐	☐	☐	☐	☐

Validación de los instrumentos:



Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Carrera de Turismo

Instrumento para la validación de: **"Ficha de observación Check List"**

CRITERIOS DE VALIDACIÓN	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Los ítems, dimensiones e indicadores son comprensibles, específicos y fáciles de interpretar.	✓			
La formulación de las preguntas guía es clara, precisa y está libre de ambigüedades.	✓			
La extensión y formato del instrumento permiten su uso práctico en el trabajo de campo.	✓			
Los datos que se obtendrán con la observación aportan significativamente al logro del objetivo específico.	✓			

ESCALA				OBSERVACIONES
ITEM	DEJAR	MODIFICAR	ELIMINAR	
1.1.	✓			
1.2.	✓			
2.1.	✓			
2.2.	✓			
3.1.	✓			
3.2	✓			
4.1.	✓			
4.2.	✓			
5.1.	✓			
5.2	✓			

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (✓) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Validado por: Ing. Juan Fernando Alava Apraez

Especialidad del Evaluador: Ing. Gestión Alimentos y Bebidas.

Lugar de trabajo: Nómada.

Cargo que desempeña: Gerente

Fecha: 26 - Sep. 2025

Firma:

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENCUESTAS A TURISTAS

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.

Las preguntas responden a la variable correspondiente dando la referencia a cada dimensión. Es objetiva, clara y precisa.

Observaciones.

Ninguna.

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

	ESCALA			
Pregunta	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1.	✓			
2.	✓			
3.	✓			
4.	✓			
5.	✓			
6.	✓			
7.	✓			
8.	✓			
9.	✓			
10.	✓			
11.	✓			
12.	✓			
13.	✓			
14.	✓			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Ing. Juan Fernando Olava Arraiz

Especialidad del evaluador Ing. Gestión petrolíferos y Bebidas.

Lugar de trabajo: Nómada

Cargo que desempeña: Gerente

Fecha: 26- Sep- 2025

Firma:

Anexo E. Carta entrega recepción del producto al beneficiario

CARTA DE ENTREGA-RECEPCION DEL PRODUCTO

Yo, Ing. Juan Fernando Alava Aprnez, en calidad de representante legal de Experiencia Nomada, por medio de la presente, hago constar que he recibido el producto desarrollado por parte de la Srita. Leslie Vanessa Andrade Bayas con numero de cedula 1801360882, estudiante de la carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad técnica de Ambato, como parte de su proceso de titulación llamado "**La innovación culinaria y la experiencia turística. Caso de estudio: parroquia Huachi Loreto del cantón Ambato**".

Certifico que el producto ha sido revisado y se encuentra relacionado con su tema de estudio, además, se considera que la estudiante ha cumplido satisfactoriamente con los requisitos establecidos para la entrega de su propuesta para trabajo de titulación.

Entregado por:

.....

Leslie Vanessa Andrade
C.I. 1850545102
landrade5102@uta.edu.ec

Recibido por:

.....

Ing. Juan Fernando Alava
C.I. 1803489630
juanfialava@gmail.com

Anexo F. Evidencias

Visita y degustación de comida de locales de Huachi Loreto

Asadero Bud Wei Sen



¡Eh! Ave María



El Espigal



Marisquería Brissa



La Casa del Verde



Pizzeria Il Vulcano

