

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 gastronomía sensorial y la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, cantón Ambato"

Autora: Evelyn Abigail Lagua Montachana

Tutor: Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

Ambato – Ecuador
Diciembre, 2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

"**La gastronomía sensorial y la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, cantón Ambato",** de la alumna Evelyn Abigail Lagua Montachana, 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, diciembre 2025

EL TUTOR



.....

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

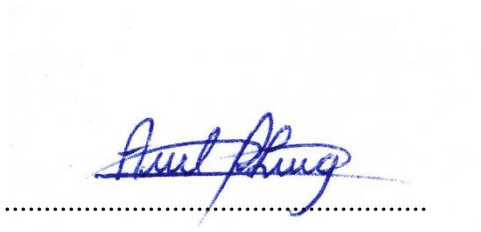
C.C.: 1803017365

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **"La gastronomía sensorial y la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, 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, diciembre 2025

LA AUTORA



.....

Lagua Montachana Evelyn Abigail

C.C.: 1850593920

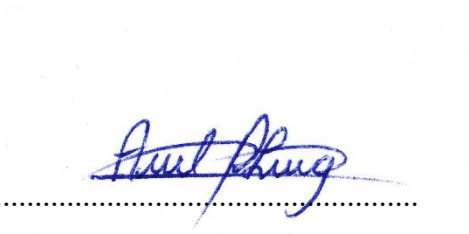
DERECHOS DE AUTOR

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, diciembre 2025

LA AUTORA



.....

Evelyn Abigail Lagua Montachana

C.C.: 1850593920

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **"La gastronomía sensorial y la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, cantón Ambato"** de Evelyn Abigail Lagua Montachana, 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, diciembre 2025

Para constancia firman

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

Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.: 1803318169

Firmado electrónicamente por:
ANGELICA MARIA GONZALEZ SANCHEZ
Validar únicamente con FirmaEC

Ing. Angélica María González Sánchez, Mg
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.: 1713482352

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se los dedico a mis amados padres como muestra de gratitud, Jorge y Marcia quienes me acompañaron en este largo proceso de formación académica, gracias por estar siempre conmigo, por apoyarme y por enseñarme a no rendirme.

A mi hermano, Josué por ser fuente de inspiración y fortaleza, gracias por el apoyo constante, por enseñarme que los sueños si se cumplen con perseverancia y corazón.

A mis queridas compañeras de clase: Melany, Allison, Shirley y Kerly. Gracias por las risas compartidas y por hacer de esta etapa universitaria un camino lleno de recuerdos que siempre llevaré conmigo.

Con todo mi cariño

Evelyn Abigail Lagua Montachana.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a la Universidad Técnica de Ambato y en especial a la carrera de Turismo por permitirme conocer cada rincón de nuestro Ecuador y comprender que el turismo va más allá de solo viajar, se trata de amar nuestras raíces y preservar las tradiciones.

Expreso mi más sincero agradecimiento a todos los docentes que con paciencia y dedicación supieron compartir su conocimiento y formaron parte de mi proceso académico.

Extiendo mi gratitud al Gobierno Autónomo Descentralizado de Atahualpa por su apoyo y colaboración en el desarrollo de la investigación. A los establecimientos de gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa que me recibieron con hospitalidad y cariño que su disposición fue fundamental para el desarrollo de esta investigación

Evelyn Abigail Lagua Montachana.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**

AUTORÍA DEL TRABAJO ..... **iii**

DERECHOS DE AUTOR ..... **iv**

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... **vi**

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

ÍNDICE DE FIGURAS ..... **x**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **xi**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xii**

ABSTRACT ..... **xiii**

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos 1

-Teoría, modelo o posición filosófica 4

-Desarrollo teórico de la variable independiente 5

-Desarrollo teórico de la variable dependiente 16

1.2 Objetivos 27

Objetivo general 27

Objetivos específicos 27

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales 29

2.2 Métodos 29

CAPÍTULO III
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados 40

3.2 Verificación de hipótesis 61

CAPÍTULO IV
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones 62

4.2 Recomendaciones 63

Propuesta 64

C. MATERIALES DE REFERENCIA 68

Anexos 81

Anexo A. Carta Compromiso 81

Anexo B. Instrumentos 82

Anexo C. Validación de instrumentos 84

Anexo D. Evidencias 96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Parroquia Atahualpa, cantón Ambato 32
Figura 2. Aspectos experiencia gastronómica 48
Figura 3. Componentes sensoriales 49
Figura 4. Sabores 50
Figura 5. Preparación artesanal 51
Figura 6. Ambientación del local 52
Figura 7. Instalaciones limpias 53
Figura 8. Atención al cliente 54
Figura 9. Oferta gastronómica 55
Figura 10. Precio-calidad 56
Figura 11. Recomendación de los locales 57
Figura 12. Retorno a la parroquia Atahualpa 58
Figura 13. Guia gastronómica 59
Figura 14. Fases de la propuesta 65
Figura 15. Código QR 67
Figura 16. Visita a los establecimientos de gastronomía tradicional 96
Figura 17. Encuestas en la parroquia Atahualpa 97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sabores básicos 7
Tabla 2. Productos nativos de las regiones Ecuatoriana 12
Tabla 3. Recursos de la investigación 29
Tabla 4. Fiabilidad 38
Tabla 5. Check list del establecimiento “Asadero Blanquita” 41
Tabla 6. Check list del establecimiento “Picantería Yolita” 42
Tabla 7. Check list del establecimiento “Picantería Moniquita” 43
Tabla 8. Check list del establecimiento “Picantería Esthelita” 44
Tabla 9. Check list del establecimiento “Salón la Dolorosa” 45
Tabla 10. Prueba del chi-cuadrado 61

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar la gastronomía sensorial y la experiencia turística de la parroquia Atahualpa, destacando la gastronomía tradicional como un potencial turístico de la parroquia. La importancia se basa en comprender cómo los estímulos sensoriales influyen en la percepción y experiencia del turista. Se empleó una metodología bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental transversal y alcance descriptivo. Para la recolección de información se utilizaron dos instrumentos, una lista de observación tipo check list para la variable independiente con el fin de describir los componentes de la gastronomía sensorial y una encuesta con escala de Likert para la variable dependiente, compuesta por 12 preguntas dirigidas a 203 comensales de la parroquia Atahualpa, con el fin de identificar las características de la experiencia turística aplicables a los establecimientos de comida en la parroquia Atahualpa. Los resultados demostraron que los componentes sensoriales como el aroma, sabor, textura y la ambientación de los establecimientos influyen en la satisfacción del comensal y mejoran la percepción; además, el uso de ingredientes locales con preparaciones artesanales le da un valor agregado. En conclusión, la gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa, con una adecuada gestión sensorial y estética de los alimentos en conjunto con la ambientación de los establecimientos, potencia la experiencia turística, por lo cual surge como propuesta crear una guía gastronómica digital interactiva para fortalecer la experiencia turística y promocionar la parroquia como un destino gastronómico.

PALABRAS CLAVE: GASTRONOMÍA SENSORIAL, EXPERIENCIA TURÍSTICA, INGREDIENTES LOCALES, PREPARACIÓN ARTESANAL, DESTINO GASTRONÓMICO

ABSTRACT

The present research aimed to analyze sensory gastronomy and the tourist experience in the Atahualpa parish, highlighting traditional gastronomy as a potential tourist attraction of the area. The importance lies in understanding how sensory stimuli influence the perception and experience of tourists. A methodology with a quantitative approach was employed, using a non-experimental cross-sectional design and a descriptive scope. For data collection, two instruments were used: an observation checklist for the independent variable to describe the components of sensory gastronomy, and a Likert-scale survey for the dependent variable, consisting of 12 questions addressed to 203 diners in Atahualpa parish, in order to identify the characteristics of the tourist experience applicable to local food establishments. The results showed that sensory components such as aroma, flavor, texture, and the ambiance of the establishments influence customer satisfaction and improve perception; furthermore, the use of local ingredients with artisanal preparations adds value. In conclusion, the traditional gastronomy of Atahualpa parish, combined with proper sensory and aesthetic management of food along with the ambiance of the establishments, enhances the tourist experience. Therefore, the proposal arises to create an interactive digital gastronomic guide to strengthen the tourist experience and promote the parish as a gastronomic destination.

KEYWORDS: SENSORY GASTRONOMY, TOURIST EXPERIENCE, LOCAL INGREDIENTS, ARTISANAL PREPARATION, GASTRONOMIC DESTINATION

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

-Investigaciones antecedentes

En el cantón Ambato **Caicedo et al. (2023),** desarrollaron una investigación documental que se titula "Innovación al montaje de platos y bebidas del cantón Ambato según la cocina sensorial" con el propósito de innovar el montaje de los platos tradicionales mediante conceptos de la cocina sensorial; para ello, se realizaron búsquedas en artículos científicos relacionados con la cocina sensorial, neurogastronomía y el food styling. Se evidenció que la apariencia de los alimentos genera ciertas expectativas en cuanto a la armonización del sabor, la delicadeza y la calidad en general, de tal manera que, al momento de emplear arte en cada elaboración culinaria, implica la cohesión de los sentidos al estructurar sabores, olores y colores que mejoran y embellecen las creaciones gastronómicas y, a su vez, agradan al paladar del turista. Este estudio establece la importancia de lo visual como punto de partida en la experiencia sensorial; además, se ha sentado una base para comprender cómo la estética llega a activar emociones y predisponer la experiencia del comensal.

En un enfoque complementario **Herrera Calvo et al. (2022),** en su investigación "Potencialización de la cocina tradicional a partir del uso de ollas de barro en la elaboración de caldos tradicionales en el Austro", trabajaron con una metodología mixta para valorar el uso de las ollas de barro en caldos tradicionales del Austro ecuatoriano, enfocándose en los factores organolépticos como el color, olor, sabor y textura. A diferencia de la investigación anterior, aquí el análisis sensorial se centró en la cocción y el sabor más que en la presentación, pero coinciden en considerar que la experiencia culinaria trasciende lo nutricional para convertirse en un acto de percepción integral que involucra todos los sentidos.

A partir de esta línea de valoración integral, **Poveda et al. (2023),** en su artículo de "Análisis de la experiencia sensorial en la degustación de un menú de comida fusión asiático ecuatoriana: estudio de caso en Ambato, Ecuador" exploraron en Ambato las reacciones sensoriales frente a un menú fusión asiático-ecuatoriano, se emplea una metodología mixta con predominio cualitativo. A diferencia de los anteriores, su objetivo fue comprender los gustos y preferencias de los consumidores, se evidencia que las experiencias gastronómicas también cumplen una función interpretativa y subjetiva. Aunque se apartan del análisis estrictamente físico del plato, refuerzan la idea de que la cocina, cuando es innovadora y multisensorial, aporta significativamente al desarrollo del turismo experiencial.

Por otro lado, **Dores (2024),** desde Brasil en su investigación titulada "Gastronomía sensorial: el arte de la cata a ciegas" introdujo un enfoque innovador mediante la investigación sensorial de catas a ciegas con platos que incluían PANCs (plantas alimenticias no convencionales). Su investigación se enfocó en cómo la sorpresa y el misterio llega a estimular la curiosidad del turista, se revela que mantener en reserva la información sobre los ingredientes genera un descubrimiento más profundo y sensorial. En comparación con los trabajos anteriores, aquí se introduce la experiencia sensorial como una herramienta de interacción emocional y lúdica, agrega una nueva dimensión: la de provocar sensaciones a través del juego perceptual, donde se amplía el alcance del análisis más allá de lo visual o lo gustativo.

De igual manera, desde Colombia **Sotelo et al. (2020),** en su investigación que lleva por nombre "Chontaduro y coco: de la tradición al diseño de platos. Características sensoriales y valor nutricional" se aproximaron a la cocina sensorial desde el diseño de platos con chontaduro y coco, se aplica el método "comment analysis" para identificar descriptores sensoriales frecuentemente mencionados. Este estudio, si bien comparte la dimensión sensorial con los anteriores, introduce el análisis del lenguaje del consumidor como vía para captar la experiencia subjetiva. Por otro lado, complementa las investigaciones previas al integrar también el valor nutricional de los alimentos, se refuerza la idea de que la gastronomía no solo se vive con los sentidos, sino también desde el conocimiento y la valoración integral de los productos locales.

En España, **Ramos Ruiz et al. (2024)**, realizaron una investigación acerca de "Sabores y sensaciones: análisis de la experiencia gastronómica de los turistas y su relación con el perfil sociodemográfico" con el objetivo de analizar la experiencia gastronómica relacionada con el tapeo de los turistas, pretendiendo explorar la valoración de la experiencia y analizar la valoración desde el punto de vista sociodemográfico de los turistas. Empleo una metodología cuantitativa que empleó encuestas, concluyeron que la dimensión sensorial, en especial los ingredientes frescos y de alta calidad, influye notablemente en la satisfacción del visitante.

En ese mismo sentido **Herrera Eguez et al. (2024),** en su artículo titulado: "Turismo Gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un Análisis del Perfil del Visitante" destaca que diseñar ofertas gastronómicas satisfacen las expectativas y necesidades de los turistas. Se utilizó el método estadístico para estudiar los datos y métodos históricos. Los hallazgos principales evidenciaron que el turismo gastronómico facilita el diálogo constante con los gestores, actores y consumidoras, de tal manera que la gastronomía, en relación con el patrimonio cultural, destaca la importancia de preservar y promover tradiciones culinarias como una forma de enriquecer la experiencia turística. Finalmente, se llegó a la conclusión de que el turismo sensorial y cultural brinda experiencias y sensaciones únicas con la ingesta de comida típica y tradicional.

En la investigación de **Torres Oñate et al. (2024)** en su artículo titulado **"**Turismo de experiencia y la cocina tradicional Ambateña"**,** resalta que la gastronomía no solo es un componente de satisfacción, sino también una herramienta para valorizar la cultura local. Se determinó que la competitividad del destino depende de la calidad de los servicios, donde la alimentación genera experiencias y le da un valor agregado para el turista. En su estudio se aplicó encuestas que dio como resultado, aspectos positivos como la autenticidad, la calidad de la experiencia y la presentación de los platos, además de permitir exponer a la cocina tradicional como una alternativa de turismo desarrollando experiencias culinarias.

Para **Jiménez Rodríguez et al. (2023),** en su estudio titulado "Análisis de la cadena de valor del turismo gastronómico y sus relaciones desde un enfoque territorial: criterios de funcionalidad y jerarquización" hace énfasis en la experiencia culinaria como producto turístico quienes, desde un enfoque bibliográfico, analizan la cadena

de valor del turismo gastronómico y subrayan que la originalidad de la experiencia es clave en el turismo posmoderno. Aunque su estudio no emplea herramientas empíricas como los anteriores, sus conclusiones teóricas refuerzan la idea de que la gastronomía podría posicionarse como un atractivo cultural relevante y funcional dentro de un enfoque territorial.

Finalmente en la investigación de **Moliner et al. (2021), "**Experiencias memorables en destinos turísticos: influencia de la gastronomía local y la sostenibilidad" aporta una perspectiva que integra las dimensiones de sostenibilidad y memoria turística. Su investigación empírica basada en cuestionarios revela que la motivación del turista para consumir comida depende de cinco factores: experiencia cultural, excitación, relaciones interpersonales, atracción sensorial y preocupación por la salud; teniendo en cuenta que las experiencias turísticas memorables se almacenan en la memoria a largo plazo, permitiendo no solo influir en las futuras decisiones, sino también en las recomendaciones WOM (Word of Mouth o "boca a boca"). Como resultado se analiza que para generar experiencias memorables en un destino es importante trabajar y visualizar la sostenibilidad económica y diseñar un relato cultural para los platos locales.

-Teoría, modelo o posición filosófica

Teoría rectora de la investigación: La economía de la experiencia

La investigación para su desarrollo se basó en la teoría propuesta por **Pine & Gilmore (2001),** donde identifica que las compañías necesitan crear vivencias inolvidables que aporten un valor afectivo a los clientes, va más allá de solo proporcionar bienes o prestaciones. La teoría se centra en que los consumidores no quieren solamente productos, buscan vivir momentos únicos donde se involucren de manera emocional, sensorial y física, con ello buscan crear experiencias memorables y satisfactorias que incremente la fidelización del cliente.

De acuerdo con Pine y Gilmore, las experiencias constituyen una modalidad económica única, tan distinta de los servicios como estos lo son de los productos. Las compañías necesitan crear y representar vivencias inolvidables que comprometan

emocionalmente al cliente. Esto quiere decir que el comprador no solo adquiere un objeto, sino que participa en algo singular, lo cual establece un lazo profundo con la marca o el destino.

Para el desarrollo de la investigación la teoría resulta pertinente, debido a que facilita una mayor comprensión sobre como la gastronomía sensorial puede emplearse como una herramienta que potencie el turismo basado en experiencias. En investigaciones actuales se da a conocer como los turistas aprecian en gran medida las vivencias que involucran los sentidos y están dispuestos a invertir más en ellas.

En el mismo sentido ayuda a captar como los comensales no aprecian solo la comida, sino toda la vivencia que lo acompaña como la ambientación del lugar, servicio, componentes sensoriales de los alimentos. Al emplear esta teoría en la investigación se puede convertir en una experiencia memorable, donde el turista no solo come, sino que se introduce en una narrativa cultural.

-Desarrollo teórico de la variable independiente

Gastronomía sensorial

De acuerdo a **Vargas Álvarez (2025),** la gastronomía consiste en diseñar experiencia culinarias donde cada sentido se convierte en el protagonista, se llegó a incluir en restaurantes de alta gama con el objetivo de convertirse en una tendencia en expansión donde los comensales hoy en día buscan algo más que un simple plato preparado, ellos desean vivir una experiencia integral en el que todos los sentidos san participes al momento de comer; la gastronomía sensorial es una propuesta que estimula el gusto, olfato, vista, tacto e incluso el oído.

La gastronomía sensorial consolida como un campo interdisciplinario que se basa en preparación de alimentos con integración de aspectos culturales, emocionales y perceptuales en la experiencia culinaria. Este enfoque reconoce que la percepción del sabor no se limita al gusto, sino que involucra una interacción compleja entre los cinco sentidos humanos: vista, olfato, gusto, tacto y oído. Según **Esponda Pérez et al. (2025)**, la estimulación multisensorial en la gastronomía permite crear conexiones más

profundas en los consumidores, con ello puede optimizar su percepción y comportamiento al momento de degustar la comida.

Todos los sentidos que se puedan apreciar en un platillo contribuyen en la atracción de los visitantes que quieren degustar comida única. Para **Nieto Mejía (2020),** la comida es un elemento clave de la cultura no se considera solo como una necesidad fisiológica, sino que también se convierte en una experiencia que estimula todos los sentidos, de esta manera la gastronomía se convierte en un referente clave como motivación de los viajeros.

Los sentidos

Los sentidos son sistemas perceptuales que tiene un organismo para poder percibir estímulos del entorno a través de diferentes formas de energía ambiental, son considerados como sistemas separados (vista, olfato, gusto, tacto, oído). Cada sentido posee receptores especializados capaces de responder a estímulos físicos, químicos o mecánicos, permite al ser humano a captar estímulos del entorno para transformarlos en señales que el cerebro interpreta y genera percepciones conscientes **(Stoffregen et al., 2017).**

En la gastronomía no se aplica solo el sabor, sino también el olfato, el sonido del entorno y la ambientación del lugar con el objetivo de afectar en la percepción del cliente para promover la compra y fortalecer la fidelización de los clientes los sentidos influyen en el control de emociones y sentimientos. Por otro lado la neurogastronomía estudia como el cerebro integra los estímulos para construir el sabor y la experiencia culinaria va más allá del simple acto de comer, se relaciona con la parte emocional y cognitiva **(Rivera López et al., 2025).**

Tacto

El primer sentido que se desarrolla en el útero de la madre y sigue siendo esencial a lo largo de la vida es el tacto, a través de ello las personas exploran el entorno y adquieren habilidades cognitivas y motoras. La manipulación de texturas y temperatura ayuda a entender el mundo que nos rodea por otro lado tiene influencia en el comportamiento alimentario de las personas al momento de percibir, manipular y degustar los

alimentos; a través de las manos como dentro de la boca es esencial para detectar la textura de los alimentos y tiende a influir en las preferencias alimentarias de las personas **(Righini et al., 2025).**

Gusto

El sistema sensorial humano actúa como un radar para identificar cosas que podrían ser dañinas como alimentos en mal estado u objetos peligrosos. De acuerdo a **Kim et al. (2021), s**e establece cinco sabores distintos que contribuyen al sentido del gusto: salado, ácido, dulce, amargo y umami. El gusto juega un papel psicológico y fisiológico al momento de realizar una evaluación del apetito por la comida. Del mismo modo, según los autores **Sotomayor Pereira et al. (2018),** el 80% y 90% del sabor proviene del olor, además asocia que el color influye en la degustación; colores como el rojo, verde, azul y amarillo. El sentido del gusto permite asociar los sabores con emociones y recuerdos denominándolo como aprendizaje gustativo, a partir de esto se genera preferencias en los alimentos **(Righini et al., 2025).**

Tabla 1

Sabores básicos

Sabor	**Descripción**
Dulce	Presente en alimentos que contiene un alto contenido en azucares, genera placer inmediato.
Salado	Proviene de sales minerales, en específico el sodio el cual estimula el apetito y tiene potenciadores del sabor.
Ácido	Se encuentra presente en alimentos de origen vegetal como el limón y ayuda a evaluar si el alimento es bueno o malo para comer.
Amargo	El sabor amargo tiene dos funciones en la nutrición humana, suele ser signo de precaución como de atracción, indica compuestos potencialmente tóxicos.
Umami	Proviene del idioma japones denominándolo como “sabor agradable”, se los puede encontrar en las carnes, productos derivados de la soya, queso parmesano y algas marinas

Nota. Tomado de **Cruz (2021)**.

Vista

La vista permite a las personas interactuar de manera efectiva con el entorno, adquirir conocimientos y desarrollar habilidades. Según **Arteaga Flores et al. (2025),** la vista es clave para la autonomía personal, facilita la realización de diversas actividades de forma independiente, desde los quehaceres del hogar como cocinar, limpiar hasta manejar y recorrer espacios públicos. Mediante la visión, es posible reconocer y leer expresiones faciales, gestos y señales no verbales. Sin embargo, la falta de visión se interpone como una barrera en la preparación de alimentos y en su degustación, que llega a afectar el disfrute de la comida, la presentación de los platos e incluso la identificación de texturas y sabores.

Olfato

El olfato ha evolucionado para detectar, identificar y diferenciar una gran variedad de olores de hecho, la nariz puede detectar una cantidad que va desde diez mil hasta un billón de moléculas, opera en conjunto con los demás sentidos. Para los humanos los olores quedan relegados en un segundo plano debido que destaca la vibrante vista **(Dikeçligil & Gottfried, 2024)**. El olfato desempeña un papel fundamental en la regulación del apetito y guía a las personas hacia estímulos positivos como los aromas de comida y el olor a flores, cuya la percepción agradable indica la comestibilidad de los mismo y aumenta el deseo de querer ingerirlos **(Oleszkiewicz et al., 2025).**

Oído

El sentido del oído representa uno de los cinco sentidos fundamentales en el ser humano, permite la captación las ondas sonoras, de esta manera facilita la interpretación de sonidos como el lenguaje de habla cotidiana hasta las alertas del entorno. De acuerdo a **Arteaga Flores et al. (2025),** en la alimentación el sentido del oído juega un papel importante al momento de consumir comida, el crujido o el chisporroteo contribuye en la percepción de frescura y calidad; lo cual a su vez fomenta una mayor aceptación y deleite en la comida.

Memoria sensorial

La memoria sensorial cumple una función esencial en el aprendizaje y en la experiencia, tiene la capacidad de retener información durante un breve periodo de tiempo suele ser de 1 o 2 segundos. Es la primera fase del sistema de la memoria humana y funciona de manera automática sin intervención consciente, permite que las impresiones del entorno permanezcan en la mente denominándola como "fotografía instantánea" donde el sistema cognitivo procesa los estímulos antes de que desaparezca y sea sustituida; la retención temporal es parte fundamental para el cerebro porque decide si el cerebro procesara la información o la eliminara además se divide en tres tipos de memoria: memoria icónica donde almacena la información del sistema visual, la memoria ecoica que almacena la información proveniente del sistema auditivo y la memoria háptica que se relaciona con la modalidad táctil **(Francia, 2021).**

La memoria sensorial actúa como un filtro inicial que capta información de los cinco sentidos (vista, oído, tacto, olfato y gusto). Según **Jáuregui & Razumiejczyk (2011),** la memoria sensorial se vincula con los procesos de percepción y emoción, destaca que los estímulos sensoriales no solo se registra de forma automática, sino que también influye en la codificación de la experiencia que es clave para comprender como se forman los recuerdos y se considera como la etapa inicial del proceso de almacenamiento de información. La memoria consta de tres almacenes de memoria: registro sensorial, memoria a corto plazo y memoria a largo plazo.

La memoria sensorial en gastronomía se considera como una construcción cerebral que se activa mediante la estimulación de los sentidos y las emociones, desde el punto de vista de la neurogastronomía aplicada, sostiene que el sabor no es solo una reacción física, sino una experiencia psicología por la cual se puede evocar recuerdos de la niñez, momentos felices o personas significativas. El acto de comer se asocia a las emociones y a la cultura por el cual el cerebro llega a interpretar los estímulos sensoriales como memorias duraderas; al comprender la relación entre las emociones y la cultura permite diseñar experiencias gastronómicas que no se limita a alimentar, sino que quiere generar la fidelización y la felicidad del comensal **(Gessen, 2023).**

Gastronomía tradicional

La gastronomía tradicional representa al saber integral que articula conocimientos técnicos sobre alimentos, bebidas a través de prácticas culturales heredadas; en relación a la gastronomía no se limita solo a la preparación y servicio de platos, sino que se destaca como una expresión artística, científica y técnica por la cual una cultura se identifica. De acuerdo a **Galarza Cachiguango et al. (2023),** la gastronomía tradicional surge de la interacción de la cultura, historia, economía y nutrición con la finalidad de convertirse en un patrimonio que transmita valores, costumbres y modos de vida; por ende se da a entender que la gastronomía no alimenta solo al cuerpo sino también al alma en el momento que evoca recuerdos y fortalece el sentido de pertenencia.

Según **Hernández Ramírez (2018),** la gastronomía tradicional se define como una construcción social que surge desde el proceso de patrimonializarían al implicar la selección consciente de saberes, practicas, ingredientes y técnicas que representan la identidad de una comunidad. Se conoce a la gastronomía tradicional como una construcción social que funciona como un símbolo cultural que integra valores contemporáneos como la sostenibilidad, autenticidad y el vínculo con la zona.

Gastronomía tradicional ecuatoriana

La gastronomía tradicional ecuatoriana es la herencia de cada pueblo, constituye una expresión viva del patrimonio cultural del país refleja los sabores, técnicas y saberes ancestrales que identifica a cada región, la herencia culinaria se basa por la diversidad geográfica y climática del Ecuador. Cada plato típico es testimonio del entorno en el que se creó, disponibilidad en su momento y las técnicas que fueron transmitidas entre generaciones, de tal modo que se configura como un símbolo de identidad regional que se caracteriza por su creatividad, sazón y el sincretismo entre las culturas indígenas y europeas **(Vega Falcón, 2018).**

La gastronomía en la cultura se considera patrimonio intangible que refleja la identidad histórica y cultura de las comunidades, en los últimos años en el Ecuador se desarrolla como una estrategia clave para el desarrollo del sector turístico a través de ferias

gastronómicas, restaurantes y espacios comunitarios que conservan y difunden recetas tradicionales. La gastronomía se caracteriza por el uso de productos locales provenientes de las regiones (Sierra, Costa, Amazonia), transmite vivencias, valores y costumbres ancestrales **(Guevara Rosero, 2018).**

Identidad cultural

La cocina tradicional se constituye como una manifestación emblemática del patrimonio cultural de los pueblos debido a que integra prácticas, conocimientos, técnicas, ingredientes y simbolismo que se encuentran arraigados a la historia y a la identidad colectiva. Las expresiones culinarias lejos de considerarse como simples hábitos de consumo se configuran como universos simbólicos sociales que conecta a las comunidades con sus territorios, memorias y cosmovisiones; de ese modo la gastronomía no solo refleja el entorno natural o cultural sino que permite transmitir valores, tradiciones y modos de vida que a través del tiempo son transmitidas de generación en generación **(Rodríguez et al., 2025).**

Ecuador en un país que poseen una amplia diversidad gastronómica que se constituye por los hábitos alimentarios, costumbres y tradiciones que contribuye a la identidad gastronómica. Según **Caicedo (2022),** en el Centro Histórico de Quito se construye menús a partir de fusiones de saberes indígenas, afrodescendientes y europeos que dan lugar a una gastronomía patrimonial, donde platos como la fanesca, el rosero o la colada morada transmiten memorias colectivas, además existen restaurantes con una oferta variada en los menús, pero aún conservan la identidad cultural en un meno tradicional ecuatoriano.

Saberes Ancestrales

Según la **UNESCO (2025),** la diversidad cultural es fuente de creatividad e innovación que promueve la inclusión y la participación social. Por ello, es fundamental proteger y promover los saberes ancestrales con el objetivo de asegurar su reconocimiento y su fortalecimiento para el beneficio de las generaciones actuales y futuras. Se complementa la información con **Suárez & Rodríguez (2018)**, que los saberes son transmitidos de diferentes formas, que van desde lo más sencillo como una

conversación entre los miembros de la familia, hasta las diferentes expresiones como narrativas mitológicas, danzas, ceremonias, ritos, entre otros.

Los autores **Carranza Patiño et al. (2021)** definen que los saberes ancestrales se enfocan en la gastronomía, medicina, silvicultura, construcción de artesanías, lenguas ancestrales, técnicas de conservación, microclimas, alimentación, agricultura son importantes debido a que permite recordar y apreciar el uso, costumbres y tradiciones que han dejado como un legado los ancestros a través del tiempo. En ese contexto se considera que los saberes y tradiciones ancestrales son parte fundamental de la identidad de un pueblo o comunidad.

Ingredientes locales

Los ingredientes locales son elementos claves en la construcción de la identidad gastronómica de un destino turistico. En ese contexto **Nieto Mejía (2020),** define que la gastronomía local no solo refleja la biodiversidad de una zona, sino que también sus saberes y tradiciones ancestrales. La utilización de productos autóctonos permite al turista a experimentar sabores auténticos que conecta con la historia y la cultura del lugar, de igual manera el usar productos autóctonos no solo fortalece la identidad cultural de un destino, sino que también promueve el desarrollo sostenible al minimizar las economías locales y a preservar el patrimonio alimentario.

Ecuador es un país con una gran riqueza agrícola la cual permite ofrecer diversos productos; en la región andina, la dieta tradicional incluye maíz, melloco, papa, oca y mashua; en cambio, la región amazónica cultiva yuca, plátano y una variedad de frutas tropicales. El uso de ingredientes locales en la elaboración de platos tradicionales permite preservar la identidad cultural de las comunidades **(Villalva & Inga, 2021).**

Tabla 2

Productos nativos de las regiones Ecuatoriana

Región	Productos agrícolas nativos
Región Andina	Trigo, cebada, papa, hortalizas, legumbres.
Región Litoral	Cacao, banano, café, caña de azúcar, palma africana, arroz.
Región Amazónica	Cacao, café, banano, chontaduro, yuca.
Región Insular	Yuca, plátano, maíz, tomate, algunas verduras y hortalizas.

Nota. Información tomada del artículo de **Carrera, (2024).**

Técnicas tradicionales

Las técnicas tradicionales de preparación como la cocción en leña, el uso de ollas de barro o utensilios de madera aportan a una dimensión sensorial que refuerza la autenticidad de los platillos. Los autores **Inga & Pesántez (2018),** indican que las técnicas tradicionales generan diferencias organolépticas significativas frente a métodos modernos debido a que puede generar y destacar los sabores, texturas y los aromas que con ello puede evocar recuerdos, memorias culturales y afectivas. La preservación de las técnicas no solo tiene la intención de enriquecer la experiencia del comensal, sino que también intenta fortalecer la identidad gastronómica siendo un factor diferenciador en el turismo gastronómico.

En la gastronomía ecuatoriana los autores **Cevallos & Salazar (2024),** definen a las técnicas como métodos ancestrales de preparación y cocción que estimulan los sentidos a través de preparaciones que son transmitidos de generación en generación; se integran técnicas como el ahumado, fermentación, cocción en barro para destaquen que los sabores, aromas y las texturas. Las técnicas reflejan la pluriculturalidad del Ecuador por el hecho de que se divide en 4 regiones: Costa, Sierra, Amazonia e Insular donde la biodiversidad da influencia en las experiencias sensoriales, como el olor a ahumado de la leña o las texturas de las preparaciones.

Agricultura familiar

La agricultura familiar es clave para el abastecimiento de ingredientes frescos y locales. Prácticas agroecológicas, conocimientos ancestrales y cultivos tradicionales como la mashua, el melloco o la oca forman parte de la base alimentaria regional. Sin embargo, enfrenta desafíos como el acceso a mercados y los efectos del cambio climático. Políticas públicas que fortalezcan los mercados locales son necesarias para mantener la sostenibilidad de esta base alimentaria. La cocina tradicional depende de la biodiversidad y de sistemas alimentarios sostenibles basados en la agricultura familiar **(Altieri & Nicholls, 2008).**

Dimensión estética

De acuerdo a **Domínguez Pallach (2012),** el gusto aunque históricamente relegado en la filosofía estética, posee un valor estético propio. La degustación de un platillo tradicional suele ser tan significativa como la contemplación de una obra de arte, implica juicio, sensibilidad y apreciación de la belleza en lo cotidiano. Sin embargo al tomar como referencia a **Ojeda et al. (2021)**, indica que la gastronomía patrimonial debería entenderse como una forma de arte intangible donde la estética no se limita a lo visual, sino que involucra todos los sentidos: gusto, olfato, tacto, vista y oído. La experiencia sensorial completa convierte a la comida en un acto cultural y artístico, capaz de evocar memorias, emociones y significados profundos.

Entorno sensorial

El entorno en la gastronomía representa una herramienta clave y estratégica porque permite integrar elementos culturales. Los estímulos sensoriales como el aroma, la música, la ambientación y la presentación visual influyen en la satisfacción y la lealtad hacia el establecimiento de comida; al tener la influencia de los sentidos en los espacios gastronómicos representa una ventaja competitiva porque hace que la experiencia sea diferenciadora de las demás **(Rivera López et al., 2025).**

Ambientación

La ambientación hace referencia a la creación de un entorno agradable y acogedor en un restaurante, al considerar elementos como la decoración, la mueblería, los colores, la iluminación, sonidos y la distribución del espacio tiende a provocar comodidad, relajación o entusiasmo en la visita del cliente. Una ambientación con diseños que atraen a la simple visa, mejora la percepción del cliente e influye en la decisión al querer permanecer más tiempo, regresar o recomendar el lugar **(García, 2023).**

El objetivo de diseñar un ambiente en un restaurante es generar una experiencia memorable hacia los clientes que se enfoque en el concepto del establecimiento. Para crear una buena ambientación y lograrlo se consideran aspectos como la música, iluminación, vestimenta del personas, actitud con el fin de reforzar la identidad del lugar; no solo mejora la percepción del servicio sino que también contribuye a la

fidelización del cliente y el posicionamiento frente a otros restaurantes en el mercado **(Aldea, 2023).**

Presentación del plato

El emplatado influye en la percepción del comensal antes de probar los alimentos, de acuerdo a los autores **Caicedo Tuberquia et al. (2025),** el emplatado genera sensaciones de anticipación, aumenta la disposición al momento de pagar un platillo y mejorar la experiencia del comensal. Emplatar de manera ordenada y visualmente atractiva no solo busca la armonía visual, sino que también buscar generar una estimulación sensorial en donde el color, la forma y la disposición de alimentos evocan recuerdos, emociones y expectativas. En ese sentido al tener un buen emplatado se convierte en una herramienta estratégica para crear experiencias que conecten con las emociones del visitante.

La decoración de los platos en la gastronomía tradicional con el pasar del tiempo, paso de ser funcional a convertirse en una expresión estética que no busca solo embellecer los alimentos, sino que también busca reflejar el entorno cultural y el respeto por los ingredientes. El autor **Cubiro (2024),** hace mención que el uso de ingredientes coloridos como las flores comestibles, hojas y utensilios artesanales no solo se basa en mejorar la presentación visual, se busca aportar un valor simbólico y sensorial a la experiencia culinaria. Sin embargo, algunos autores advierten sobre el riesgo de que la decoración excesiva desvirtúe la esencia de la cocina tradicional. Según la guía de técnicas de emplatado de Ingeniería de Menú de **Ortega Reina (2023),** el uso de técnicas modernas como el emplatado asimétrico o rítmico suele entrar en conflicto con los valores de sencillez y funcionalidad que caracterizan a muchas cocinas tradicionales

En el mismo contexto se identifica que tener una buena presentación del plato permite que platos tradicionales se conviertan en productos turísticos experienciales. La presentación de los alimentos influye en la percepción del sabor, textura y cantidad **(García Martínez, 2024).** En ecuador donde la diversidad culinaria es amplia, se utiliza los ingredientes autóctonos, las técnicas de manera estratégica para crear emplatados y realzar el plato donde se vea visualmente atractivo. Además el uso de

vajilla local con elementos comestibles para decorar permite que cada plato cuente una historia y fortalezca la identidad gastronómica del lugar **(Parra Villavicencio, 2019)**

En Ecuador el emplatado tradicional evolución desde formas funcionales hacia presentaciones más estilizadas. En el *"Manual de montaje de platos enfocados en la gastronomía típica de Ambato"* propuesta por **Arcos Soria (2024),** identifica técnicas que pueden realzar los alimentos como el llapingacho, fritada y el hornado; utiliza la altura, simetría y la disposición central para mejorar la estética del plato. La cocina ecuatoriana se caracteriza por su sabor sin embargo la presentación del plato en el contexto turistico buscar atraer la atención del comensal no solo por el gusto, sino también por la presentación del plato donde combinan vajillas artesanales con decoraciones florales y técnicas que realcen la identidad culinaria. .

-Desarrollo teórico de la variable dependiente

Experiencia turística

La experiencia turística es un acontecimiento personal que se distingue por su significado emocional. Este significado surge de la interacción con estímulos, que son los productos o servicios consumidos durante la experiencia. Los autores la definen como algo que llega a transformarse en experiencias extraordinarias, marcadas por su intensidad y carácter único. Las experiencias turísticas no son uniformes, puesto que varían en función de quién viaja y del destino visitado. Así, la combinación de factores personales, emocionales y contextuales hace que cada experiencia sea única y significativa para el viajero **(Holbrook & Hirschman, 1982) .**

Los autores **Tung & Ritchie (2011),** definen la experiencia turística como "una evaluación subjetiva del individuo y sus expectativas (afectiva, cognitiva y de comportamiento) de los acontecimientos relacionados con sus actividades turísticas que se inicia antes (planificación y preparación), durante (en el destino), y después del viaje (el recuerdo)". Del mismo modo, indican que el objetivo principal de las empresas turísticas y los proveedores es construir entornos donde los turistas puedan vivir experiencias memorables. En el mismo contexto para **Carrasco Fernandez (2024),** la experiencia turística se refiere a las vivencias que una persona experimenta

al desarrollar turismo, un proceso en el que se activan diversas funciones humanas: conativas, cognitivas, sensoriales y afectivas; las cuales no solo hacen del turismo una actividad enriquecedora, sino que también involucran un compromiso emocional, mental y físico con el destino.

Percepción del Turista

La percepción se define como el "proceso de recibir e interpretar información a través de todos los sentidos" **(Gössling et al., 2012)**. Este proceso desempeña la función en la cual las personas detectan y prestan atención a sensaciones, seleccionan y organizan la información para posterior interpretar de manera que le dan un significado que influye en su comportamiento. Aspectos como el clima, entorno natural, ingresos, la seguridad, costos de viaje son factores clave en la motivación de viaje y para escoger el destino. Las percepciones varían según la edad, cultura entre otras variables demográficas.

La percepción del turista constituye un factor clave para construcción de la imagen de un destino, integra valores, creencias, actitudes, experiencias y preferencias que influyen en la decisión y elección del destino de viaje. Para los autores **López-Bonilla et al. (2021),** la percepción incide en la satisfacción y fidelización del turista, por ello es necesario comprender de qué manera los turistas perciben el destino, para que posteriormente los gestores turísticos diseñen estrategias que mejoren la experiencia del turista y fortalezcan la competitividad del destino.

Imagen del destino turistico

Para que un destino turistico se destaque y sea reconocido en el mercado competitivo, la imagen debe ser un factor primordial, favorable, diferencial frente al destino de competencia permitiendo distinguirse de otros destinos; está compuesta por tres ejes: atributo-holístico, funcional-psicológico y común-único. Por otro lado el diseño de una imagen debe contener elementos atractivos que llamen la atención del turista porque influirá en el antes, durante y después del viaje; además debe contener atributos del destino como su entorno, actividades, percepciones y experiencias se verán influidas con un antes y un después **(Castro Analuiza et al., 2020).**

La imagen en turismo se configura como una representación dinámica y subjetiva donde el turista construye la imagen a través de sus creencias, conocimientos, emociones, percepciones y experiencia. La creación de una imagen es gestionada de manera estratégica como parte de la marca territorial, con el objetivo de influir en la decisión de compra del turista. Con el tiempo tiende a evolucionar para adaptarse a las nuevas formas de promoción y de posicionamiento frente a los destinos, las tecnologías de la información y la comunicación influyen en la elaboración desplazando a los clásicos folletos turísticos **(Castellanos, 2022).**

Satisfacción del turista

La satisfacción del turista se define como el nivel a agrado que un visitante tiende a tener en el momento que el visitante visualiza que el entorno cumple con sus expectativas o son superadas. La satisfacción depende del entretenimiento, atracciones o la atmosfera del destino; por otro lado, factores como el confort, la tranquilidad y la diversión influyen directamente en la percepción positiva del visitante, fortaleciendo la lealtad hacia el destino. La incorporación de nuevas tecnologías se utilizan para la autogestión de información y reservas donde se da a conocer que la eficacia de las aplicaciones, al ofrecer procesos más agiles y personalizados mejora la satisfacción del turista **(Vanegas et al., 2025).**

Conexión Cognitiva y Emocional

Los autores **Alvarez Calupiña et al. (2023),** mencionan que la satisfacción se relaciona con la parte cognitiva y afectiva de la experiencia. Esto implica que no se puede depender solo de los atributos tangibles como infraestructura o servicios de calidad, sino también de las emociones que se generan durante el viaje. Para que exista una satisfacción dentro de un destino es necesario lograr una interrelación entre los atributos del destino y las emociones, al tener una conexión emocional fortalece el destino e influye en la recomendación del destino hacia otros turistas.

Calidad de servicios

La calidad se define por la conformidad con las necesidades del turista, queda determinada por la perspectiva del turista y en función del nivel de satisfacción. Según **Zeithaml (1998),** "la calidad de servicio percibida por el cliente es definida como la valoración que este hace de la excelencia o superioridad del servicio". Los servicios es un factor determinante en la industria turística que permite medir la satisfacción del turista, comprometer la fidelización y sobresalir frente a la competitividad de los destinos.

Bajo el mismo contexto, **Huamán & Calanchez (2025),** definen que en el contexto del turismo de lujo la calidad del servicio al cliente se relaciona con la percepción de exclusividad. No obstante, los autores destacan que la atención personalizada y la excelencia en el servicio son claves para diferenciarse en un mercado competitivo. Por otro lado, **Contreras Castañeda (2021),** identifica que la calidad del servicio en destinos turísticos se define como el grado en que los servicios ofrecidos satisfacen o superan las expectativas del turista. La calidad se mide por lo general a través de modelos como el SERVQUAL donde evalúa cinco dimensiones que son: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles.

En Ecuador la calidad del servicio de alimentación se define como las características que satisfacen las expectativas y necesidades de los clientes en los establecimientos gastronómicos, con ello garantiza experiencias satisfactorias. La calidad se evalúa a través de dimensiones como la limpieza, atención al cliente, presentación, capacitación del personal entre otros aspectos que influyen en la percepción del cliente **(Gómez & Luján, 2022)**

Atención personalizada

La atención personaliza constituye un enfoque estratégico dentro de los servicios para integrar y orientar a personas con dificultades; adapta los servicios a necesidades, intereses y expectativas del cliente. De acuerdo al modelo de **Hammond (2025),** ofrecer algún tipo de atención personalizada combina datos, tecnología y empatía porque permite diseñar experiencias memorables desde el primero contacto hasta la

postventa, además el realizar esta estrategia influye en la retención, fidelización y el valor percibido. En el contexto turistico al ofrecer un servicio personalizado no solo es una ventaja, se convierte en un instrumento clave para el diseño de experiencias.

La interacción entre el personal y el visitante define la imagen del servicio con ello enfatiza la importancia de los "momentos de verdad". La atención en el sector turistico es un factor determinante para la satisfacción, al tener un trato personalizado permite diferenciar la oferta turística de otros. De acuerdo a **Huamán & Calanchez (2025),** los turistas valoran experiencias auténticas, memorables y sostenibles donde la interacción con los servidores cumple un papel fundamental al momento de resolver necesidades, generar confianza y seguridad.

La personalización de las experiencias turísticas se enfoca en el mercado, donde las empresas y destinos identifican y adaptan los servicios y productos de las demandas específicas de los consumidores para garantizar el éxito. En el entorno turistico el ofrecer atención personalizada ayuda a fomentar la lealtad en el momento que se decide priorizar la satisfacción del cliente mediante integraciones proactivas; además al centrarse en la orientación del cliente se tiende a innovar la oferta turística para alinearse a nuevas tendencias **(Cajal, 2025).**

Higiene y seguridad turística

La higiene hace referencia al conjunto de prácticas y medidas implementadas en establecimiento y destinos turísticos para garantizar la salubridad y limpieza de los espacios para así proteger la salud de los visitantes. Según el **Manual de atractivos turísticos (2023),** la higiene se considera un aspecto fundamental para mantener la calidad de los servicios y la satisfacción del turista**,** en especial después del contexto de la postpandemia donde la percepción de riesgo sanitario aumento la exigencia de los turistas. En ese sentido en el Manual establece que se debe implementar protocolos de limpieza, desinfección y capacitación del personal con el objetico de generar confianza a los viajeros que valoran la seguridad sanitaria al momento de escoger un destino.

La seguridad turística se enfoca en la protección frente a riesgos físicos (accidentes, delitos, desastres naturales) como la percepción de tranquilidad durante la estancia del turista, es un componente esencial porque afecta de forma directa en la decisión de viaje, satisfacción del turista y en la reputación del destino. Mediante la gestión de riesgos y creación de protocolos de emergencia como la presencia de las personas capacitadas permite responder de forma inmediata ante cualquier situación adversa que pueda poner en peligro la integridad de los turistas de igual manera es esencial considerar que la seguridad se considera como una estrategia de sostenibilidad del lugar debido a que influye de manera directa en la percepción del turista **(Vargas Guzmán et al., 2021).**

En el ámbito gastronómico la seguridad e higiene de los locales de comida influye de forma directa en la toma de decisiones. Un entorno limpio con personal capacitado y procesos de higiene permite generar confianza y mejorar la experiencia del comensal. Por el contrario, la falta de higiene puede generar rechazo y dañar la reputación. De acuerdo a **Morocho & Narváez (2024),** es necesario implementar comités paritarios de seguridad e higiene para prevenir cualquier tipo de intoxicación alimentaria que afecte a la satisfacción del turista.

Experiencia Emocional

La experiencia turística ejerce un impacto profundo en el visitante al activar diversas funciones: cognitivas, que se relacionan con el pensamiento y la comprensión; sensoriales, vinculados a la percepción del entorno; afectivas, que involucran las emociones; y conativas, se asocian la motivación y la acción. Este proceso integral permite que el turista alcance un estado de bienestar emocional, un resultado que se ve potenciado por la interacción con el destino **(Carrasco Fernandez, 2024).**

En la actualidad la experiencia se configura como el resultado de la interacción del turista con diversos elementos del destino como: la comunidad local, la cultura, los servicios y el entorno en general. La interacción entre todos los elementos permite generar al turista emociones, sensaciones y recuerdos que enriquecen la experiencia, transformándola así en una vivencia única y memorable **(Zamora Guerrero et al., 2025).** Por otro lado, en el contexto ecuatoriano la gastronomía emerge como un

componente esencial en la experiencia emocional debido a busca ofrecer experiencias sensoriales que va más allá del simple acto de comer, involucra aspecto emocionales y culturales que mejoran y enriquece la percepción del destino **(Bustán, 2025).**

Estímulos Sensoriales y Emociones

El turismo gastronómico es un factor diferenciador en la experiencia del visitante. Los autores **Esponda Pérez et al. (2025),** destacan que la estimulación sensorial mediante aromas, sabores y texturas genera conexiones profundas que incrementan la fidelización. De igual manera, la creación de recuerdos memorables se sustenta en la activación afectiva durante eventos gastronómicos, donde los estímulos sensoriales son determinantes debido a que cada sentido contribuye a una narrativa sensorial que transforma el acto de comer en una vivencia placentera y significativa.

La integración de los estímulos sensoriales en la experiencia del turista llega a fortalecer la conexión emocional, en el ámbito gastronómico la implementación de estrategias multisensoriales ha sido punto clave para enriquecer la percepción del cliente y fortalecer su vínculo con el establecimiento o local; al activar de manera simultánea los sentidos como el olfato, la vista y el gusto crea experiencias memorables que perduran en la mente del consumidos, con el objetivos de fomentar la fidelización y recomendación del lugar **(Casagallo Lugmaña et al., 2025).**

Las emociones son puntos claves en la experiencia turística porque no se trata únicamente de los elementos que el turista puede ver o hacer, sino de cómo se siente en el recorrido del viaje. Las experiencias no solo se basan en satisfacer las necesidades básicas, sino que despiertan emociones positivas que fortalecen la identidad cultural del destino. Por ello, la gestión turística integra estrategias de marketing sensorial y narrativas auténticas que potencia la interacción emocional, para así consolidar un turismo de experiencias orientado a la diferenciación y sostenibilidad **(Carrasco Fernandez, 2024)**

Placer y disfrute

El placer se considera una emoción positiva y de consumo la cual es el resultado del uso o del consumo de un producto, un servicio o una experiencia. En el turismo se entiende como una respuesta emocional positiva derivada de la interacción con el entorno, las actividades y las personas. El placer no solo se asocia a la felicidad y el bienestar sino que también se considera como el resultado de interacciones de varios procesos cognitivos evaluativos durante su visita y está directamente relacionado con la satisfacción y la lealtad del turista **(Correa et al., 2022)**

Además, se toma en consideración a **Pine & Gilmore (2001),** en la economía de las experiencia donde hace énfasis que los consumidores valoran vivencias memorables que generen conexiones emocionales y sensoriales, más allá de los producto o servicios tangibles. En el turismo implica que los destino no solo deben ofrecer infraestructura o atractivos físico, sino también diseñar experiencias que involucren las emociones, los sentidos que permita crear recuerdos duraderos y diferenciados, por lo tanto el disfrute se manifiesta a través de las emociones que enriquecen la experiencia del turista **(Villamarin-Ojeda et al., 2023).**

Conforme a **Kovalenko et ál. (2023),** los individuos optan por lugares que hacen que el ambiente potencie su sensación de placer y satisfacción. Por otro lado, con respecto a los aspectos del servicio como la disposición de las mesas, las características de las dimensiones y la flexibilidad, pueden influir en la evaluación total del restaurante de un turista; entonces el placer y el disfrute reafirman el apego emocional a través de experiencias de catas de productos locales o de comidas comunitarias, donde las emociones hedónicas (placer) pasan a ser un disfrute más profundo e importante, ligado a la conexión cultural.

Autenticidad Cultural

La autenticidad se relaciona de manera directa con la identidad cultural de Ecuador, la cual se trabaja desde bases académicas para generar interés. La autenticidad se convierte así en un valor que debe ser fomentado para contrarrestar la homogeneización y asegurar que la oferta turística transmita la verdadera esencia del

territorio **(Cáceres, 2024).** Por ello, el impulso a la comida típica y tradicional mediante la investigación de campo es crucial para un desarrollo cultural sólido en el turismo.

La gastronomía se postula como un factor esencial para fortalecer la cocina patrimonial de Ecuador y su rol como motor de desarrollo y recurso turístico. A pesar de los avances en estrategias de valorización cultural, la autenticidad requiere de una "agenda de investigación más inclusiva, interseccional y participativa" que asegure la conservación de la sostenibilidad y la esencia genuina de los platos tradicionales. Para evitar la pérdida de identidad cultural se debe asegurar que las practicas culinarias no se desvirtúe y que el valor gastronómico contribuya de manera positiva en la identidad nacional sin mercantilizar de manera excesiva las costumbres **(Rodríguez et al., 2025b).**

La autenticidad cultural se traduce en un valor competitivo dentro de los modelos de negocio gastronómicos sostenibles en Ecuador. Según **Tixilema (2025),** la autenticidad constituye uno de los tres ejes principales de valor, centrándose en el "rescate de sabores ancestrales" para ofrecer una experiencia distinta al comensal. Para ser auténtica, la propuesta de valor debe mantener la esencia de la cocina tradicional y adaptar las técnicas ancestrales sin perder su origen.

Aprendizaje Cultural

El turismo no solo implica el desplazamiento físico, sino también un proceso de aprendizaje donde permite a los turistas adquirir conocimientos sobre la cultura y tradiciones del destino. Para **Reyes Uribe et al. (2017)**, la gastronomía tradicional es entendida como un producto turístico que articula la educación con la preservación cultural, permite comprender la historia, técnicas culinarias ancestrales. En regiones con una rica diversidad cultural, donde la cocina refleja procesos de mestizaje resistencia su importancia es de gran valor debido a que genera una experiencia cultural que conecta al turista con la identidad local.

Se constituye como un proceso de intercambio simbólico y experiencial mediante el cual los visitantes adquieren conocimientos, valores y significados asociados a la

cultura local. De acuerdo a **Kovalenko et al. (2023),** el aprendizaje ocurre a través de la interacción directa entre las comunidades anfitrionas; en relación a la gastronomía se indica que al compartir y convivir con las comunidades genera experiencias memorables al momento que se da a conocer la historia, identidad y cosmovisión del territorio, transciende el simple consumo a transformarse en un espacio educativo y participativo.

Interacción Social y participación

La interacción social desempeña un rol fundamental en la experiencia turística, sobre todo cuándo la gastronomía actúa vehículo cultural. Estudios muestran que la interacción entre turistas y comunidades locales ayuda a sentirse parte del lugar y a aprender juntos **(Goolaup et al., 2025).** Cuando se trata de comida, los turistas no solo prueban platos, sino que ayudan a hacerlos, cocinarlos o servirlos, lo que hace que la relación vaya más allá de solo comer. De este modo, comer se vuelve un sitio para compartir cultura, ideas y símbolos. Estas relaciones hacen que el turista esté más contento y que el lugar tenga mejor fama, porque permiten vivir experiencias más intensas y completas **(Kovalenko et al., 2023).**

Según la "Guía para el desarrollo del turismo gastronómico la participación comunitaria" se basa en la involucración activa de los miembros de una comunidad en la planificación, gestión, evaluación de las actividades turísticas que se desarrollar en el territorio. Este tipo de participación no solo garantiza la autenticidad de la oferta turística, también ayuda a empoderar a las comunidades en el momento que ellos pueden ser partícipe de la toma de decisiones sobre el uso de los recursos, la narrativa de las tradiciones y la forma en que ellos desean ser representados **(World Tourism Organization & Basque Culinary Center, 2019).**

Turismo Vivencial

El turismo vivencial es una forma de turismo que aproxima al visitante en actividades de la comunidad receptora, para así generar experiencias auténticas; promueve la interacción con la cultura de la comunidad receptora, la cual condiciona la satisfacción y la fidelización del turista, también el incremento del turismo vivencial favorece el

desarrollo económico y social de las comunidades. Mediante el turismo vivencial existe la oportunidad de enseñar, sensibilizar y difundir practicas sociales que son considerados los saberes tradicionales de la comunidad **(Silvera Ortiz et al., 2021).**

Para **Vera Lindao (2024),** el turismo vivencial busca brindar experiencias que vinculen a los turistas con la cultura local con la posibilidad de alojarse con familias locales, convivir y tener una relación directa con las actividades diarias que realizan como: talleres, experiencias agrícolas u otras actividades que son planificadas por la comunidad. A través del turismo se logra fomentar el valor de la identidad cultural para la conservación de recursos naturales, se promueve el empleo la cual ayuda a beneficiarse de manera económica cada familia.

El turismo vivencial no solo satisface el deseo de divertirse, genera impactos positivos en el turista. La inmersión de prácticas culturales como la gastronomía, artesanía, participación en festividades locales o culturales brinda al turista un vistazo para comprender la cosmovisión de la comunidad. La interacción actúa como puente al fomentar la empatía y el respeto hacia la diversidad cultural, con ello ayuda a contribuir a una mejor sostenibilidad social y cultural del destino. Asimismo, el turismo vivencial crea una mayor intención de retorno y recomendación, porque permite disfrutar de experiencias diferentes, únicas y memorables **(Esponda Pérez et al., 2025).**

Actividades colectivas

La experiencia turística evoluciono desde un enfoque centrado en el consumo individual hacia una visión más participativo, por ello las experiencias actuales se entienden como procesos de coproducción donde el turista no solo consume sino también participa de manera activa en la construcción de nuevas experiencias. La participación en actividades supera la simple observación pasiva; las degustaciones gastronómicas son un ejemplo de practica que fomenta la inmersión cultural. Esta participación incrementa la satisfacción de la experiencia y permite contribuir a la preservación del patrimonio inmaterial al incentivar la trasmisión de saberes ancestrales **(Villamarin-Ojeda et al., 2023).**

La participación en actividades culturales fortalece la conexión entre el destino y el turista, al crear nuevas experiencias permite que el turista comprenda la historia, valores y tradiciones locales con el objetivo de generar un aprendizaje significativo. La interacción directa con portadores de cultura incrementa la autenticidad y la satisfacción percibida, además la participación Activia ayuda a fomentar un turismo responsable al concientizar y sensibilizar al viajero sobre la importancia de cuidar y conservar el patrimonio cultura **(Monroy & Cruz Chávez, 2025).**

1.2 Objetivos

Objetivo general

Analizar la gastronomía sensorial y la experiencia turística de la parroquia Atahualpa

Objetivos específicos

- Describir los componentes de la gastronomía sensorial

Para ejecutar el primer objetivo específico planteado, se utilizó una ficha de observación tipo check list donde se detalló ítems sobre los componentes de la gastronomía sensorial para verificar los estímulos sensoriales, criterios culturales como las técnicas y el entorno de los establecimientos de gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa

- Identificar las características de la experiencia turística aplicables a los establecimientos de comida en la parroquia Atahualpa

Para cumplir con el segundo objetivo se aplicó una encuesta de escala de Likert a los comensales de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa. El propósito de esta encuesta fue obtener información detallada sobre las percepciones y valoraciones de los comensales en relación a características como la ambientación, los componentes sensoriales, higiene, preparación con técnicas artesanales, amabilidad del personal y la calidad-precio. Los resultados permitieron identificar las características clave que influyen en la experiencia turística de los establecimientos.

- Diseñar una guía gastronómica digital interactiva para potenciar la experiencia turística en la parroquia Atahualpa

Para cumplir con este objetivo, se diseñó una guía gastronómica digital interactiva en la aplicación de Genially. La guía integra información clara sobre la parroquia Atahualpa, historias de los cinco establecimientos, oferta gastronómica y ubicaciones georreferenciadas. La propuesta incluye elementos sensoriales que permiten al usuario a tener una experiencia inmersiva para potenciar la experiencia del turista.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Tabla 3

Recursos de la investigación

RECURSOS	DETALLE	VALOR
Institucionales	Bibliográfica Digital	$0,00
	GAD Atahualpa	$0,00
Tecnológicos	Laptop	$500,00
	Internet	$19,00
	Celular	$250,00
Materiales	Hojas papel bond	$2,00
	Esfero	$1,00
	Lápiz	$0,50
Económico	Alimentación	$25,00
	Trasporte	$5,00
Humanos	Estudiante	$0,00
	Tutor de tesis	$0,00
	Encuestados	$0,00
TOTAL		$802,50

Nota. Elaborada por Abigail Lagua

2.2 Métodos

Enfoque Cuantitativo

La investigación cuantitativa se aplica en diversos campos que va desde las ciencias sociales hasta la salud, permite medir disciplinas y comportamientos a fin de recolectar, analizar e interpretar datos a través de números. Este tipo de enfoque utiliza técnicas estadísticas e instrumentos estandarizados donde el investigador debe evitar influir a través de su propia percepción o interpretación con el objetivo de garantizar

resultados que reflejen la realidad; además se utiliza para responder preguntas de las investigaciones y validar hipótesis que son preestablecidas **(Morán Lozano et al., 2025).**

La investigación presentó un enfoque cuantitativo porque se aplicó una lista de observación tipo check list, la cual me permitió describir e identificar los componentes sensoriales de la gastronomía tradicional en cada establecimiento. De igual manera, se aplicó una encuesta con escala de Likert para identificar el nivel de desacuerdo o acuerdo según la percepción de los comensales en relación con los alimentos y el establecimiento; de esta manera, facilitó obtener datos numéricos para posteriormente analizarlos.

Deductivo

Este método aplica la lógica que parte desde lo general a lo particular da inicio a través de la discusión de conceptos y se transita hacia la experiencia, utiliza disciplinas científicas que permite generar información confiable; relaciona datos, establece conceptos que a partir de ellos obtiene resultados **(Suarez, 2025).** De acuerdo a los autores **Albornoz Zamora et al. (2023),** el método deductivo se divide en dos etapas: premisa general o teoría, y la lógica para llegar a una conclusión. A partir de una idea que se conoce se intenta buscar explicaciones de lo desconocido con el fin de explicar fenómenos, además en este tipo de método se establece que una conclusión es verdadera siempre y cuando la premisa general tenga validez y la deducción sea lógica. En referencia a la investigación permitió identificar a partir de encuestas la percepción del turista del cómo los estímulos sensoriales influyeron en la satisfacción y en la calidad de la experiencia con el fin de obtener conclusiones.

Diseño

No experimental tipo transversal

En la investigación no experimental de tipo transversal, el investigador no puede manipular las variables, su objetivo es observar y medir fenómenos en su contexto natural para posterior analizarlos sin que altere ninguna situación que se presente. Los estudios transversales suelen clasificarse en tipo exploratorio o descriptivo donde se

analiza la relación entre las variables en un solo momento con el fin de describir y analizar la incidencia en el momento que sucede además permite integrar varios grupos de individuos u objetos **(Arias Gonzales & Covinos, 2021)**.

En la investigación no se manipuló ninguna de las variables que podrían afectar el entorno o la experiencia; mediante la observación se pudo registrar cómo los elementos sensoriales influyen en la experiencia del turista en un momento preciso, sin tener la necesidad de realizar un seguimiento prolongado. A través de los instrumentos de recolección de información, se facilitó la investigación sobre la gastronomía sensorial, que tomó como base la gastronomía tradicional, y la experiencia turística, lo que permitió entender, en ese mismo instante, las reacciones ante los estímulos sensoriales y el entorno.

Alcance

-Alcance investigativo

Descriptivo

La investigación descriptiva se caracteriza por describir de forma detallada las cualidades, características o propiedades de un fenómeno, se utiliza criterios sistemáticos que permitan establecer una estructura o fenómeno que sea comprable con otras fuentes, en este tipo de alcance se intenta obtener información verídica para evitar cualquier inferencia en consecuencia a la investigación **(Guevara Alban et al., 2020)**. Con un enfoque complementario los estudios descriptivos pueden predecir eventos desde el punto estadístico para evaluar parámetros; permite ordenar resultados que parten desde la observación, características u otras variables que contribuye a una investigación detallada de cómo se relaciona con el fenómeno a estudiar **(Arias & Covinos, 2021).**

La investigación presentó un enfoque descriptivo, porque a través de la observación y encuestas se analizó y describió cómo los sentidos influyen en la gastronomía tradicional, se identificó el entorno de los establecimientos, los estímulos sensoriales y su influencia en la experiencia del turista. Este tipo de alcance permitió obtener datos relevantes para posteriormente analizar las tendencias y patrones que se presentaron.

Poder describir e identificar las características ayudó de manera positiva a investigar cuáles son los aspectos que podían mejorar la oferta gastronómica de la parroquia Atahualpa.

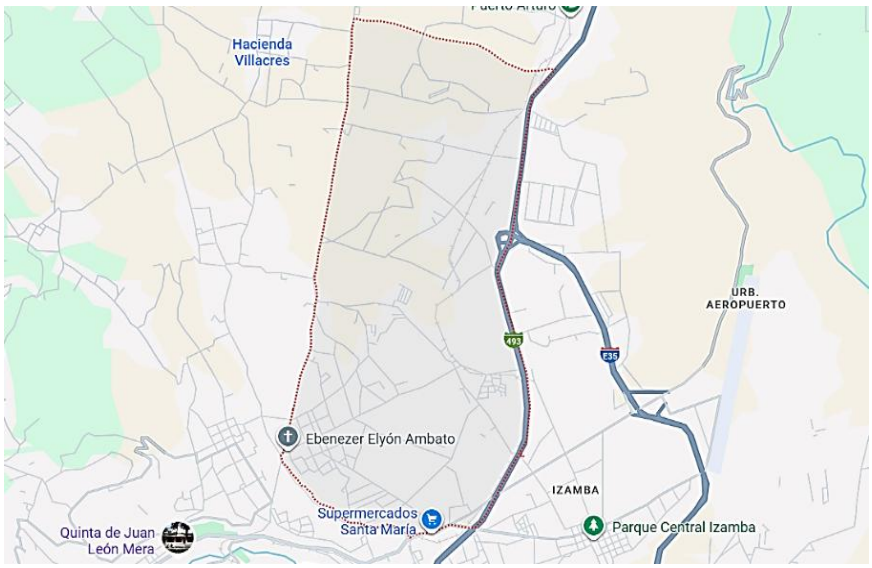
-Alcance territorial

Geografía

La parroquia rural Atahualpa se encuentra ubicada a 12 km al noroccidente de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Se encuentra a un rango altitudinal de 2620 msnm, cuenta con una superficie de 9,44 km^2 posee un clima templado con una temperatura promedio de 12 a 16 °C. Por otro lado, se limita con las siguientes parroquias: al norte la parroquia Unamuncho, al sur la parroquia urbana de Ambato La Península, al este la parroquia Izamba y al oeste la parroquia Agusto N. Martínez; de acuerdo al año 2020 se estimó una población de 12.048 personas **(Registro Oficial, 2023).**

Figura 1

Parroquia Atahualpa, cantón Ambato



Nota. Tomado de Google maps

Historia

En la antigüedad no era considerada como parroquia se conocía como un barrio o caserío "Chisalata" que proviene de dos vocablos "Chisi" palabra Kichwa que significa "atardecer" y "lata" vocablo Aymara que significa "plato grande. En el año 1938 Ambato a causa de un incremento poblacional y el desarrollo de las parroquias rurales no logra satisfacer las demandas de los barrios y con el transcurrir el tiempo barrios como la Victoria, Macasto, los tres Juanes y Chisalata comentaron la necesidad de separar la cabecera parroquial de Izamba y posterior a ello el 22 de enero de 1940 fue declarada Chisalata como parroquia y consigo se designó "Parroquia Atahualpa" **(Registro Oficial, 2023).**

Socio-económico

La parroquia al poseer una institución educativa para los estudiantes "Unidad Educativa Atahualpa" los docentes, autoridades, padres de familia y turistas optaron por tener su propio negocio que ofertan diferentes productos sin embargo a nivel cantonal se conoce a la parroquia Atahualpa por su nivel gastronómico denominándola como "Tierra de los sabrosos cuyes y conejos" **(Registro Oficial, 2023).** En un contexto complementario la gastronomía tradicional ayuda a reactivar la economía de la parroquia, se identifica 5 establecimientos tradicionales que oferta platos típicos como caldo de gallina, cuyes asados, conejos asados, fritada, yahuarlocro entre otros **(La Hora, 2021).**

Por otro lado, los habitantes de la parroquia a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) desarrollan la "Feria emprende" donde las mujeres ofertan bisutería, productos textiles, frutas, y diversos productos para fortalecer sus ingresos y avanzar hacia una mayor autonomía económica. Al realizar la feria impulsa el turismo de la parroquia por el motivo que los turistas tienen la necesidad o por intermediarios desean degustar de los platos típicos que oferta la parroquia **(Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2025).**

Población y muestra

La población se considera a un grupo de casos, definido, limitado y accesible que servirá como referente para la elección de una muestra, cuando se habla de población no se basa únicamente en seres humanos puede incluir animales, organizaciones, objetos, entre otros. La población debe ser homogénea con respecto a las variables **(Arias Gómez et al., 2016).**

La población infinita, de acuerdo a **Arias (2013),** es aquella que se desconoce el total de elementos que la conforman, debido a la ausencia o inexiste un registro oficial de datos que permita conocer el tamaño real, lo cual obliga a aplicar métodos probabilísticos para garantizar la representatividad de la muestra, evitando sesgos y asegurar la validez estadística del estudio.

Para la investigación de acuerdo con el *"Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Atahualpa" (2023),* se registraron 8 establecimientos de alimentos y bebidas, los cuales incluyen diferentes tipos de alimentos. Sin embargo, para la investigación se seleccionó únicamente 5 establecimientos de gastronomía tradicional que ofertan gastronomía tradicional como cuy, conejo, caldo de gallina, yahuarlocro, fritada entre otros.

Por otro lado, para la aplicación de la encuesta, la población corresponde a los comensales de gastronomía tradicional. Debido a que no existe un registro oficial del número exacto de comensales por día, semana, mes o anual, la población se considera de carácter infinito. Mediante la encuesta se buscó describir cómo los sentidos influían en su percepción y satisfacción, además se buscó explorar como los sentidos afectaban en su experiencia turística debido a la calidad del servicio, la conexión cultural y el entorno del establecimiento.

Probabilístico

Para **Paliz Sánchez et al. (2024),** los muestreos probabilístico son métodos estadísticos fundamentales que hacen posible conocer con exactitud la probabilidad que posee cada individuo de una población de ser seleccionada para formar parte de una muestra. Este proceso se basa en una selección completamente al azar, garantiza

que cada persona o elemento dentro del grupo estudiado tenga una oportunidad justa y conocida de ser incluido.

La muestra probabilística en la investigación permitió trabajar con una muestra reducida. Al utilizar la muestra probabilista se descubrió patrones sobre cómo los componentes sensoriales y el espacio físico de los establecimientos influían en la percepción y en la experiencia de los comensales. Estos hallazgos permitieron comprender que era importante para los visitantes y como se conectaban con la oferta gastronómica de la parroquia.

Muestreo aleatorio simple

Este tipo de muestreo permite que los individuos de una población tengan la probabilidad de ser seleccionados entre sus ventajas se destaca que es de fácil comprensión, el cálculo es rápido y el tamaño de la muestra para una buena representación de una población. Para **Salazar (2024),** elaborar un muestreo aleatorio simple se realiza a través de una lista, para posterior a ello decidir el tamaño de la muestra y para la selección se utiliza procedimientos aleatorios como tablas, números, software, etc., con la finalidad de seleccionar individuos de forma aleatoria.

El muestreo aleatorio simple resulto oportuno, debido a que permitió elegir de forma aleatoria. Todas las personas tuvieron la posibilidad de ser seleccionados y al utilizar el muestreo aleatorio simple permitió la fácil comprensión de datos. En la investigación la muestra estuvo enfocada hacia los comensales de gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa. El tamaño de la muestra se basa de acuerdo a la siguiente formula elaborada por **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)

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

$\mathrm{Z}\alpha^2$: 1,962

p: 0,05

q: 0,95

d: 3%

$$n = \frac{1{,}96^2 * 0{,}05 * 0{,}95}{0{,}03^2}$$

$$n = 203 \text{ comensales}$$

Para la variable dependiente debido a que la población es desconocida, se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas. Se aplicó un nivel de confianza del 95% (Z = 1,96), una probabilidad de éxito de = 0,05, q = 0,95 y un error permitido (d) del 3%. Con ello se obtuvo un tamaño muestral de: n = 203 comensales.

Técnicas

Observación

La observación es una técnica de recolección de datos donde se utiliza los sentidos para observar hechos y realidades sociales, se utiliza en campos de investigación psicológicas, antropológicas, sociales, entre otras. El investigador puede observar comportamientos, eventos, actitudes en el entorno natural que proporciona información objetiva y minuciosa con la finalidad de analizar, describir o explicar un fenómeno. Sin embargo su principal desafío se basa en la subjetivad debido a que puede ser influenciada por los prejuicios y exceptivas del investigador **(Medina et al., 2023).**

En el desarrollo de la investigación, la técnica de observación presentó una relevancia significativa, debido a que ayudó a captar y registrar los componentes sensoriales y culturales mediante una lista detallada que incluía la presentación, el aroma, la textura,

el sabor y la ambientación del local, sin necesidad de intervenir en las actividades de los cocineros y comensales de comida tradicional. Esta técnica facilitó la recolección de datos sobre cómo los sentidos influían en la gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa.

Encuesta

La encuesta se utiliza en procedimientos de investigación, se destaca por la capacidad de recopilar información de un gran número de personas de manera rápida y eficaz. Las encuestas se las puede realizar por medio telefónico, correo o de forma presencial; además mediante la encuesta se puede obtener datos de una gran variedad de temas. Utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados emplea para recopilar y analizar datos, permite conocer el comportamiento de grupos de interés y con ello toma decisiones estratégicas **(Duarte & Guerrero, 2024).**

Al utilizar la encuesta en la investigación, facilitó la recopilación de datos en un periodo corto de tiempo. Esta técnica contribuyó al análisis de la experiencia del turista en relación con los estímulos sensoriales presentes en la gastronomía tradicional, y gracias al uso de la tecnología al realizar códigos QR, la recopilación de información resultó más sencilla, sin intervenir en el tiempo del comensal y siendo más económica que otras técnicas.

Instrumentos

Lista de observación tipo Check list

La lista de verificación, o conocido como check list, es un instrumento que se utiliza en varios ámbitos debido a que, ayudada a sistematizar procedimientos, garantizar que los criterios se cumplan. Esta herramienta posibilita la organización y validación de elementos fundamentales en el diseño de productos turísticos, sobre todo los que se centran en la experiencia del viajero, dentro del sector turístico. El check list es indispensable para asegurar que las experiencias diseñadas sean sostenibles, de alta calidad, competitivas e innovadoras, debido a que posibilita la revisión minuciosa de los elementos fundamentales de una propuesta turística **(Zulaica, 2017).**

Se utilizó una lista de observación tipo check list, la cual fue validada previamente por expertos en gastronomía y en turismo. Las fichas se aplicaron con el objetivo de describir los componentes que podían observarse en los platos y en los cinco establecimientos de gastronomía tradicional. Esto permitió registrar aspectos como los ingredientes, la presentación, la textura y el aroma, así como elementos sensoriales del entorno, como la ambientación y el mobiliario de los locales.

Cuestionario con escala Likert

El cuestionario contiene una serie de preguntas cerradas con el objetivo de aplicarlas en encuestas para obtener información de una serie de grupos. Para **Cisneros Caicedo et al. (2022)** el cuestionario contiene una serie de preguntas organizadas, estructuradas y especificas lo cual facilita obtener respuestas más claras y precisas que genera escalas e índices que facilitan la medición de variables y en correspondencia a la escala Likert permite medir actitudes del encuestado mediante valores que son establecidos con anterioridad (nivel de acuerdo - desacuerdo), consta con 5 escalas que pueden ser de mayor a menor o viceversa.

En el desarrollo de la investigación se aplicó un cuestionario con escala de Likert, compuesto por 12 preguntas cerradas, cada una con 5 escalas de valoración, con el objetivo de identificar la percepción de los turistas en relación con los establecimientos de comida de la parroquia Atahualpa; para identificar los aspectos que generan la fidelización del comensal, como la calidad del servicio, el sabor y la presentación, el entorno y la atención recibida.

Análisis de fiabilidad

Tabla 4

Fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	12

Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico IBM SPSS stadistics 21

Se realizó el análisis de fiabilidad mediante el alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna de los ítems del cuestionario. Es por ello que el resultado reflejó un valor de 0,834, lo cual indica que existe una buena fiabilidad. Los 12 ítems estuvieron correlacionados de forma coherente, y el instrumento demostró ser estable y adecuado para ser aplicado a los comensales de gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Análisis de resultados

-Ficha de observación

Con la ficha de observación tipo check list, permitió verificar componentes sensoriales, como la presencia de los aromas, predominación de sabores, combinación de texturas. Además, se constató la existencia de características de la gastronomía tradicional, como el uso de productos locales, técnicas y representación de preparaciones tradicionales del Ecuador. En última instancia, incluyó criterios estéticos para determinar los componentes sensoriales de cada establecimiento.

Se aplico 5 fichas de observación tipo check list a los siguientes establecimientos de gastronomía tradicional de la parroquia Atahualpa, cantón Ambato:

- Asadero Blanquita
- Picantería Yolita
- Picantería Moniquita
- Picantería Esthelita
- Salón la Dolorosa

En los establecimientos se oferta varios platos tradicionales como el cuy asado, conejo asado, yahuarlocro, caldo de pollo, fritada, hornado, quimbolitos. De acuerdo a cada establecimiento se logró recolectar información sobre los componentes sensoriales de los alimentos y la ambientación del lugar.

Check list del establecimiento "Asadero Blanquita"

CHECK LIST						
						
Observadora:	Evelyn Abigail Lagua Montachana		Fecha:	25 de octubre del 2025		
Establecimiento:	Asadero Blanquita		Ubicación:	Efraín Pilco Chango y Hugo Valencia		
Platos:	☑ Papas con cuy ☑ Fritada	☑ Papas con conejo ☑ Gallina al horno		☑ Caldo de gallina ☑ Locro de cuy		
Dimensión	Ítem		Si	No	N/A	Observaciones
Los sentidos	Los platos tienen aromas característicos y agradables		☑	☐	☐	
	Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.		☑	☐	☐	
	Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)		☑	☐	☐	
	La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable		☑	☐	☐	
	La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)		☑	☐	☐	
	Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista		☑	☐	☐	
Gastronomía tradicional	Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.		☑	☐	☐	
	Se usan productos locales o autóctonos en la preparación		☑	☐	☐	
	Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales		☑	☐	☐	
Estética	Los platos presentan una variedad de colores agradables		☑	☐	☐	
	El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia		☑	☐	☐	
	La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato		☑	☐	☐	
	El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.		☑	☐	☐	

Check list del establecimiento "Picantería Yolita"

CHECK LIST



Observadora:	Evelyn Abigail Lagua Montachana	Fecha:	25 de octubre del 2025
Establecimiento:	Picantería Yolita	Ubicación:	Efraín Pilco Chango y Hugo Valencia
Platos:	☑ Papas con cuy ☑ Gallina al horno	☑ Papas con conejo	☑ Caldo de gallina

Dimensión	Ítem	Si	No	N/A	Observaciones
Los sentidos	Los platos tienen aromas característicos y agradables	☑	☐	☐	
	Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	☑	☐	☐	
	Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	☑	☐	☐	
	La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	☑	☐	☐	
	La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	☑	☐	☐	
	Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	☑	☐	☐	
Gastronomía tradicional	Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	☑	☐	☐	
	Se usan productos locales o autóctonos en la preparación	☑	☐	☐	
	Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	☑	☐	☐	
Estética	Los platos presentan una variedad de colores agradables	☑	☐	☐	
	El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	☑	☐	☐	
	La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	☑	☐	☐	
	El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	☐	☑	☐	

Check list del establecimiento "Picantería Moniquita"

CHECK LIST



Observadora:	Evelyn Abigail Lagua Montachana	Fecha:	25 de octubre del 2025
Establecimiento:	Picantería Moniquita	Ubicación:	Av. 22 de enero
Platos:	☑ Papas con cuy ☑ Papas con conejo ☑ Caldo de gallina ☑ Gallina al horno		

Dimensión	Ítem	Si	No	N/A	Observaciones
Los sentidos	Los platos tienen aromas característicos y agradables	☑	☐	☐	
	Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	☑	☐	☐	
	Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	☑	☐	☐	
	La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	☑	☐	☐	
	La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	☑	☐	☐	
	Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	☑	☐	☐	
Gastronomía tradicional	Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	☑	☐	☐	
	Se usan productos locales o autóctonos en la preparación	☑	☐	☐	
	Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	☑	☐	☐	
	Los platos presentan una variedad de colores agradables	☑	☐	☐	
Estética	El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	☐	☑	☐	
	La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	☐	☑	☐	
	El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	☐	☑	☐	

Check list del establecimiento "Picantería Esthelita"

CHECK LIST



Observadora:	Evelyn Abigail Lagua Montachana	Fecha:	25 de octubre del 2025
Establecimiento:	Picantería Esthelita	Ubicación:	Av. 22 de Enero

Platos:
☑ Papas con cuy ☑ Papas con conejo ☑ Caldo de gallina
☑ Fritada ☑ Gallina al horno

Dimensión	Ítem	Si	No	N/A	Observaciones
Los sentidos	Los platos tienen aromas característicos y agradables	☑	☐	☐	
	Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	☑	☐	☐	
	Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	☑	☐	☐	
	La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	☐	☑	☐	
	La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	☐	☑	☐	
	Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	☑	☐	☐	
Gastronomía tradicional	Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	☑	☐	☐	
	Se usan productos locales o autóctonos en la preparación	☑	☐	☐	
	Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	☑	☐	☐	
Estética	Los platos presentan una variedad de colores agradables	☐	☑	☐	
	El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	☐	☑	☐	
	La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	☐	☑	☐	
	El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	☑	☐	☐	

Check list del establecimiento "Salón la Dolorosa"

CHECK LIST						
						
Observadora:	Evelyn Abigail Lagua Montachana		Fecha:	25 de octubre del 2025		
Establecimiento:	Salón La Dolorosa		Ubicación:	Base sur		
Platos:	☑ Papas con cuy ☑ Yahuarlocro	☑ Papas con conejo ☑ Gallina al horno		☑ Caldo de gallina ☑ Quimbolitos		
Dimensión	Ítem		Si	No	N/A	Observaciones
Los sentidos	Los platos tienen aromas característicos y agradables		☑	☐	☐	
	Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.		☑	☐	☐	
	Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)		☑	☐	☐	
	La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable		☑	☐	☐	
	La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)		☑	☐	☐	
	Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista		☑	☐	☐	
Gastronomía tradicional	Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.		☑	☐	☐	
	Se usan productos locales o autóctonos en la preparación		☑	☐	☐	
	Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales		☑	☐	☐	
	Los platos presentan una variedad de colores agradables		☑	☐	☐	
Estética	El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia		☐	☑	☐	
	La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato		☐	☑	☐	
	El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.		☑	☐	☐	

Ficha de los componentes sensoriales en la gastronomía tradicional en la Parroquia Atahualpa

	1		2		3		4		5	
Sensorial	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**
Los platos tienen aromas característicos y agradables	X		X		X		X		X	
Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	X		X		X		X		X	
Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	X		X		X		X		X	
La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	X		X		X			X	X	
La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	X		X		X			X	X	
Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	X		X		X		X		X	
Gastronomía tradicional										
Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	X		X		X		X		X	
Se usan productos locales o autóctonos en la preparación	X		X		X		X		X	
Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	X		X		X		X		X	
Estética										
Los platos presentan una variedad de colores agradables	X		X		X			X	X	
El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	X		X			X		X		X
La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	X		X			X		X		X
El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	X			X		X			X	

SI	NO

Nota. Modelo de ficha tomada de **Urgilés Lara (2025)**

Análisis

La ficha valora en la primera categoría la percepción sensorial en los alimentos que se pudieron observar cómo las papas con cuy, papas con conejo, caldo de gallina, fritada, yahuarlocro. Refleja que los platillos en los establecimientos evocan aromas que son agradables, fáciles de identificar y evocan recuerdos a la elaboración de comida con la familia. La combinación de sabores es equilibrada en la mayoría de establecimientos sin embargo se muestra el disgusto en un establecimiento debido a que la sazón no es placentera al momento de degustar. Por otro lado, la textura en términos generales resulta adecuada, pero se puede observar que en la cocción del cuy la consistencia y textura se la ve chiclosa y dura la cual afecta de forma negativa a la experiencia del comensal.

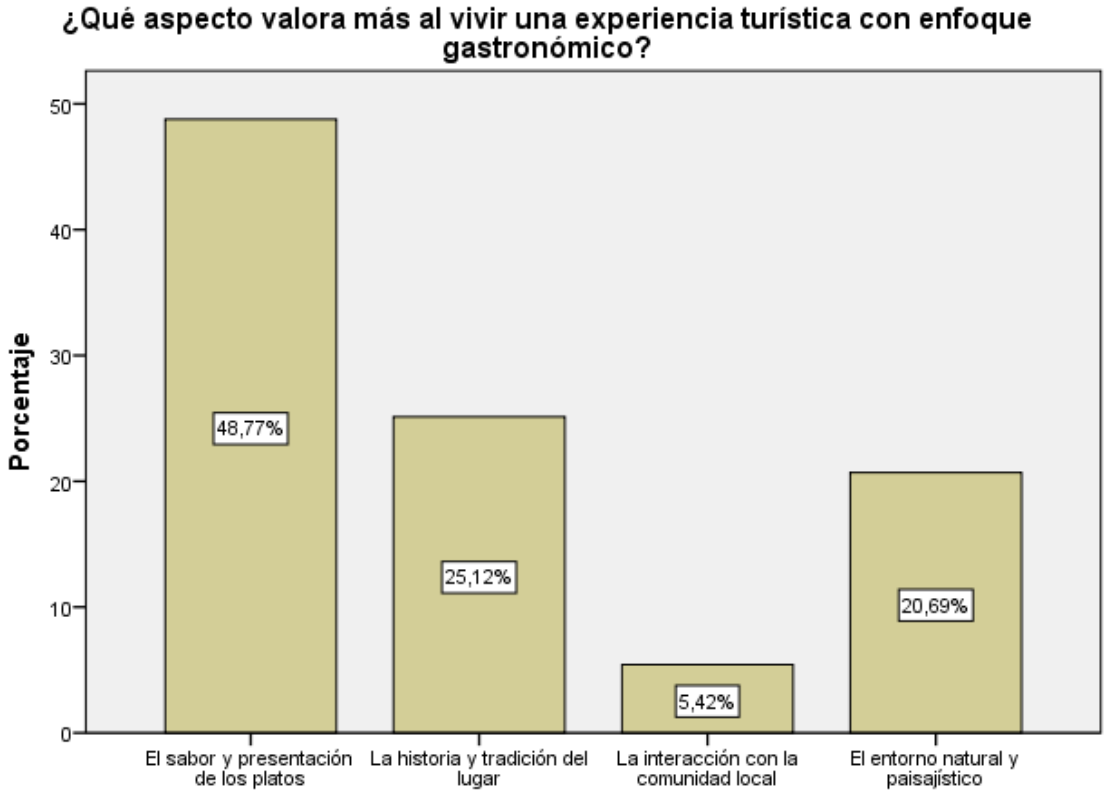
En la categoría de oferta gastronómica se observó que en cada uno de los establecimientos se oferta preparaciones típicas de la Sierra ecuatoriana y reconocidas a nivel Nacional, la cual asegura la continuidad entre la expectativa y lo que le llega a la mesa. Se evidenció que en cada uno de los cinco establecimientos se usan productos locales como las papas, el cuy, el pollo, la cebolla. Además, se aplican técnicas tradicionales de cocción como el asado con carbón y en horno; se utilizan pailas y en algunas locales cucharas de palo lo cual potencia lo cual potencia los atributos sensoriales de las preparaciones.

De acuerdo a la estética de los platos como de los establecimientos se logra evidenciar que el emplatado presenta colores agradables y limpios, sin embargo, también se muestra irregularidad donde había platos que no se encontraban totalmente limpios presentaron manchas lo cual es un factor importante en la satisfacción del comensal. Por otra parte, en el caso de la ambientación del establecimiento la música es un factor importante para el disfrute de la comida, pero se evidencio que en algunos locales era o muy ruidosa o era inexistente lo cual generaba una experiencia sensorial incompleta. Finalmente se logró observar que la iluminación es un factor importante, porque influye en la percepción estética del platillo, pero se observó en la mayoría de los casos que la iluminación era insuficiente lo cual afecta a la apreciación visual del plato.

-Resultados de la encuesta

Figura 2

Aspectos experiencia gastronómica



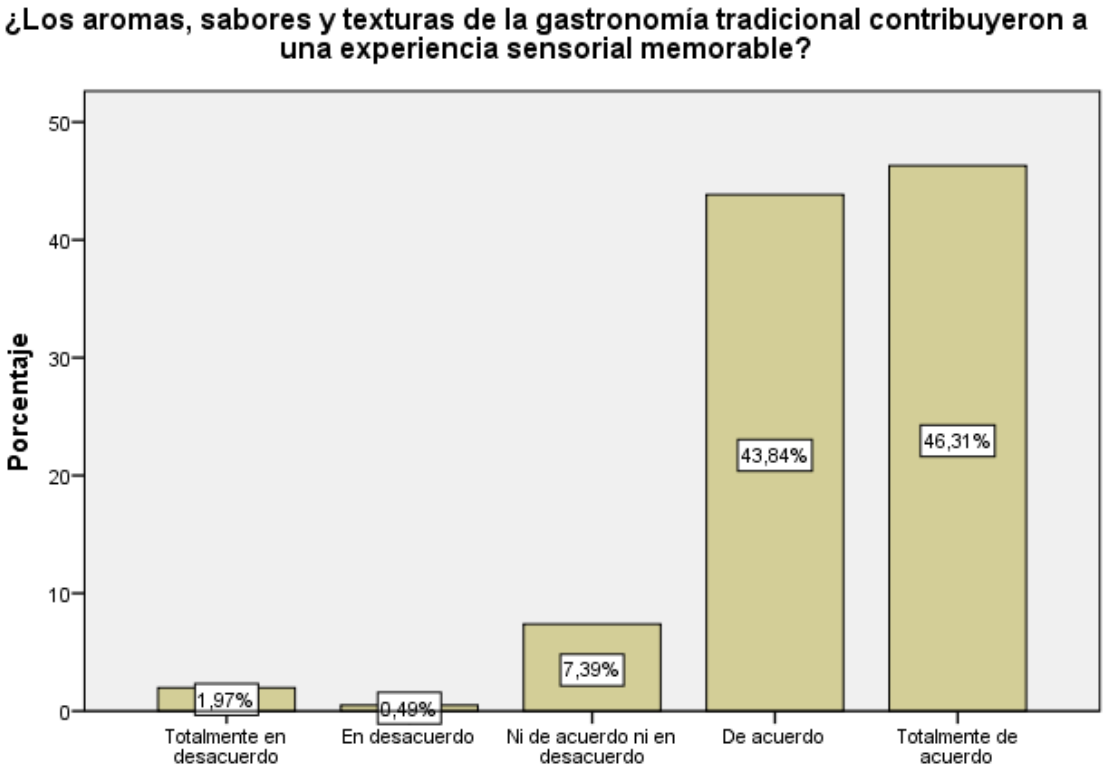
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística en la parroquia Atahualpa

Análisis

De acuerdo a los resultados, la figura indica que un 48,77% de los encuestados valoran el sabor y la presentación de los platos como parte de su experiencia, resaltando que la gastronomía tradicional como el cuy asado, conejo asado, entre otros platillos genera emociones positivas. En segundo plano se identifica que los comensales valoran la historia y la tradición del lugar con un 25,12%, indica que conocer el origen del lugar, preparaciones y técnicas aporta valor a la experiencia. Por otro lado, el 20,69% consideran que el entorno natural refuerza y aporta a la experiencia debido a que contar con espacios que ofrezcan vistas agradables enriquece la vivencia del turista.

Figura 3

Componentes sensoriales



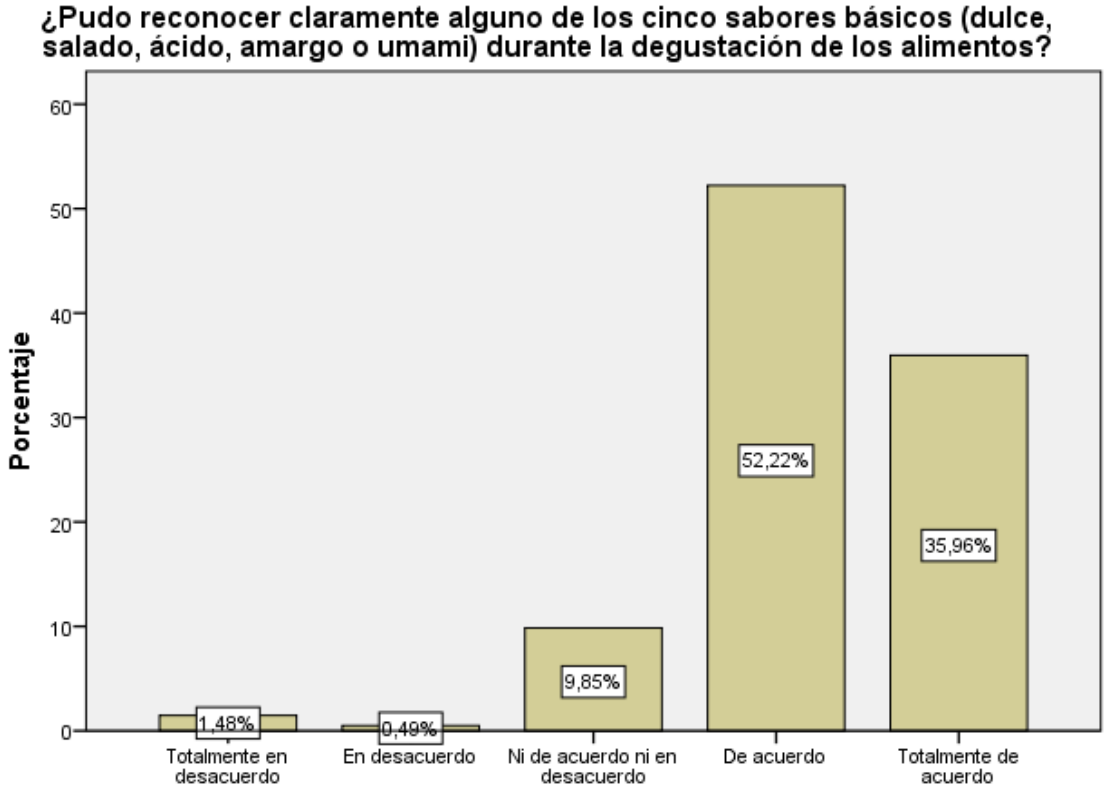
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

De acuerdo al gráfico, refleja respuestas positivas con un 90,15%, donde los encuestados consideran que los aromas, sabores y texturas de los platillos de comida tradicional que degustaron contribuyeron a su experiencia. Esto indica que los componentes sensoriales son fundamentales porque no solo generan placer al momento de degustar, sino que también actúan como un factor decisivo para evaluar la calidad de los alimentos, ayuda a fortalecer la identidad de la parroquia Atahualpa, incentiva la fidelización del comensal y la recomendación de los establecimientos hacia otros turistas.

Figura 4

Sabores



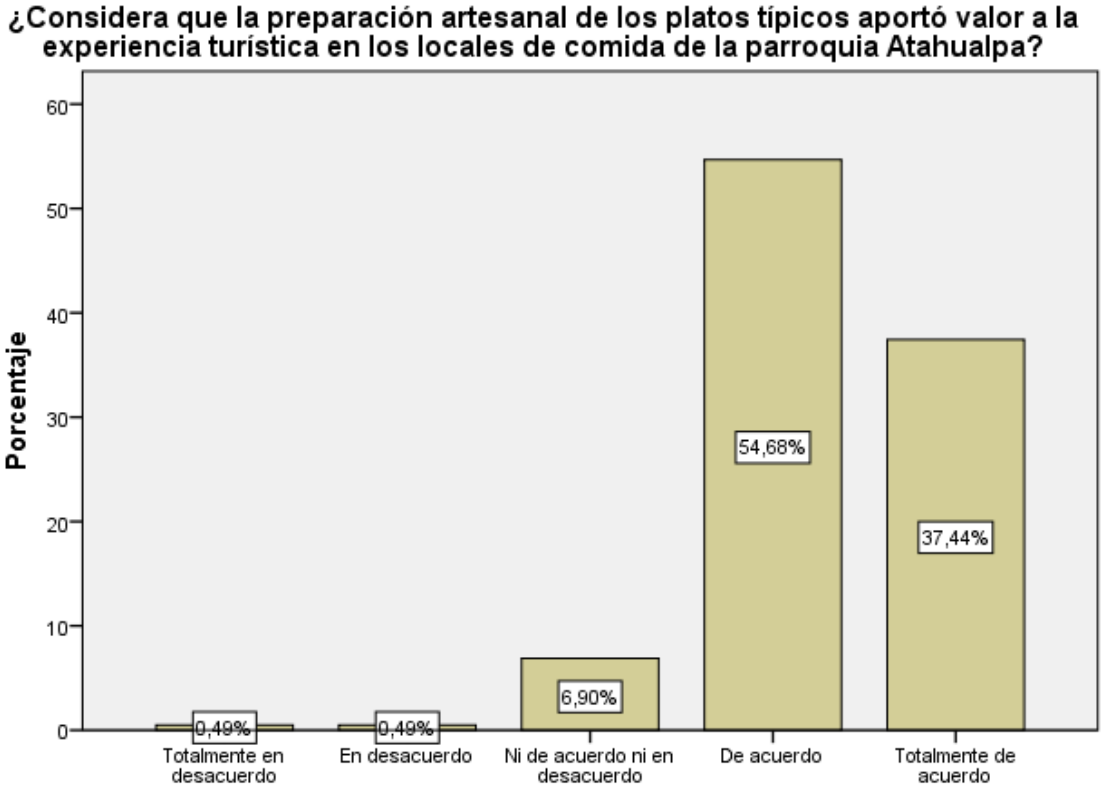
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta, en la gráfica se indica que el 88,18% de los encuestados afirman que pudieron reconocer con claridad alguno de los cinco sabores básicos durante la degustación. El resultado refleja que los elementos sensoriales de cada platillo, según el establecimiento, contribuyen a una mejor experiencia; los platos como el cuy con papas, conejo con papas, caldo de pollo o yahuarlocro, al incorporar condimentos que intensifican el sabor, y las técnicas de cocción potencian la sazón y hacen posible reconocer con facilidad los sabores. En síntesis, los comensales perciben los sabores y fortalecen al atractivo del turismo gastronómico local.

Figura 5

Preparación artesanal



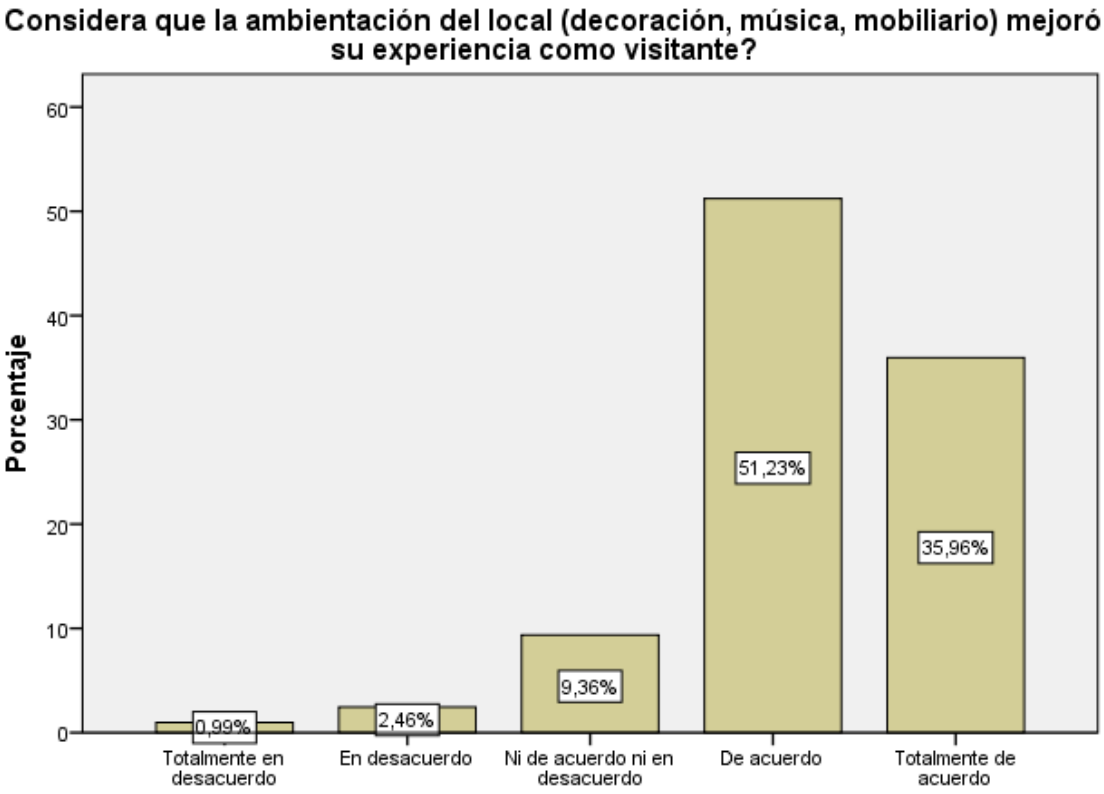
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

De acuerdo con el gráfico, el 92,12% de los encuestados considera que la preparación artesanal de los platos típicos aporta valor a la experiencia turística en los locales de la parroquia Atahualpa, mientras que el desacuerdo es marginal y el grupo neutral reducido. Este resultado evidencia que la preparación artesanal, al utilizar técnicas tradicionales de cocción como el asado, el uso del carbón y utilizar pailas, ayuda a mejorar el sabor, aroma y textura. El uso de saberes tradicionales refuerza la autenticidad y eleva la percepción de calidad, genera experiencias positivas y fortalece la identidad culinaria del destino.

Figura 6

Ambientación del local



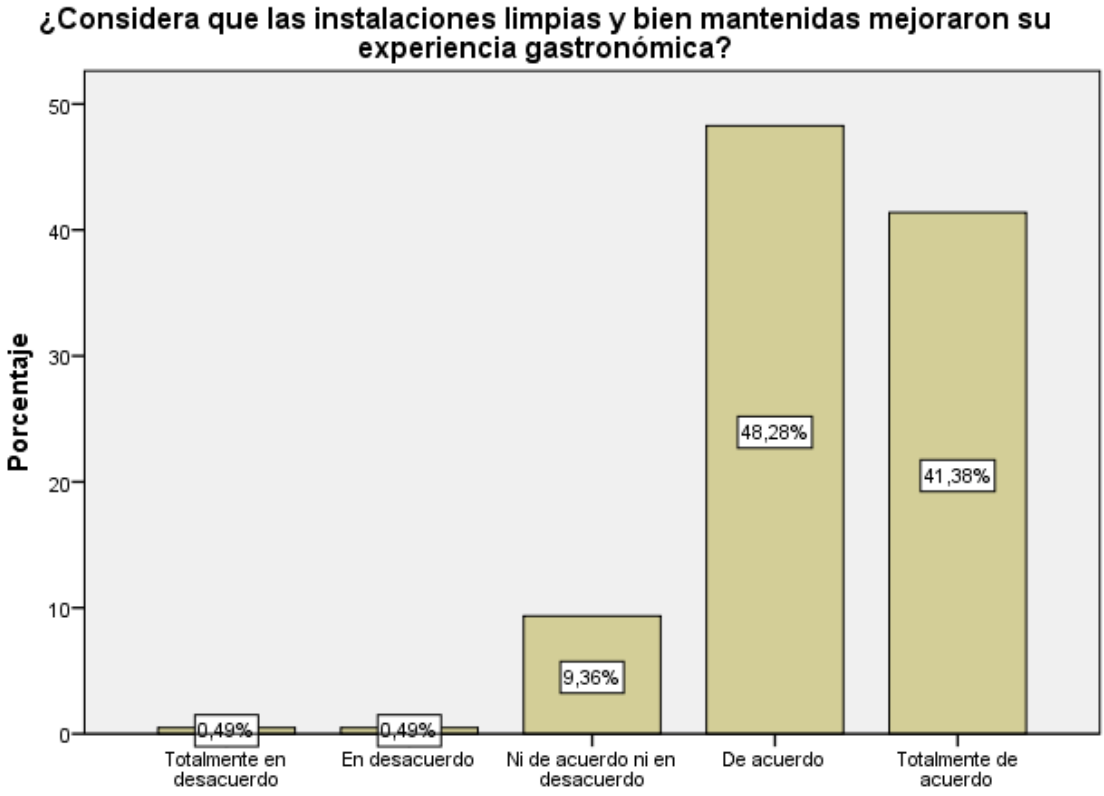
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

El 87,19% de los encuestados considera que la ambientación de los establecimientos, como la decoración, música y mobiliario, mejoró su experiencia como visitante. Sustenta que el entorno físico y sonoro incrementa la percepción de calidad y el disfrute de la degustación de alimentos. Por otra parte, el 9,36% de los encuestados es neutral y apenas el 3,45% está en desacuerdo porque la mobiliaria no la consideran adecuada y había ausencia de ambientación sonora en algunos de los establecimientos.

Figura 7

Instalaciones limpias



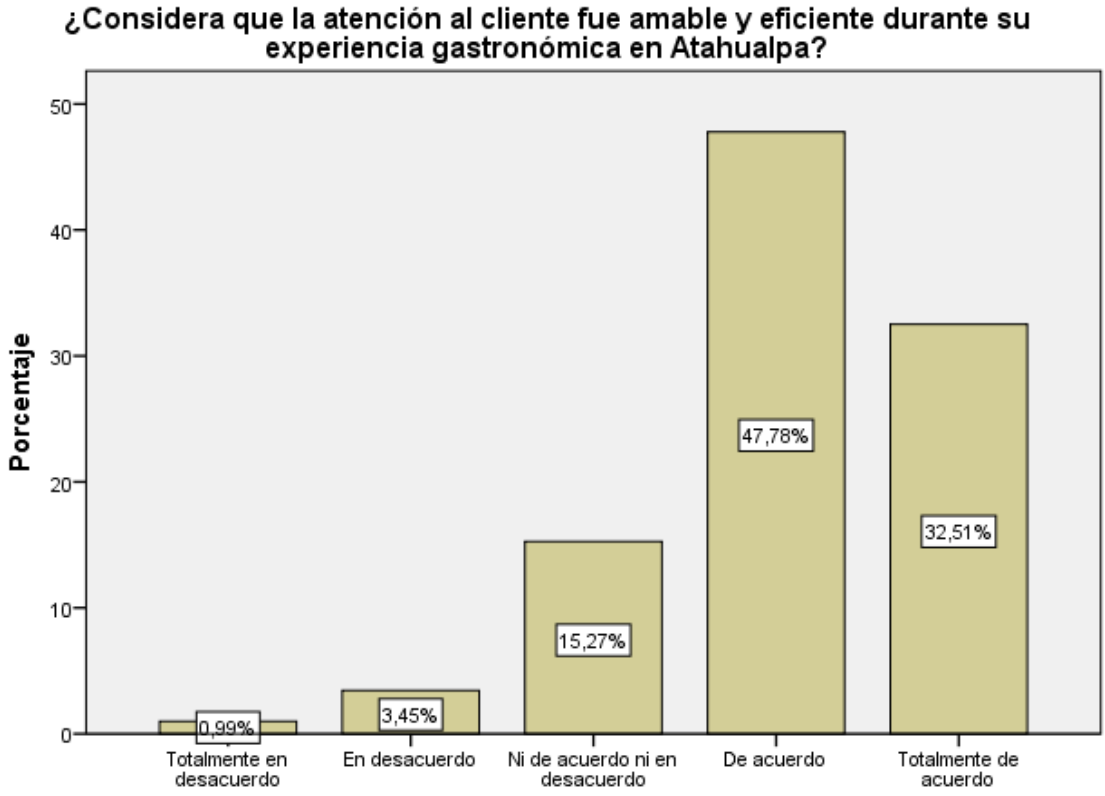
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

Para los encuestados las instalaciones limpias y mantenidas mejoro su experiencia gastronomía. De acuerdo al grafico refleja que el 89,66%, están de acuerdo que la higiene y el mantenimiento actúan como pilares fundamentales, elevan la percepción de calidad, transmite confianza y seguridad. Esto indica que mantener estándares visibles de limpieza no solo influye en la imagen de los establecimientos, sino actúa como una acción clave para la experiencia y satisfacción del visitante. Por otro lado, el grupo neutral es reducido y el nivel de desacuerdo es casi nulo, tal vez por el hecho de encontraron alguna mesa en mal estado o la limpieza era deficiente.

Figura 8

Atención al cliente



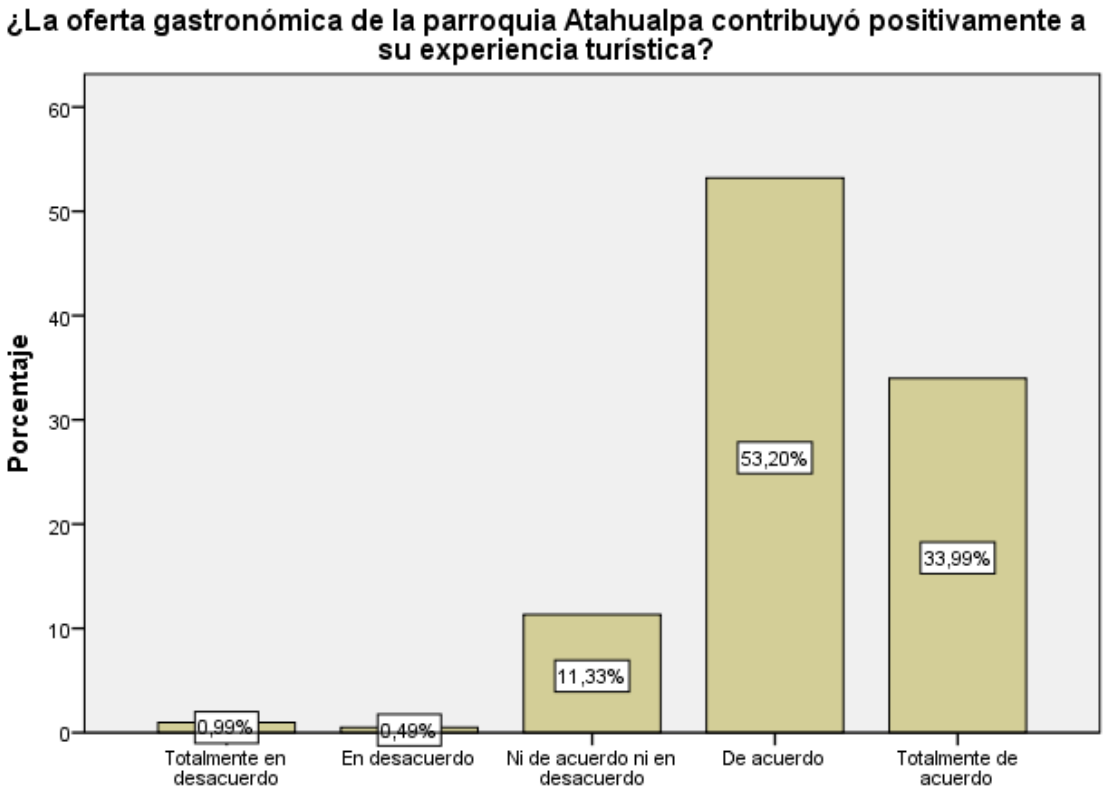
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

Los resultados de la encuesta indican que el 80,29% de las personas encuestados, están de acuerdo en que la atención en los establecimientos fue amable y eficiente. El alto porcentaje refleja que la cordialidad, rapidez y capacidad de resolver las necesidades del cliente contribuyen a su experiencia. Se toma en cuenta que, al ofrecer un buen servicio, surge la recomendación y ayuda a promocionar los establecimientos de comida. Sin embargo, el porcentaje neutral es del 15,27%, lo cual puede surgir por la aglomeración en algunos locales lo cual hace que la calidad del servicio sea deficiente.

Figura 9

Oferta gastronómica



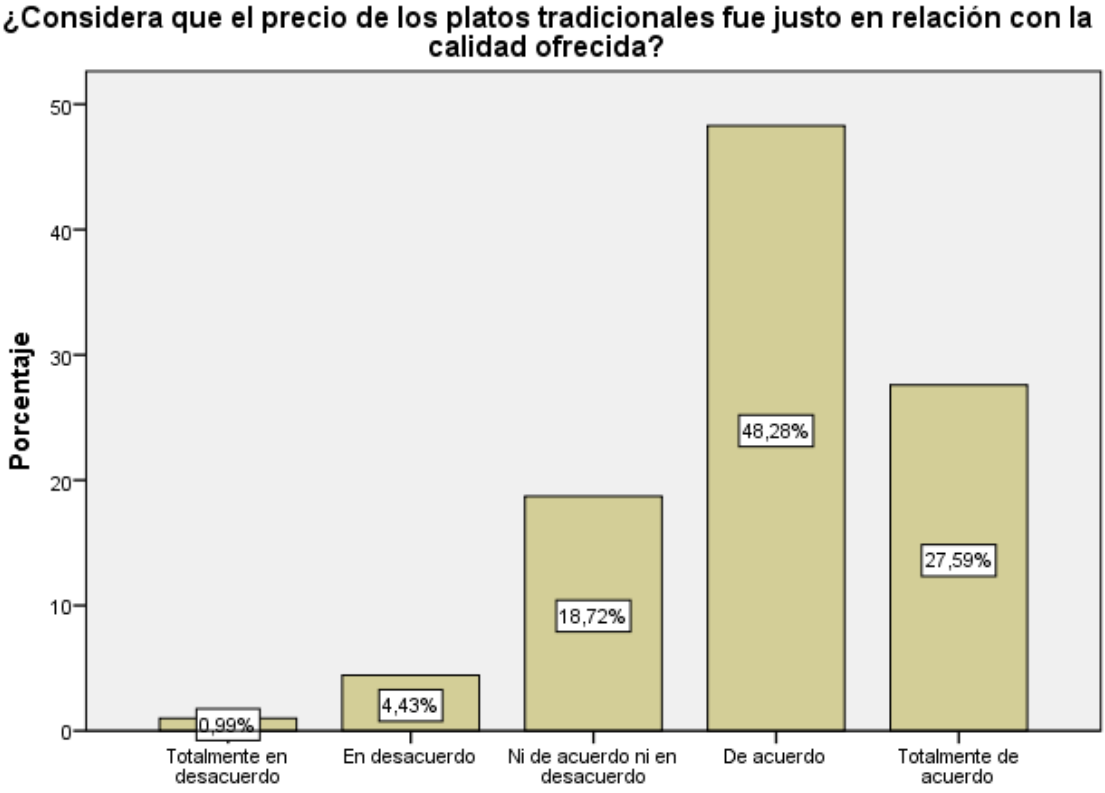
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

De acuerdo al gráfico se evidencia que la oferta gastronómica si contribuye de manera positiva a la experiencia. El 87,19% de los encuestados confirman esta percepción, lo cual refleja que la gastronomía tradicional se convierte en un elemento clave en la satisfacción del comensal; preparaciones como el yahuarlocro, caldo de gallina, fritada, cuy con papas, conejo con papas no solo cumplen con las expectativas de sabor y calidad, sino que también genera una conexión emocional. El 11,33% mantiene una postura neutral debido a que no percibe un impacto significativo en su experiencia.

Figura 10

Precio-calidad



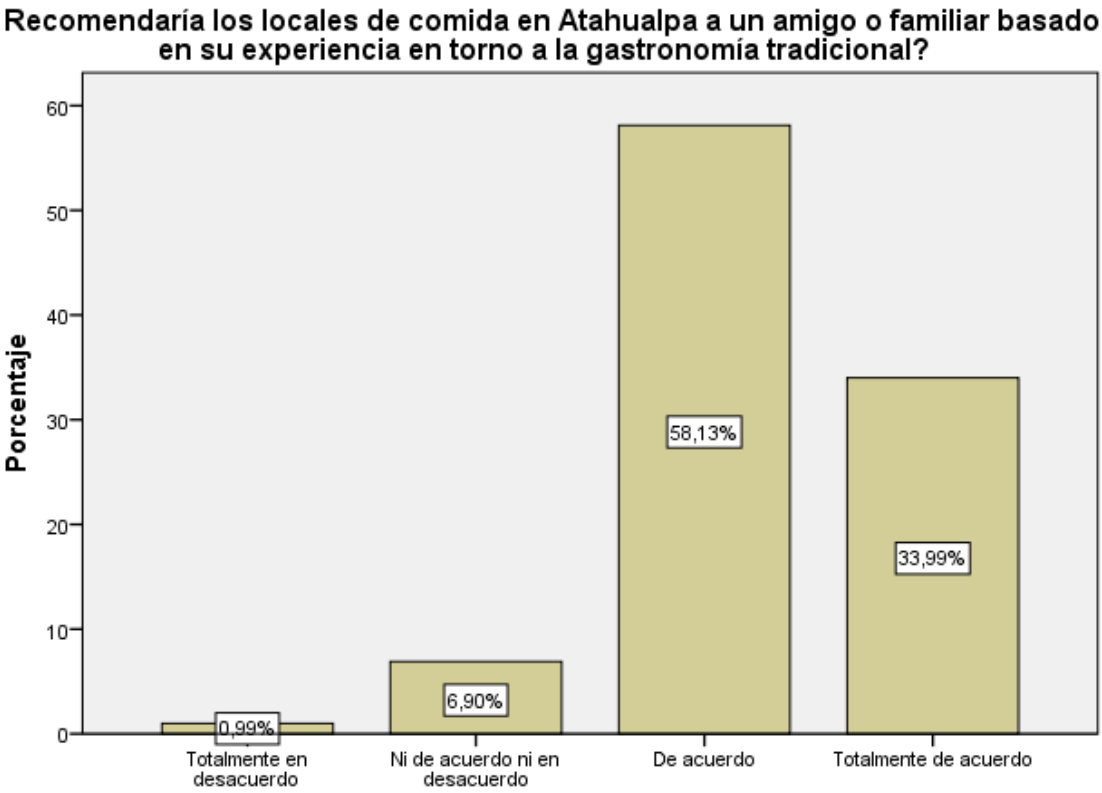
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

Los encuestados consideran que el precio de los platos tradicionales fue justo con la calidad que se ofreció. Con un porcentaje de 75,87%, los comensales sienten que el sabor, las porciones y presentaciones reflejan el precio a pagar, lo cual favorece la satisfacción y recompra. A su vez, con un porcentaje mínimo del 5,42%, algunas personas están en desacuerdo debido a que en algunos establecimientos no se refleja en los platos la calidad ni la cantidad del alimento con el monto a cancelar.

Figura 11

Recomendación de los locales



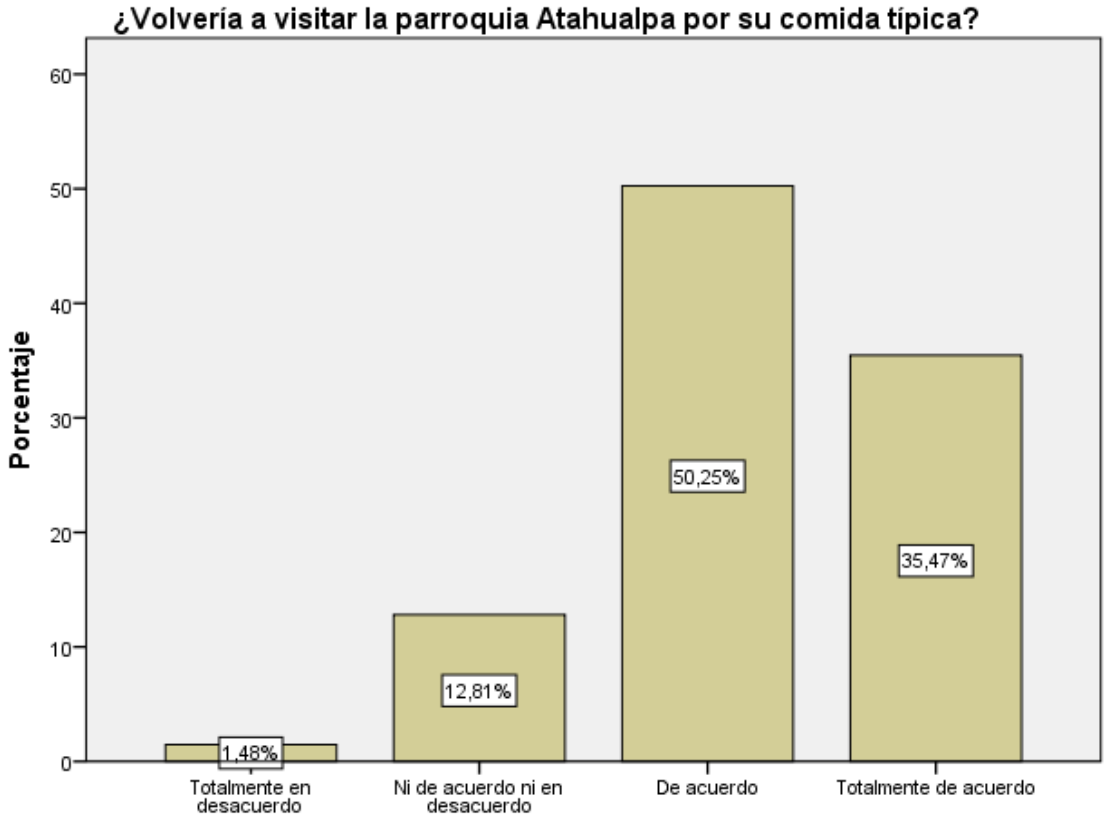
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

Conforme a la gráfica, se menciona que el 92,12% de los encuestados recomendaría los establecimientos de comida de la parroquia Atahualpa. El alto porcentaje demuestra que los comensales tienen una alta intención de recomendar los locales debido a que su experiencia fue satisfactoria, donde la atención al cliente, la comida y el entorno reflejan la calidad del servicio. El nivel de desacuerdo es casi nulo, con apenas un 0,99%. Por otro lado, el 6,90% de los encuestados mantiene una percepción neutral, lo cual se debe tomar en cuenta porque hay aspectos que podrían mejorarse para convertir esa neutralidad en una opinión positiva.

Figura 12

Retorno a la parroquia Atahualpa



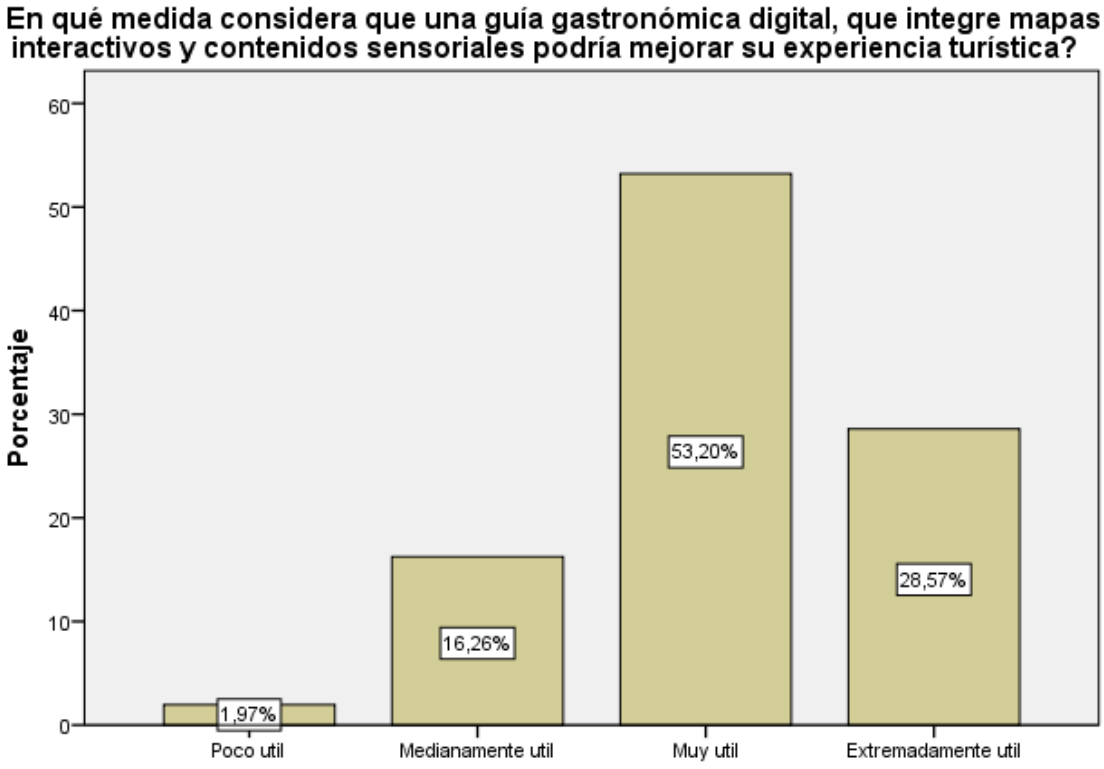
Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

A partir de la gráfica, el 85,72% de los encuestados afirman que volverían a visitar la parroquia Atahualpa. Esto evidencia que la oferta gastronómica no solo cumple una función alimentaria, sino que se convierte en un atractivo cultural que genera satisfacción y deseo de retorno. Además, refleja que la experiencia, al mantener la calidad en los alimentos, la presentación de los platos y una buena ambientación, se transforma en una herramienta de promoción indirecta. Por otro lado, un 12,81% se muestra neutral, lo cual indica que se debe mejorar ciertos aspectos para mejorar la percepción del comensal y convertirlo en fidelización.

Figura 13

Guia gastronómica



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre la experiencia turística de los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa

Análisis

Con un porcentaje de 81,77%, los encuestados consideran que la elaboración de una guía gastronómica digital interactiva sería útil para mejorar su experiencia. Este resultado refleja que los visitantes tienen un alto nivel de aceptación de las herramientas tecnológicas que ayuden a la promoción de la oferta gastronómica de la parroquia; valoran el acceso a información clara sobre los platillos, técnicas, historia y ubicación de cada establecimiento de gastronomía tradicional. Por otra parte, el 16,26% lo encuentra medianamente útil y con un porcentaje casi nulo del 1,97% lo encuentra poco útil, debido a factores como la falta de acceso a internet o la escasa familiaridad con herramientas digitales.

Discusión

De acuerdo a **Caicedo et al. (2023),** los componentes sensoriales como el aroma, el sabor y la textura desempeña un papel fundamental en la experiencia turística. Cuando un platillo tiene sabores equilibrados, texturas agradables y aromas atractivos la experiencia de degustar comida se vuelve más placentera. Además, la estética en la gastronomía busca brindar una mejor experiencia al turista mediante la "seducción" visual. En Ambato al integrar componentes comestibles como flores y técnicas innovadoras eleva la presentación los platillos y mejora la percepción sensorial de los comensales. El uso de técnicas innovadoras no solo refleja platos deliciosos, sino que también genera una experiencia visual que atrae turistas y mejora la reputación de los lugares. Por lo tanto, se demuestra que los sabores, texturas, y aromas influyen en la percepción del comensal y mejora la experiencia. La gastronomía tradicional que ofrece la parroquia Atahualpa se convierte en un recuerdo que el turista lleva consigo al regresar del destino, esto gracias a la calidad y la conexión emocional con el lugar.

Para **Herrera Calvo et al. (2022),** la preparación artesanal de platillos se basa en el uso de técnicas y utensilios tradicionales, como las ollas de barro que permite una cocción más lenta y hermética que ayuda a potenciar los sabores. Transforma el acto de comer en una experiencia multisensorial, permite al turista conocer acerca de las técnicas ancestrales y enriquece su percepción del destino. En ese sentido, las preparaciones en leña, asadores, pailas y el uso de utensilios de madera en los establecimientos de comida de la parroquia Atahualpa genera una experiencia memorable y aporta un mejor sabor a las preparaciones.

Según la postura de **Rivera Amendaño (2025),** la ambientación se convierte en un elemento fundamental para enriquecer la experiencia turística, transforma el acto de comer en una vivencia multisensorial y cultural. En el caso de Azogues los espacios que integran elementos sensoriales como una iluminación cálida, aromas agradables e incorporen materiales autóctonos como: piedra andesita, madera o adobe junto a patrones culturales y referencias a su historia permite que el espacio gastronómico se desarrolle como un puente narrativo que acerca al turista con el lugar, con el objetivo de enriquecer la percepción del visitante y elevar el valor percibido del servicio. Por ende, de acuerdo a los encuestados se afirma que la ambientación de los

establecimientos en la parroquia Atahualpa genera una experiencia inmersiva, que permite al comensal percibir confort y generar una conexión emocional con el lugar.

3.2 Verificación de hipótesis

Para la verificación de hipótesis se empleó el test de Chi-cuadrado de Pearson, que se desarrolló en 1900 por Karl Pearson con el objetivo de poder analizar e identificar si existe relación entre las variables categóricas. Existen dos tipos de hipótesis: hipótesis nula que indica que no existe relación entre la variables y la hipótesis alternativa que afirma que existe relación entre las dos variables **(Sarasola, 2024).** Por lo tanto, se establece la hipótesis:

$\boldsymbol{h_1}$: La gastronomía sensorial SI incide en la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, cantón Ambato.

$\boldsymbol{h_0}$: La gastronomía sensorial NO incide en la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, cantón Ambato.

Tabla 5

Prueba del chi-cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	189,768[a]	16	,000
Razón de verosimilitudes	39,689	16	,001
Asociación lineal por lineal	25,799	1	,000
N de casos válidos	203		

a. 17 casillas (68,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00.

Nota. Obtenido del programa IBM SPSS Stadistics 21

Posterior al registro de los datos en el programa IBM Stadistics 21, se evidenció que el valor es menor a 0,05 lo cual implica el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alternativa, la cual indica que "La gastronomía sensorial SI incide la experiencia turística en la parroquia Atahualpa, cantón Ambato"

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos se concluye que:

Para dar cumplimiento al primer objetivo, se aplicó una ficha de observación tipo check list en los cinco establecimientos que ofertan gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa. Se evidenció que los componentes sensoriales en los platillos, como el sabor, proporcionan una experiencia gustativa placentera debido a que se percibe un balance entre lo salado y el umami de las carnes. En cuanto a los aromas, fueron agradables, fáciles de identificar; además, la textura de los alimentos fue generalmente adecuada, aunque en algunos casos resultó ser menos agradable debido a la cocción. Por otro lado, se debe mejorar aspectos como la iluminación de los establecimientos, ambientación y es necesario considerar que la presentación visual, con colores atractivos y un emplatado limpio porque es fundamental para la apreciación estética de la gastronomía tradicional.

Para la variable dependiente, experiencia turística, se aplicó una encuesta a los comensales que degustaron la gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa. Los resultados obtenidos permitieron identificar las características que configuran la experiencia turística. En primer lugar, las características sensoriales como el sabor, la textura, el aroma en segunda instancia la autenticidad de los platillos debido a la preparación artesanal y el uso de técnicas de cocción tradicionales como el asado con carbón. El entorno físico, la ambientación y el servicio al cliente, también fueron esenciales porque crean un ambiente agradable, sumado a una atención eficiente y cordial. Por último, la limpieza y el mantenimiento de los locales fueron esenciales para generar confianza y seguridad en los comensales, lo cual reflejó una percepción positiva de la experiencia gastronómica.

De acuerdo a los resultados se identificó que diseñar una guia gastronómica interactiva que contenga mapas, ubicación, historias de creación de los establecimientos y juegos contribuye a la experiencia turística porque permite al comensal adentrarse en la identidad cultural de la parroquia, facilita el conocimiento sobre la ubicación de cada establecimiento y como los sentidos influyen en la percepción de los platillos. Además, la propuesta no solo potencia la apreciación de la gastronómica tradicional, sino también ofrece a los visitantes una experiencia inmersiva y enriquecedora la cual permitirá fortalecer a la parroquia como un destino turistico gastronómico.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda a los propietarios de los locales de gastronomía tradicional en la parroquia Atahualpa prestar especial atención en la cocción de alimentos para asegurar que la textura de los platillos sea agradable para los comensales, se debe potenciar la presentación estética de los platillos mediante el uso de colores llamativos. Además, se debe tomar mayor énfasis en el emplatado que se vea limpio, debido a que estas acciones ayudan a fortalecer la experiencia gustativa y visual de los turistas.

Es necesario que los propietarios y cocineros sigan en constante capacitación de la infraestructura gastronómica debido a que deben optimizar el entorno físico de los establecimientos para asegurar una ambientación acogedora y cómoda para los comensales. La formación del personal hacia los clientes debe seguir siendo prioridad, finalmente mantener estándares de limpieza y un mantenimiento adecuado es esencial para generar confianza y seguridad lo cual impacta para tener una percepción positiva sobre la experiencia.

Se recomienda que, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Atahualpa use de la guia gastronómica interactiva digital en la página oficial como herramienta para promocionar la gastronomía tradicional de la parroquia. Al integrar elementos interactivos como mapas, videos y descripciones sensoriales de los platillos y locales no solo informará, sino que también enriquecerá la experiencia del turista al ofrecerle una conexión más profunda con la cultural local.

Propuesta

- **Título de la propuesta**

Guia gastronómica: “Entre aromas y caminos: Descubriendo Atahualpa a través del sabor”

- **Objetivo de la propuesta**

Diseñar una guía gastronómica interactiva que brinde a los turistas una experiencia inmersiva, para mejorar su comprensión y disfrute de la gastronomía local, que contribuirá a una mejor experiencia turística

- **Justificación**

Diseñar una guía gastronómica digital interactiva surge como respuesta a los resultados obtenidos en la investigación, al aplicar la ficha de observación permitió identificar los establecimientos con los platos tradicionales que oferta cada uno, se evidencia que los componentes sensoriales cumplen un rol importante en la experiencia de los comensales. De acuerdo a los datos, un alto porcentaje de las personas encuestadas valoran aspectos como el aroma, sabor, presentación de los platillos y ambientación de los establecimientos, con ello se reafirma la importancia de proporcionar información clara y accesible.

La guía responde al creciente interés por herramientas tecnológicas que faciliten la exploración y el disfrute de la oferta gastronómica. Los resultados de la encuesta determinan con un 81,77% que diseñar una guia digital interactiva es útil para mejorar su experiencia. La guia permitirá descubrir elementos sensoriales y podrá conectarse con la cultura local a través de la historia, oferta gastronómica para fortalecer la identidad gastronómica de la parroquia y fomentar la recomendación y fidelización de los comensales.

- **Desarrollo de la Propuesta**

Para el desarrollo de la guia gastronómica digital interactiva, se establece 4 fases que permiten organizar de manera coherente todo el proceso de creación. Las fases contemplan desde la planificación y diseño conceptual hasta la publicación y difusión de la guia gastronómica. A continuación, se presenta las fases para la creación de la propuesta:

Figura 14

Fases de la propuesta



Nota. Elaborado por Abigail Lagua

Fase 1: Recolección y organización del contenido

Se recopila la información sobre los establecimientos de la parroquia Atahualpa como los platos tradicionales, técnicas de cocción, ingredientes. También se recopilan imágenes, sonidos de cocción y de ambientación para crear una atmosfera agradable. En última instancia se integra y diseña un mapa de la parroquia donde se establece puntos de información para conocer la ubicación de cada establecimiento, para así permitir al turista a planificar su ruta de manera eficiente. El contenido se agrupa de manera estructurada para que la información sea accesible y comprensible para los usuarios.

Fase 2: Selección de plataforma y creación

En la segunda fase se hace la selección de la plataforma. Se tomó en consideración aplicaciones como Canva, Figma, Framer y Genially sin embargo para una mejor experiencia y que permite dar vida a la guia digital se optó por Genially, porque permite integrar elementos interactivos, sonidos, imágenes de los platos, un mapa interactivo y botones que permitirá conocer cada establecimiento. Además, permite desear juegos que invita a conocer sobre la oferta gastronómica de la parroquia.

Luego de haber elegido la aplicación inicia el diseño de la guia con una portada que llame la atención con un nombre creativo “Entre aromas y caminos: Descubriendo Atahualpa a través del sabor”. Se establece un índice con botones interactivos donde detalla información sobre la parroquia con imágenes y el mapa de la parroquia donde permitirá acceder a la ubicación de cada establecimiento mediante botones que se dirigen a Google maps permitiendo conocer dónde queda cada establecimiento. Se detalla los platos de cada establecimiento con elementos interactivos sensoriales como la ambientación del lugar y el sonido de las cocciones. Se utiliza información relevante sobre los platos y los elementos sensoriales, porque degustar no solo se basa en comer, implica el disfrute de la comida y la conexión con el lugar.

Fase 3: Revisión y publicación

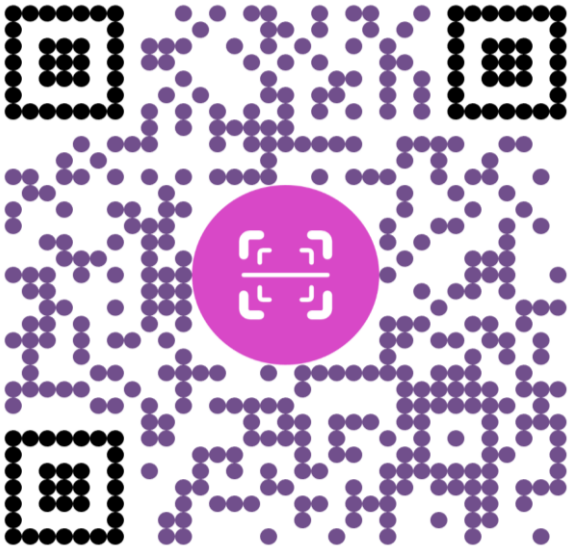
Una vez desarrollada la guia gastronómica, se realiza una revisión para que el contenido funcione de manera correcta sin que haya problemas en los botones, en la música, en el mapa y en los enlaces. Posterior a la revisión y validar que todo funciona correctamente se publica en línea y se genera códigos QR como método para la promoción de la parroquia y permite a los usuarios acceder desde sus dispositivos móviles para conocer y motivarlos a visitar la parroquia Atahualpa por su oferta gastronómica.

Enlace guia gastronómica interactiva digital

https://view.genially.com/691b964c302505ab4540a70c

Figura 15

Código QR



C. MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias bibliográficas

Albornoz Zamora, E. J., Guzmán, M. del C., Sidel Almache, K. G., Chuga Guamán, J. G., González Villanueva, J. L., Herrera Miranda, J. P., Zambrano Sanguinetti, L. C., Cañizales Jota, A. L., Vera, L. M., Marquez de González, A. H., González Noriega, R. V., Cruz Tamayo, K. E., Luna Álvarez, H. E., Macias Merizalde, A. M., Brice Hernandez, D. E., & Arteaga Delgado, R. (2023). *Metodología de la Investigación aplicada a las ciencias de la salud y la educación*. Mawil Publicaciones de Ecuador. https://repositorio.ister.edu.ec//handle/68000/239

Aldea, V. (2023, noviembre 7). *¿Sabes cómo diseñar el ambiente de tu restaurante?* Combo. https://combohr.com/es/blog/ambiente-de-restaurante

Altieri, M. A., & Nicholls, C. (2008). Los impactos del cambio climático sobre las comunidades campesinas y de agricultores tradicionales y sus respuestas adaptativas. *Agroecología*, *3*, 7–24.

Alvarez Calupiña, G. F., Jiménez-Caballero, J. L., & Dos Santos Almeida, P. J. (2023). Calidad y satisfacción del turista en relación a la imagen del destino en la intención de recomendar la ciudad de Quito. *Journal Scientific MQRInvestigar*, *6*(4), 944–968. https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.944-968

Arcos Soria, F. H. (2024). *Manual de montaje de platos enfocados en la gastronomía típica de Ambato*. https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/44631

Arias, F. (2013). *El proyecto de investigacion* (6a ed.). Episteme.

Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, *63*(2), 201–206. https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181

Arias Gonzales, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (1a ed.). https://www.researchgate.net/publication/352157132

Arteaga Flores, C. E., Pardo-Reyes, E. S., López Salido, S. C., & Romero Cortés, A. L. (2025). Los sentidos y el comportamiento alimentario: Implicaciones de la discapacidad sensorial. *Journal of Behavior and Feeding*, *4*(8), 1–6. https://doi.org/10.32870/jbf.v4i8.73

Bustán, Y. (2025). *Ecuador gana el título a la Mejor Experiencia Gastronómica de Latinoamérica – Revista Zona Libre*. https://www.revistazonalibre.ec/2025/10/25/ecuador-gana-el-titulo-a-la-mejor-experiencia-gastronomica-de-latinoamerica/

Cáceres, M. (2024). La identidad cultural gastronómica en el Ecuador. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, *8*(53), 257–264. https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol8iss53.2024pp257-264

Caicedo, J. A. (2022). La cultura gastronómica del centro histórico de la ciudad de Quito como patrimonio alimentario. *ECA Sinergia*, *13*(2), 118–128. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i2.3514

Caicedo, P., Gavilanes, E., & Domínguez, F. (2023a). Innovación al montaje de platos y bebidas del cantón Ambato según la cocina sensorial. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, *5*(4), 426–438. https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i4.678

Caicedo, P., Gavilanes, E., & Domínguez, F. (2023b). Innovación al montaje de platos y bebidas del cantón Ambato según la cocina sensorial. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, *5*(4), 426–438. https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i4.678

Caicedo Tuberquia, J. E., Conlago Ascanta, G. E., Buenaño Allauca, M., Guevara-Aroca, F. X., & Ortiz, C. (2025). El emplatado y la experiencia gastronómica: Estudio de Caso en Yahuarcocha, Ibarra, Ecuador. *Revista de Gastronomía y Cocina*, *4*(E1), 04E101-04E101. https://doi.org/10.70221/rgc.v4iE1.88

Cajal, M. (2025, enero 12). 12 Tendencias del marketing turístico en 2025. *Mabel Cajal | Consultora Marketing Digital en la era de la IA*. https://www.mabelcajal.com/tendencias-marketing-turistico-digital/

Carranza Patiño, H. M., Tubay Moreira, M. F., Espinoza Briones, H. B., & Chang Muñoz, W. L. (2021). Saberes ancestrales: Una revisión para fomentar el rescate y revalorización en las comunidades indígenas del Ecuador. *Journal of Science and Research*, *6*(3). https://doi.org/10.5281/ZENODO.5659722

Carrasco Fernandez, V. A. (2024a). *La experiencia turística y su aporte al bienestar emocional*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Carrasco Fernandez, V. A. (2024b). *La experiencia turística y su aporte al bienestar emocional*.

Carrera, M. (2024). *Cultura gastronomica Ecuatoriana*. Deming. https://biblioteca.deming.edu.ec/handle/123456789/23

Casagallo Lugmaña, E. M., Esmeraldas Medranda, A. L., Romero Silva, V. E., Sandoval Alban, Á. M., & Manosalvas Guevara, A. C. (2025). Niveles de Concreción Curricular: Planificación, Innovación y Gestión al Cambio Curricular Ecuatoriano. *Emergentes - Revista Científica*, *5*(1), 235–257. https://doi.org/10.60112/erc.v5i1.319

Castellanos, S. M. S. (2022). El estudio de la imagen en turismo. Una aproximación a sus principales definiciones. *Turismo y Patrimonio*, *18*, 31–47.

Castro Analuiza, J. C., Palacios Pérez, J. M., & Plazarte Alomoto, L. V. (2020). Imagen del destino desde la perspectiva del turista. *Turismo y Sociedad*, *26*, 45–66. https://doi.org/10.18601/01207555.n26.02

Cevallos Hermida, C., & Salazar, J. C. (2024). *Ecuador un país de gastronomía infinita*. http://cimogsys.espoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2025-07-21-221604-libro_ecuador_un_pais__de_gastronomia_infinita_compressed.pdf

Cisneros Caicedo, A. J., Guevara García, A. F., Urdánigo Cedeño, J. J., & Garcés Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científ-ica en Tiempo de Pandemia. *Dominio de las Ciencias*, *8*(1), 1165–1185. https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546

Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: Una revisión desde Colombia. *Innovar: revista de ciencias administrativas y sociales*, *31*(81), 35–48.

Correa, B. E., Lechuga Besné, M., & Mata Mata, L. (2022). Placer y su relación con la lealtad en la experiencia turística. *Investigaciones Turísticas*, *24*, 46. https://doi.org/10.14198/INTURI2022.24.3

Cruz, J. de la. (2021, octubre 13). *Sabores En La Lengua: El Sentido Del Gusto - BordonClinic*. https://www.bordonclinic.com/sabores-en-la-lengua/

Cubiro. (2024, julio 24). Las mejores ideas para emplatar y decorar comidas. *Cubiro.com*. https://cubiro.com/emplatado-gourmet-ideas-para-emplatar-y-decorar-comidas/

Dikeçligil, G. N., & Gottfried, J. A. (2024). What Does the Human Olfactory System Do, and How Does It Do It? *Annual Review of Psychology*, *75*(Volume 75, 2024), 155–181. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-042023-101155

Domínguez Pallach, A. C. (2012). *El sentido del gusto y su dimensión estética en la comida*.

Dores, R. A. (2024). Gastronomía sensorial: El arte de la cata a ciegas. *Cadernos de Agroecologia*, *19*(1), 6.

Duarte Sánchez, D. D., & Guerrero Barreto, R. (2024). La encuesta como instrumento de recolección de datos, confiabilidad y validez en investigación científica. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativas*, *3*(2), 94–107.

Esponda Pérez, J. A., Moreno Cortés, K. C., Sánchez López, Vila Cisneros, T. L., & Cáceres Torres, C. A. (2025). Del plato a la experiencia: Marketing sensorial y emocional en la gastronomía. *Emergentes - Revista Científica*, *5*(1), 714–739. https://doi.org/10.60112/erc.v5i1.319

Francia, G. (2021, junio 14). Memoria sensorial: Qué es, tipos y ejemplos. *psicologia-online.com*. https://www.psicologia-online.com/memoria-sensorial-que-es-tipos-y-ejemplos-5800.html

Fuentelsaz Gallego, C. (2004). Cálculo del tamaño de la muestra. *Matronas profesión*, *5*(18), 5–13.

Galarza Cachiguango, I. S., Aguinaga Del Hierro, C. A., & Guevara Aroca, F. X. (2023). Gastronomía. Una aproximación a su historia, epistemología y corrientes. *TURPADE. Turismo, Patrimonio y Desarrollo*, *2*(18). https://doi.org/10.21640/rt.v2i18.53

García, J. (2023, diciembre 8). Descubre cómo utilizar la ambientación como una estrategia clave para atraer clientes a tu restaurante. *Improvitz formerly Impactum*. https://impactum.mx/descubre-como-utilizar-la-ambientacion-como-una-estrategia-clave-para-atraer-clientes-a-tu-restaurante/

García Martínez, L. (2024, diciembre 11). El impacto del emplatado en la experiencia gastronómica | Actualizado octubre 2025. *Goizekowellington.es*. https://goizekowellington.es/influencias-del-emplatado-en-la-experiencia-culinaria/

Gessen, M. (2023, octubre 21). *La Neurogastronomía Aplicada de Merlin Gessen: La Magia de Comer con los Sentidos*. Neurofood.Consulting. https://www.neurofood.consulting/post/la-neurogastronomia-aplicada-de-merlin-gessen-la-magia-de-comer-con-los-sentidos

Gómez, E., & Luján Johnson, G. (2022). Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina

tradicional de la costa ecuatoriana. *Siembra*, *9*, e3594. https://doi.org/10.29166/siembra.v9i1.3594

Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., Ceron, J.-P., & Dubois, G. (2012). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research*, *39*(1), 36–58. https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.002

Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, *4*(3), 163–173. https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Guevara Rosero, J. (2018). La gastronomía tradicional y su importancia como recurso cultural para el desarrollo del turismo en la provincia del Carchi. *SATHIRI*, 71. https://doi.org/10.32645/13906925.210

Hammond, M. (2025, marzo 6). *Atención personalizada: Guía completa para implementarla con éxito*. https://blog.hubspot.es/service/atencion-personalizada-clientes

Hernández-Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *REVISTA CUHSO*, *28*, 154–176. https://doi.org/10.7770/cuhso-v28n1-art1236

Herrera Calvo, M., Guapisaca Vargas, Á., Ayora Guamán, D., & Álvarez Ochoa, I. (2022). Potencialización de la cocina tradicional a partir del uso de ollas de barro en la elaboración de caldos tradicionales en el Austro. *Revista Alfa*, *6*(16), 60–71. https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v6i16.150

Herrera-Eguez, C. G., Villalva-Guevara, M. R., Villalva-Guevara, S. C., & Romero-Machado, E. R. (2024). Turismo Gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un Análisis del Perfil del Visitante. *Polo del Conocimiento*, *9*(8), 747–773. https://doi.org/10.23857/pc.v9i8.7723

Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, *9*(2), 132–140. https://doi.org/10.1086/208906

Huamán de los Heros, C., & Calanchez Urribarri, Á. (2025). Calidad del servicio al cliente y exclusividad en la experiencia turística de lujo en Perú. *INVECOM*, *5*(1). https://ve.scielo.org/pdf/ric/v5n1/2739-0063-ric-5-01-e501081.pdf

Inga Mogrovejo, K. M., & Pesántez Cabrera, A. V. (2018). *"ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PERCEPCIÓN SENSORIAL DE SEIS PLATOS TÍPICOS CUENCANOS CON MÉTODOS TRADICIONALES DE COCCIÓN Y MÉTODOS MODERNOS"*.

Jáuregui, M., & Razumiejczyk, E. (2011). Memoria y aprendizaje: Una revisión de los aportes cognitivos. *CONIGET*. https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/193828?show=full

Jiménez Rodríguez, A., Rico Cánovas, E., & Moltó Mantero, E. (2023). Análisis de la cadena de valor del turismo gastronómico y sus relaciones desde un enfoque territorial: Criterios de funcionalidad y jerarquización. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, *97*. https://doi.org/10.21138/bage.3353

Kim, S., Park, E., Fu, Y., & Jiang, F. (2021). The cognitive development of food taste perception in a food tourism destination: A gastrophysics approach. *Appetite*, *165*, 105310. https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105310

Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L., & Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing the Influence on Destination Image. *Foods*, *12*(2), 315. https://doi.org/10.3390/foods12020315

La Hora. (2021, agosto 19). *Ruta del Sabor reactiva el turismo en Atahualpa*. LA HORA. https://www.lahora.com.ec/tungurahua/Ruta-del-Sabor-reactiva--el-turismo-en-Atahualpa-20210819-0046.html

López-Bonilla, M., Montesdeoca-Peña, E., & Quisimalín-Santamaria, H. (2021). Desarrollo del turismo: Las percepciones del comportamiento del turista. *593*

Digital Publisher CEIT, *6*(5), 155–167. https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.649

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (1a ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. https://doi.org/10.35622/inudi.b.080

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2025, julio 11). *Mujeres emprendedoras promocionan sus productos en la Feria Emprende que se hizo en la parroquia Atahualpa – Ministerio de Inclusión Económica y Social*. https://www.inclusion.gob.ec/mujeres-emprendedoras-promocionan-sus-productos-en-la-feria-emprende-que-se-hizo-en-la-parroquia-atahualpa/

Moliner, M., Monferrer, D., & Ferreres, J. (2021). Experiencias memorables en destinos turísticos: Influencia de la gastronomía local y la sostenibilidad. *Congreso Internacional de Turismo FUETUR*, 1–14. ResearchGate. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28194.94401

Monroy Ceseña, M. A., & Cruz Chávez, P. R. (2025). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los establecimientos hoteleros en el período 2003-2023: Revisión sistemática y estado de la cuestión. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, *8*(2), 108–128. https://doi.org/10.21071/riturem.v8i2.16418

Morán Lozano, N. S., Zavala Baque, D. L., Intriago Terán, A. B., Ávila Parrales, R. A., Guerrero Alcívar, H. A., Tuárez Bravo, H. M., Pinargote Bravo, B. J., & Pilay Robles, N. A. (2025). Metodología de la Investigación Científica: Diseño de Investigaciones Cuantitativas. *Editorial Internacional Alema*. https://editorialalema.org/libros/index.php/alema/article/view/45

Morocho Quilli, M. M., & Narváez Sanmartín, P. X. (2024). *Nivel de sobrecarga de los cuidadores de los adultos mayores de la parroquia Tarqui, periodo 2023-2024.* https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ce343108-7225-4c76-addc-f58069a0c758/content

Nieto Mejía, A. (Ed.). (2020). *Gastronomía y turismo: Una reflexión cultural*. Editorial Fundación Universitaria San Mateo. https://doi.org/10.7476/9786289558210

Ojeda, A. L., López, R. H., & Mendoza, M. (2021). Gastronomía y patrimonio. Estética de lo intangible. *Gastronomía y Patrimonio. Estética de Lo Intangible*.

Oleszkiewicz, A., Croy, I., & Hummel, T. (2025). The impact of olfactory loss on quality of life: A 2025 review. *Chemical Senses*, *50*, bjaf023. https://doi.org/10.1093/chemse/bjaf023

Ortega Reina, F. J. (2023, enero 12). Técnicas de Emplatado y presentación de platos: Guía 2025. *IngenieriadeMenu.com*. https://ingenieriademenu.com/tecnicas-de-emplatado/

Paliz Sánchez, C., Mazacón Cervantes, C., Mazacón Gómez, M., & Suárez Guamán, P. (2024). *BIDESTADÍSTICA INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA EN CIENCIAS DE LA SALUD* (1a ed.). BINARIO. https://doi.org/10.56846/bin.ec.IDDS5602

Parra Villavicencio, L. (2019, abril 13). La Gastronomía ecuatoriana como un gran potencial turístico. *Entorno Turístico*. https://www.entornoturistico.com/la-gastronomia-ecuatoriana-como-un-gran-potencial-turistico/

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2001). *Economía de la experiencia, La*. Ediciones Granica S.A.

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Atahualpa. (2023). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2019—2023* (No. 930; p. 175). https://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/EE930_2023.pdf

Poveda, T. C., Bastidas, K. R., Arguello, B. S., & Chango, J. A. (2023, diciembre). *Análisis de la experiencia sensorial en la degustación de un menú de comida fusión asiático-ecuatoriana: Estudio de caso en Ambato, Ecuador* (Edición

Especial, Año XI, Artículo 127). 1–18. Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

Ramos Ruiz, J. E., Aguilar-Rivero, M., Castaño-Prieto, L., & López-Guzmán, T. (2024). Sabores y sensaciones: Análisis de la experiencia gastronómica de los turistas y su relación con el perfil sociodemográfico. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 57–73. https://doi.org/10.17561/ree.n2.2024.8785

Registro Oficial. (2023). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2019—2023* (No. 930; p. 175). https://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/EE930_2023.pdf

Reyes Uribe, A. C., Guerra Avalos, E. A., Quintero Villa, J. M., Reyes Uribe, A. C., Guerra Avalos, E. A., & Quintero Villa, J. M. (2017). Educación en gastronomía: Su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*, *32*. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1870-90362017000100009&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Righini, N., Aguilera Cervantes, V. G., Universidad de Guadalajara, Housni, F. E., & Universidad de Guadalajara. (2025). Los sentidos y el comportamiento alimentario: Implicaciones de la discapacidad sensorial. *Journal of Behavior and Feeding*, *4*(8), i. https://doi.org/10.32870/jbf.v4i8.91

Rivera Amendaño, J. S. (2025). *Diseño Interior de un restaurante tipo roof top a partir del diseño sensorial, para potenciar la identidad cultural* [bachelorThesis, Universidad del Azuay]. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/15652

Rivera López, C. del P., Brandan Vilca, A. D., Callan Bacilio, R., Mallqui Palomino, S. M., Agustin Hurtado, A. J., & Martel Fretell, B. H. (2025). Sabores que conectan: Marketing sensorial y fidelización de clientes en restaurantes temáticos. *Zenodo*, *6*(2). https://doi.org/10.5281/zenodo.16581962

Rodríguez, D., Antamba, E., & Gallegos, G. S. (2025a). Cocina patrimonial y turismo gastronómico en Ecuador: Revisión sistemática de las estrategias de valorización cultural. *Revista San Gregorio*, *1*(63), 105–117. https://doi.org/10.36097/rsan.v1i63.3653

Rodríguez, D., Antamba, E., & Gallegos, G. S. (2025b). Cocina patrimonial y turismo gastronómico en Ecuador: Revisión sistemática de las estrategias de valorización cultural. *Revista San Gregorio*, *1*(63), 105–117. https://doi.org/10.36097/rsan.v1i63.3653

Salazar, E. (2024). *Muestreo estadístico*. https://www.researchgate.net/publication/379082656

Sarasola, J. (2024). *Prueba ji-cuadrado (chi-cuadrado) de Pearson*. ikusmira.org. https://ikusmira.org/p/prueba-ji-cuadrado-chi-cuadrado-de-pearson

Silvera Ortiz, P. J., Poma Quispe, M. S., Escudero Solórzano, E. A., Paucar Espinoza, L. V., Abanto Cabanillas, A. M., & Mautino Ríos, G. M. (2021). *Turismo Vivencial | PDF | Turismo | Perú*. Scribd. https://es.scribd.com/document/520390867/Turismo-Vivencial

Sotelo, I., Vernot, D., & Filomena-Ambrosio, A. (2020). Chontaduro y coco: De la tradición al diseño de platos. Características sensoriales y valor nutricional. *Revista Alimentos Hoy*, *28*(52), 49–65. Universidad de La Sabana.

Sotomayor Pereira, J. G., Castillo Ríos, G. B., & Riofrío Orozco, O. (2018). Rol de los sentidos en el proceso de compra de los consumidores en un mercado. *Universidad y Sociedad*, *10*(2), 34–39.

Stoffregen, T., Mantel, B., & Bardy, B. G. (2017). The Senses Considered as One Perceptual System. *Ecological Psychology*, *29*(3), 165–197. https://doi.org/10.1080/10407413.2017.1331116

Suarez, E. (2025, febrero 28). *Método Hipotético Deductivo: Conceptos y Ejemplos Clave para Estudiar*. https://expertouniversitario.es/blog/metodo-hipotetico-deductivo/

Suárez Luque, J. C., & Rodríguez, M. del C. (2018). Saberes Ancestrales y Cosmovisión Transdisciplinaria para Desarrollo Sustentable. *Studocu*, *7*, 71–82.

Tixilema, E. (2025, mayo 26). Gastronomía ancestral como emprendimiento sostenible. *Universidad Indoamérica*. https://www.indoamerica.edu.ec/gastronomia-ancestral-como-emprendimiento-sostenible/

Torres Oñate, F., Sánchez Guerrero, D., López Pérez, S., & Romo Rojas, M. (2024). Turismo de experiencia y la cocina tradicional Ambateña. *Polo del Conocimiento*, *9*(2), 256–267. Polo del Conocimiento. https://doi.org/10.23857/pc.v9i1

Tung, V., & Ritchie, J. R. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research - ANN TOURISM RES*, *38*, 1367–1386. https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009

UNESCO. (2025, junio 7). *Saberes ancestrales: Calendario Ecológico Tradicional | UNESCO*. UNESCO. https://www.unesco.org/es/articles/saberes-ancestrales-calendario-ecologico-tradicional

Urgilés Lara, N. S. (2025). *Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de licenciada en Turismo*. Universidad Tecnica de Ambato.

Vanegas, J., Valencia-Cárdenas, M., Mayorga-Abril, C., & Restrepo-Morales, J. (2025). Motivaciones en la elección de un destino por parte del turista: Un estudio comparado en Medellín y Ambato. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *23*(2), 355–374. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.024

Vargas Alvarez, J. R. (2025, mayo 20). Gastronomía sensorial, cuando comer es una experiencia. *UIC.MX*. https://www.uic.mx/gastronomia-sensorial-cuando-comer-es-una-experiencia/

Vargas Guzmán, F. J., Palomino Alvarado, G. del P., Santellán Pinedo, K. A., & Ríos, J. (2021). La Seguridad y desarrollo del turismo frente al covid-19: Una revisión internacional de literatura. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, *2*(2), 126–136. https://doi.org/10.51798/sijis.v2i2.84

Vega Falcón, V. (2018). Gastronomía ecuatoriana y turismo local. (Ecuadorian Cuisine and Local Tourism). *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3554856

Vera Lindao, A. D. (2024). *Turismo vivencial como actividad turística para la comuna Monteverde, Provincia de Santa Elena 2023*. Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena.

Villalva, M., & Inga, C. (2021). SABERES ANCESTRALES GASTRONÓMICOS Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, *13*, 129–142. https://doi.org/10.37135/chk.002.13.08

Villamarin-Ojeda, S., Zizumbo-Villareal, L., & González-Damián, A. (2023). Las experiencias turísticas. Su estudio desde la revisión sistemática de la literatura científica. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, *17*(2), 1–26. https://doi.org/10.17979/rotur.2023.17.2.9481

World Tourism Organization (UNWTO) & Basque Culinary Center (Eds.). (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. World Tourism Organization (UNWTO). https://doi.org/10.18111/9789284420995

Zamora Guerrero, B. J., Vaca Vaca, C. I., Romo Rojas, M. G., & Bonilla Chango, M. J. (2025). La experiencia turística en un destino rural, caso de estudio Santa Rosa – Tungurahua, Ecuador: The tourist experience in a rural destination, Santa Rosa – Tungurahua, Ecuador case study. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, *6*(1). https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3487

Zulaica, A. R. (2017). *Cómo diseñar una experiencia turística*.

Anexos

Anexo A. Carta Compromiso

Carta de Compromiso

Ambato, 29 de mayo del 2025

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

Garces Marcelo en mi calidad de Presidente del GAD Parroquia de Atahualpa, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: "La gastronomía sensorial y la experiencia turística en la parroquia Atahualpa cantón Ambato" propuesto por la estudiante Lagua Montachana Evelyn Abigail, portor/a de la Cedula de Ciudadanía 1850593920, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

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

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente.

.....
CI. 1801461367
Cel. 1801461367
0983094407

Anexo B. Instrumentos

Ficha de observación tipo check list

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

Objetivo: Describir los componentes de la gastronomía sensorial

Rol de la observadora: Registrar de manera objetiva y detallada las percepciones sobre los estímulos sensoriales (sabor, aroma, textura, presentación visual) el entorno de los establecimientos y el servicio ofrecido.

Instrucciones:
Marcar **Sí,** si el punto se cumple.
Marcar **No,** si no se cumple.
Marcar **N/A,** si no aplica

CHECK LIST

Observadora:		Fecha:	
Establecimiento:		Ubicación:	
Platos:			

Dimensión	Ítem	Si	No	N/A	Observaciones
Los sentidos	Los platos tienen aromas característicos y agradables	☐	☐	☐	
	Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	☐	☐	☐	
	Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	☐	☐	☐	
	La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	☐	☐	☐	
	La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	☐	☐	☐	
	Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	☐	☐	☐	
Gastronomía tradicional	Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	☐	☐	☐	
	Se usan productos locales o autóctonos en la preparación	☐	☐	☐	
	Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	☐	☐	☐	
Estética	Los platos presentan una variedad de colores agradables	☐	☐	☐	
	El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	☐	☐	☐	
	La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	☐	☐	☐	
	El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	☐	☐	☐	

Cuestionario escala Likert

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

Objetivo: Identificar las características de la experiencia turística aplicables a los locales de comida en la parroquia Atahualpa

Rol de la encuestadora: Recoger información precisa y estructurada sobre percepciones de los turistas respecto a la oferta gastronómica de la parroquia Atahualpa.

Rol de los encuestados: Brindar una evaluación honesta y reflexiva sobre su nivel de acuerdo a su vivencia personal. Es esencial que respondan con sinceridad, donde se evite respuestas apresuradas o arbitrarias que puedan afectar la coherencia y calidad de la información.

Instrucciones: Lea cada afirmación cuidadosamente y seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo.
Escalas de valoración

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

Encuesta tipo Likert

Edad

☐ 18 – 25 años
☐ 26 – 40 años
☐ 41 – 60 años
☐ Más de 60 años

Género

☐ Masculino
☐ Femenino
☐ LGBTIQ+
☐ Prefiero no decirlo

1. ¿Qué aspecto valora más al vivir una experiencia turística con enfoque gastronómico?

☐ El sabor y presentación de los platos
☐ La historia y tradición del lugar
☐ La interacción con la comunidad local
☐ El entorno natural y paisajístico

N.º	Ítem	1	2	3	4	5
2	¿Los aromas, sabores y texturas de la gastronomía tradicional contribuyeron a una experiencia sensorial memorable?	☐	☐	☐	☐	☐
3	¿Pudo reconocer claramente alguno de los cinco sabores básicos; dulce, salado, ácido, amargo o umami) durante la degustación de alimentos?	☐	☐	☐	☐	☐
4	¿Considera que la preparación artesanal de platos típicos aporto valor a la experiencia turística en los locales de comida de la parroquia Atahualpa?	☐	☐	☐	☐	☐
5	¿Considera que la ambientación del local (decoración, música, mobiliario) mejoro su experiencia como visitante?	☐	☐	☐	☐	☐
6	¿Considera que las instalaciones limpias y bien mantenidas mejoraron su experiencia gastronómica?	☐	☐	☐	☐	☐
7	¿Considera que la atención al cliente fue amable y eficiente durante su experiencia gastronómica en Atahualpa?	☐	☐	☐	☐	☐
8	¿La oferta gastronómica de la parroquia Atahualpa contribuyo positivamente a su experiencia turística?	☐	☐	☐	☐	☐
9	¿Considera que el precio de los platos tradicionales fue justo en relación con la calidad ofrecida?	☐	☐	☐	☐	☐
10	¿Recomendaría los locales de comida en Atahualpa a un amigo o familiar basado en su experiencia en torno a la gastronomía tradicional?	☐	☐	☐	☐	☐
11	¿Volverías a visitar la parroquia Atahualpa por su comida típica?	☐	☐	☐	☐	☐
12	¿Considera que una guía gastronómica digital, que integre mapas interactivos y contenidos sensoriales podría mejorar su experiencia turística?	☐	☐	☐	☐	☐

Anexo C. Validación de instrumentos

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE CHECK LIST A ESTABLECIMIENTOS DE GASTRONOMIA TRADICIONAL

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

Apreciación.

_____
_____
_____
_____

Observaciones.

_____
_____
_____
_____
_____
_____

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**
Los platos tienen aromas característicos y agradables	X			
Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	X			
Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	X			
La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	X			
La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	X			
Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	X			
Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	X			
Se usan productos locales o autóctonos en la preparación.	X			
Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	X			
Los platos presentan una variedad de colores agradables	X			
El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	X			
La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	X			
El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	X			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Lic. Juan Carlos Zurita.

Especialidad del evaluador CHEF

Lugar de trabajo: RESTAURANTE PROPIO

Cargo que desempeña: CHEF

Fecha:

Firma: _____

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE CHECK LIST A ESTABLECIMIENTOS DE GASTRONOMIA TRADICIONAL

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.

Es factible su aplicación

Observaciones.

Ninguno.

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**
Los platos tienen aromas característicos y agradables	✓			
Los aromas del plato evocan recuerdos o son fáciles de identificar.	✓			
Se puede identificar claramente alguno de los siguientes sabores (salado, dulce, ácido, amargo, umami)	✓			
La combinación de sabores genera una experiencia placentera y memorable	✓			
La textura del alimento es agradable (suavidad, crujiente)	✓			
Se puede identificar fácilmente los ingredientes a simple vista	✓			
Los platos representan preparaciones típicas o tradicionales del país.	✓			
Se usan productos locales o autóctonos en la preparación.	✓			
Los platos son preparados utilizando técnicas tradicionales	✓			
Los platos presentan una variedad de colores agradables	✓			
El ambiente del establecimiento (decoración, música, etc.) complementa la experiencia	✓			
La iluminación contribuye a la experiencia visual del plato	✓			
El emplatado es ordenado, limpio y visualmente agradable.	✓			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Ing Wilson Iluay

Especialidad del evaluador Ing en Ecoturismo

Lugar de trabajo: GADMSJB de Mocha.

Cargo que desempeña: Analista de Turismo y Cultura

Fecha: 08/10-2025

Firma: _____

G.A.D. MUNICIPAL DE MOCHA
TURISMO
TUNGURAHUA

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENCUESTAS TIPO LIKERT 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 estan planteadas de acuerdo a su especialidad

Observaciones.

Puede aplicar esta encuesta sin ninguna novedad

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**
¿Los aromas, sabores y texturas de la gastronomía tradicional contribuyeron a una experiencia sensorial memorable?	✓			
¿Pudo reconocer claramente alguno de los cinco sabores básicos; dulce, salado, ácido, amargo o umami) durante la degustación de alimentos?	✓			
¿Considera que la preparación artesanal de platos típicos aporto valor a la experiencia turística en los locales de comida de la parroquia Atahualpa?	✓			
¿Considera que la ambientación del local (decoración, música, mobiliario) mejoro su experiencia como visitante?	✓			
¿Considera que las instalaciones limpias y bien mantenidas mejoraron su experiencia gastronómica?	✓			
¿Considera que la atención al cliente fue amable y eficiente durante su experiencia gastronómica en Atahualpa?	✓			
¿La oferta gastronómica de la parroquia Atahualpa contribuyo positivamente a su experiencia turística?	✓			
¿Considera que el precio de los platos tradicionales fue justo en relación con la calidad ofrecida?	✓			
¿Considera que una guía gastronómica digital, que integre mapas interactivos y contenidos sensoriales podría mejorar su experiencia turística?	✓			
¿Recomendaría los locales de comida en Atahualpa a un amigo o familiar basado en su experiencia en torno	✓			

a ´ la gastronomía tradicional?				
¿Volverías a visitar la parroquia Atahualpa por su comida típica?	✓			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Ing Wilson Iluay

Especialidad del evaluador Ing en Ecoturismo

Lugar de trabajo: GADMSJB de Mocha

Cargo que desempeña: Analista de Turismo y Cultura

Fecha: 08/10 - 2025

Firma: _____

G.A.D. MUNICIPAL DE MOCHA
TURISMO
TUNGURAHUA

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENCUESTAS TIPO LIKERT A TURISTAS

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

Apreciación.

_____

_____

_____

_____

Observaciones.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

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**
¿Los aromas, sabores y texturas de la gastronomía tradicional contribuyeron a una experiencia sensorial memorable?	✓			
¿Pudo reconocer claramente alguno de los cinco sabores básicos; dulce, salado, ácido, amargo o umami) durante la degustación de alimentos?	X			
¿Considera que la preparación artesanal de platos típicos aporto valor a la experiencia turística en los locales de comida de la parroquia Atahualpa?	X			
¿Considera que la ambientación del local (decoración, música, mobiliario) mejoro su experiencia como visitante?	X			
¿Considera que las instalaciones limpias y bien mantenidas mejoraron su experiencia gastronómica?	X			
¿Considera que la atención al cliente fue amable y eficiente durante su experiencia gastronómica en Atahualpa?	X			
¿La oferta gastronómica de la parroquia Atahualpa contribuyo positivamente a su experiencia turística?	X			
¿Considera que el precio de los platos tradicionales fue justo en relación con la calidad ofrecida?	X			
¿Considera que una guía gastronómica digital, que integre mapas interactivos y contenidos sensoriales podría mejorar su experiencia turística?	X			
¿Recomendaría los locales de comida en Atahualpa a un amigo o familiar basado en su experiencia en torno				

a la gastronomía tradicional?		X		
¿Volverías a visitar la parroquia Atahualpa por su comida típica?		X		

gastronomica

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Lic. Juan Carlos Zurita

Especialidad del evaluador CHEF

Lugar de trabajo: RESTAURANTE PROPIO

Cargo que desempeña: CHEF

Fecha:

Firma: _____

Anexo D. Evidencias

Figura 16

Visita a los establecimientos de gastronomía tradicional



Nota. Foto tomada por Lagua Abigail (2025)



Nota. Foto tomada por Montachana Marcia (2025)



Nota. Foto tomada por Lagua Abigail (2025)

Figura 17

Encuestas en la parroquia Atahualpa



Nota. Foto tomada por Montachana Marcia (2025)



Nota. Foto tomada por Montachana Marcia (2025)