

**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 Licenciado en  
Turismo

**“El *Food Design* en la cocina local de Ambato”**

**Autora:** Ribadeneira Villacis María Cristina

**Tutor:** Torres Oñate Francisco Camilo

**Ambato – Ecuador**

**Febrero, 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

**“El *Food Design* en la cocina local de Ambato”**

De la alumna María Cristina Ribadeneira Villacis, 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, febrero 2022

EL TUTOR

.....  
**Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg.**  
C.C.: 1803318169

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “*El Food Design en la cocina local de 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, febrero 2022

### LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cristina Ribadeneira Villacis', written over a horizontal line.

.....  
María Cristina Ribadeneira Villacis

C.C.: 1805442371

## **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, febrero 2022

**LA AUTORA**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cristina Villacis', is centered on the page. The signature is fluid and cursive.

.....  
María Cristina Ribadeneira Villacis

**C.C.: 1805442371**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“El *Food Design* en la cocina local de Ambato”** de María Cristina Ribadeneira Villacis, 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, febrero 2022

---

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg

C.C.: 1803017365

---

Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg

C.C.: 1802903888

## DEDICATORIA

*El trabajo de investigación actual está dedicado en primer lugar a Dios que me ha permitido culminar con éxito mi carrera, a mis padres que han sido mi pilar fundamental para continuar en el camino, a mis hermanas y hermano que han sido mi fuente de inspiración, a mi familia de sangre y a mi familia de corazón que han estado en los momentos más difíciles de mi vida, dedico este proyecto a mi difunto padre que me acompaña desde el cielo y dedico esta tesis a los ángeles que Dios ha puesto a mi lado para iluminar mi vida, camino y corazón.*

María Cristina Ribadeneira Villacis

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar agradezco a Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida, a mis padres por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, apoyándome en mis éxitos y derrotas, agradezco a mis hermanos por darme abrigo y amor en cada circunstancia, agradezco a mi familia, a los ángeles que Dios ha puesto en mi camino por guiarme, agradezco a mi tutor Francisco Torres por ser un gran maestro e iluminarme con su sabiduría, agradezco a mis profesores que me han forjado profesionalmente, Agradezco a la Familia Chauvín Guevara quienes me han dado la oportunidad de demostrar mi potencial como profesional, una mención especial a Juan Sebastián Chauvín y a su Esposa Carla Moya quienes me han apoyado a lo largo de este proyecto con su comprensión, conocimientos, materiales y su entrega para conseguir el producto de esta tesis, agradezco a mis compañeros de trabajo en el Hotel Miramelindo Spa en especial a Luis Benavides y su esposa Katherine de Benavides quienes fueron de vital apoyo para la realización del producto final de tesis con sus conocimientos y tiempo. Agradezco a la Asociación de Fotógrafos Ecuatorianos quienes, con la suscripción del convenio con la Universidad Técnica de Ambato, permiten que este trabajo de investigación genere una propuesta alineada a la práctica del fototurismo en Ecuador, tributando así con la Estrategia Nacional de Fototurismo.*

María Cristina Ribadeneira Villacis

## INDICE 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
RESUMEN EJECUTIVO .....	x

## CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO .....	1
1.1 ANTECEDENTES .....	1
1.1.1 FUNDAMENTACIÓN TÉCNICO CIENTÍFICA .....	1
Hermenéutica y Dialéctica .....	1
Estética Kantiana.....	3
1.1.2 VARIABLES .....	4
<i>Food Design</i> .....	4
Cocina Local.....	5
1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS .....	7
Objetivo específico 1. Definir los platillos de la cocina local Ambato .....	7
Objetivo específico 2. Demostrar la importancia de la estética a través de la evaluación sensorial en la cocina local. ....	12
Objetivo específico 3. Diseñar una guía de emplatados ( <i>Food Design</i> ) que pertenezca a la cocina local de Ambato. ....	19

## CAPÍTULO II

METODOLOGÍA .....	20
2.1 MATERIALES .....	20
2.2 MÉTODOS.....	20

## CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	22
3.1 Análisis y discusión de resultados .....	22
3.1.1 Parámetros Sensoriales.....	23



<b>3.2 Verificación de Hipótesis</b> .....	28
--------------------------------------------	----

## CAPITULO IV

<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	32
<b>4.1 CONCLUSIONES</b> .....	32
<b>4.2 RECOMENDACIONES</b> .....	33
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	34
<b>ANEXOS</b> .....	40

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Hipótesis .....	21
<b>Tabla 2:</b> Resumen del procesamiento de los casos .....	22
<b>Tabla 3:</b> Estadísticos de fiabilidad .....	22

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Efecto moderador del tipo de restaurante .....	9
<b>Figura 2:</b> Gráfico Color .....	23
<b>Figura 3:</b> Gráfico Textura .....	24
<b>Figura 4:</b> Gráfico Unidad .....	25
<b>Figura 5:</b> Gráfico Altura .....	26
<b>Figura 6:</b> Gráfico puntuación .....	27
<b>Figura 7:</b> Fórmula del Chi Cuadrado .....	29
<b>Figura 8:</b> Chi cuadrado parámetro color .....	29
<b>Figura 9:</b> Chi cuadrado parámetro textura .....	30
<b>Figura 10:</b> Chi cuadrado parámetro unidad .....	30
<b>Figura 11:</b> Chi cuadrado parámetro altura .....	31
<b>Figura 12:</b> Ficha de evaluación sensorial .....	40
<b>Figura 13:</b> Ficha de evaluación sensorial. ....	41
<b>Figura 14:</b> Ficha de evaluación sensorial. ....	42
<b>Figura 15:</b> Ficha de evaluación sensorial .....	43
<b>Figura 16:</b> Fotografía Juan Chauvín .....	44
<b>Figura 17:</b> Proceso Fotográfico .....	45
<b>Figura 18:</b> Fotografía del proceso de emplatado .....	46
<b>Figura 19:</b> Proceso de emplatado .....	47
<b>Figura 20:</b> Proceso de emplatado .....	48
<b>Figura 21:</b> Fotografía de Cristina Ribadeneira, autora del proyecto. <b>Capturado por:</b> Ribadeneira, C. (2022) .....	48
<b>Figura 22:</b> Producto .....	49
<b>Figura 23:</b> Producto .....	49
<b>Figura 24:</b> Carta de compromiso .....	50

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación se basa en demostrar que la estética dentro de la cocina local de Ambato es de gran importancia para la evolución del Turismo Gastronómico en Ambato, lo que se busca y se pretende es brindar una mejor experiencia al turista mediante la “seducción” visual, en distintas partes del mundo ya se ha implementado y ha demostrado que da resultados mayores a los esperados, impactar al turista antes de la degustación del plato hace que este se muestre mucho más interesado, dar un plus estético considerando los parámetros de emplatado y conectándolos con la creatividad permite que se llegue al clímax de la experiencia y prolongarla. Esto se pretende que los emprendedores de negocios de cocina de tipo local en Ambato dejen de lado la manera de antigua de servir al comensal y empiecen a expandirse, de esta forma la gastronomía del lugar en este caso Ambato podrá sobresalir, implementar esta nueva herramienta y estar en tendencia de presentación debe ser una prioridad en el nicho gastronómico. Por último, no perder la identidad en cada plato de comida servido, reflejar su origen, su ancestralidad y transmitir el mensaje histórico que se pretenda o que el plato pueda contener detrás de su preparación y presentación. Los resultados de la investigación reflejan la evolución de la estética en la comida durante estos años, demostrando que en la actualidad los restaurantes ecuatorianos y la comida local deben mantenerse en la misma línea de evolución para tener competitividad en cuanto a gastronomía.

## **PALABRAS CLAVE: FOOD, DESIGN, GASTRONOMÍA, LOCAL, AMBATO**

### **ABSTRACT**

This research is based on demonstrating that the aesthetics within the local cuisine of Ambato is of great importance for the evolution of Gastronomic Tourism in Ambato, what is sought and intended is to provide a better experience to the tourist through visual "seduction", in different parts of the world it has already been implemented and has shown that it gives greater results than expected, impacting the tourist before the tasting of the dish makes it much more interested, give an aesthetic plus considering the parameters of plating and connecting them with creativity allows you to reach the climax of the experience and prolong it. This is intended that entrepreneurs of local cuisine businesses in Ambato leave aside the old way of serving the diner and begin to expand, in this way the gastronomy of the place in this case Ambato will be able to stand out, implement this new tool and be in a trend of presentation should be a priority in the gastronomic niche. Finally, do not lose the identity in each dish of food served, reflect its origin, its ancestry and transmit the historical message that is intended or that the dish may contain behind its preparation and presentation. The results of the research reflect the evolution of aesthetics in food during these years, demonstrating that currently Ecuadorian restaurants and local food must remain in the same line of evolution to be competitive in terms of gastronomy.

**KEY WORDS: FOOD, DESIGN, GASTRONOMY, LOCAL, AMBATO**

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 ANTECEDENTES**

#### **1.1.1 FUNDAMENTACIÓN TÉCNICO CIENTÍFICA**

##### **Hermenéutica y Dialéctica**

La hermenéutica ha logrado formar parte del área cognitiva, sobre todo referente al campo de las ciencias humanas y en la filosofía, su relevancia ha sido importante especialmente en el último siglo. Empezó a ser conocida por su destreza interpretativa, si se habla de Gadamer lo que se buscaba era formarla para dar una interpretación que sea universalizada desde el concepto del poder de la comprensión, lo que la posicionaría como una teoría que sea general para el entendimiento (Iglesias, 2019).

Un fragmento importante para llevar a cabo esta teoría es la filología, pero sin dejar de lado lo que es la estética Iglesias (2019) en su escrito habla de la unión de la dialéctica, lo que le aporta un criterio crítico al conocimiento, lo que la constituye como una catequesis que no se aleje de la importancia de la historia, de esta manera se crea un nexo entre la filosofía y la filología que es lo que permite mantenerse dentro de las ciencias humanas.

El uso de esta teoría se aplica desde el momento en el cual se entiende que un tópico sobrepasa en su complejidad, cuando el entendimiento humano no puede no permite esclarecer las ideas se acude a ocupar esta herramienta, lo que hace es que el grado el resultado de erudición sea el más alto y el más técnico posible así se cumple que se otorgue una crítica para la población. A pesar de esto, la hermenéutica es considerado como el arte de comprender, desde tiempos antiguos se proyectaba con la Exégesis, que,

si bien era empleada para temas religiosos y especialmente el análisis de la biblia, se la conecta con la relación del tiempo y de la historia al momento de analizar, como por ejemplo la cultura (Rueda, 2017). Sus orígenes se dividían en dos tipos de corrientes las que se encontraba en Alejandría denotaba sus inclinaciones hacia la filosofía, mientras que en Antioquía se daba un protagonismo a la gramática para la ejecución de un análisis. Definitivamente el padre de esta práctica en su versión moderna era Schleiermacher que como ya se mencionó era tipificada como arte, pero en este caso del dialogo (Rueda, 2017).

Al hablar de la hermenéutica y la dialéctica como tal se puede distinguir en que áreas es donde más se la puede emplear, un ejemplo de esto es la tradición, permitirse cuestionar a la tradición no es algo que se deba tomar a la ligera, las preguntas coherentes deben surgir, no obstante, es necesario que el conciliador siempre sea el diálogo, se permite que la experiencia sea tomada como referencia desde otra perspectiva. Asimismo, muestra que la tradición por si sola se abre a la gestación de preguntas y mientras esto suceda, donde la pregunta surge es porque es cuestionable, debido que nace de la particularidad a pesar de esto la respuesta no dejará de mostrar un horizonte. La respuesta a las dudas que genera esta teoría hace que se abra una nueva puerta mientras sea el intérprete quien vaya marcando el destino de la investigación, Gadamer afirmaba que la única forma de llegar a la comprensión es mediante el lenguaje este es el conciliador que tiene el investigador y el lugar de estudio (Gazmuri, 2021).

Los cuestionamientos que parecen que tienen las afirmaciones correctas intrínsecamente en ellos, debe ser sujeto de estudio, el ser del hombre es la primera duda en donde la Hermenéutica y dialéctica se consolidan para ser una teoría y praxis. La filosofía es la aliada de la dialéctica y es la que concede a tener una dirección en base a las incertidumbres, se dice que se puede trazar una recta cognitiva, en el inicio se encuentra la ignorancia, en el extremo más alejado y en el punto medio yace los desaciertos que llevan a errar. El lenguaje y la verdad juntos no eran de hostilidad, ni tampoco es necesario o forzadamente se tiene que trabajar de manera individual con cada uno de ellos, al contrario, estos dos lograban transformar lo definido en ese punto medio. Las comunidades que permanecen con vida liberan su identidad a través de la lengua y el mismo diálogo (Bey, 2021).

De manera que puede ser considerada como una teoría de la sociedad, que se ancla del pensamiento y la historia como tal, se define a la experiencia como el primer acercamiento

para la obtención del conocimiento. Incluso se podría llegar a hablar de una hermenéutica doble aquí se encontrará estructurado por dos fundamentos, la lógica y el empirismo, aportando a las culturas como un claro apoyo a las ciencias sociales (Losada, 2017).

Al realizar la investigación con esta teoría se podrá conseguir los resultados esperados, debido a que, se esclarecerá a la cultura, la tradición que estarán de la mano con la lógica de la filosofía y de igual manera con el empirismo que es lo que se pretende cuestionar. Se llevará el proyecto en la dirección de un conocimiento más real y más construido.

### **Estética Kantiana**

Para Immanuel Kant, toda obra de arte tenía o tiene que ser bella, esto haciendo una semejanza con la naturaleza, Sin embargo se habla de lo que es un juicio estético, el arte en todas sus formas debe ser bello, sin embargo, esto suele ser subjetivo para cada uno de los individuos, “lo bello” y “lo feo” depende de quién lo mire, este concepto se ha mantenido a nivel universal, basándose en el placer y en el nivel de satisfacción que puede generar. El sentido común, es el que puede dejar que la imaginación llegue y sobrepase cualquier límite, entonces por ende el arte puede llegar a alcanzar lo bello. A pesar de esto es importante mencionar que actualmente el concepto de lo bello es aún más subjetivo que nunca, por esto mismo el concepto o mensaje que se pretende transmitir con una obra de arte en el siglo XXI juega un rol fundamental para la persuasión y percepción de la belleza (Clarke, 2019).

De igual manera esta teoría está relacionada con lo que es el *Sensus communis*, esto prácticamente se basa en que, si se designa una cosa como bello, la verdadera intención es que los demás también lo vean desde esta misma visión. Este sentido común señalado no tiene relación con la lógica que se manifiesta en situaciones obvias, más bien decreta que ver lo bello está en cada uno de los seres humanos y que de igual manera todos se encuentran en la capacidad de transmitir su propio mensaje de esto (Carlson, 2018).

De manera que esta teoría ayudará a comprender que lo bello, se puede manifestar en todo tipo de arte y que siempre será necesario seguirlo reconociendo como tal de manera que transmitirlo permite que el resto de individuos se sientan de la misma manera como lo refleja el autor o autora de una obra de arte. La estética es una parte importante del arte por más subjetiva que esta sea.

En este escrito se tomará en cuentas previas investigaciones, lo que permitirá tener otro tipo de perspectivas en el proceso de desarrollo de la misma, apoyando a que tenga un mejor desarrollo, tomando como referencia anteriores recomendaciones, de esta manera se podrá tener una mejor indagación.

### **1.1.2 VARIABLES**

#### ***Food Design***

Se mencionará a López (2019) con su artículo publicado llamado **“La estética extendida como perspectiva para el diseño de experiencias”** En el que se habla acerca de cómo el valor estético juega un rol fundamental en lo que es la experiencia del turista, mostrando como el Turismo Culinario se ha ido imponiendo en auge, donde el viajero está interesado en conocer la cocina local del sector, pero de igual manera busca un extra a su experiencia es aquí donde se menciona una prolongación y mejora de su experiencia por medio de su parte sensorial.

De igual manera se tomará en cuenta a Turska (2011) y su investigación titulada como **“Internacionalismos en el lenguaje de gastronomía y arte culinario”** en el que refleja que la comida es el que de un impulso a la sociedad y de igual manera a la economía, muestra que la relación que hay entre la cultura y diversas civilizaciones da a la luz al idioma culinario, puesto que, gracias al contacto con otras sociedades se da el aprendizaje de nuevas preparaciones y maneras de realizarlo, de igual manera postula que la culinaria es universal debido a su gran cantidad de ofertas de platos a nivel mundial.

En el artículo de Lopes (2014) que tiene como título **“Arte Culinario”** refleja la relevancia de comprender la composición de un plato, para saber comer se necesita no tener hambre, con este pequeño pensamiento se quiere mostrar que un plato que contiene arte y un valor culinario en todo el sentido de la palabra debe ser apreciado, sintiendo sus sabores texturas, sintiendo lo que son sus aromas y admirando sus colores. La cocina data desde el inicio de los tiempos así que lo que se consume es historia pura, los cocineros y chefs se han encargado de elevar cada plato y darles un giro de 360° un plato que en si se podría decir bruscamente que fue creado para los pobres ahora es uno de los más buscados por personas de clase alta o turistas que están dispuestos a gastar lo que sea necesario para consumirlos

En la investigación **“La gastronomía en las fiestas de moros y cristianos españolas: su influencia Andalusí y Sefardí”** por Martínez y Catalá (2019) se señala que el arte culinario es uno de los más completos debido a su complejidad pero también a lo que significa, no solo se tiene que alimentar al cuerpo sino que de igual manera pretende saciar el alma, a más de esto se suma que se da un juego con todos los sentidos, se dice que por medio de la vista el plato empieza a ser interesante, el olfato ayuda complementar la tentación de degustarlo, el tacto se lo puede utilizar al tocar las diversas texturas que hay en un plato y por último está el oído que parece ser ilógico que se deba utilizar, pero mediante este se puede escuchar cuál fue la verdadera intención del chef o el mensaje que se pretende transmitir.

Gracias a Korsmeyer (2002) que da a luz al texto titulado **como “El sentido del gusto: comida, estética y filosofía”** se puede denotar como desde los inicios del tiempo del poder la comida ha estado presente, anteriormente se encontraba en los horribles banquetes que tenían las personas más importantes de una sociedad, los cuáles se basaban prioritariamente en lo que es la satisfacción del deseo, pasaban de la gula al gusto sexual, pero se muestra como satisfacerse de comida también puede ser considerado como un placer, con el paso del tiempo llegaron los platos gourmet y los excesos dejaron de significar elegancia, la gente elegante buscaba un balance en su comida y que en vez de ser tan suntuoso tenga clase y se lo pueda interpretar como una obra de arte.

Estas investigaciones se tomaron como referencia de investigaciones previas ya existentes para demostrar que la estética y el arte dentro de la cocina ha sido posible desde tiempos inmemorables y sobre todo que forman parte de diversas culturas, así se muestra que la investigación que se pretende realizar tiene lógica de ser y una previa existencia.

### **Cocina Local**

Para comenzar se hablará acerca del artículo publicado por Acosta (2019) con el título **“Deconstrucción gastronómica, para la revalorización e innovación de la comida típica de la serranía ecuatoriana”** El objetivo de esta investigación es mostrar que la parte Culinaria se apodera del turismo poco a poco y que es de suma vitalidad seguir mostrando a los platos locales, su valor mediante la creatividad de la presentación al comensal.

La revisión del artículo de Nunes (2007), titulado **“Somos lo que comemos”** se determina que la comida de un lugar está relacionada con la sociedad y también se encuentra



asociada con ciertos factores tales como la abundancia y escasez de algo y lo rico o pobre que puede ser una civilización. Se menciona de igual manera que el gusto igualmente tiene ciertos componentes para ser creado, esto tiene que ver con el origen, clase social, raza, de una forma inconsciente se crea el gusto dependiendo del lugar en donde se desarrolle el individuo, las papilas gustativas no son las únicas que intervienen en el gusto como tal, el nivel cultural es relevante para el mismo y para su satisfacción como tal.

En la investigación de Triviño, Arandía, Robles y Rivera (2020) titulada como **“Fortalecimiento de la identidad cultural-gastronómica en la provincia de los ríos, Ecuador”** se pretende mostrar que la cocina local se encuentra ampliamente ligada con la identidad y la cultura y que esta provee satisfacción ya no solo a quienes conforman esta cultura, sino que con el paso del tiempo la curiosidad de extranjeros por la comida ha hecho que se satisfaga la curiosidad y el gusto de los mismos. La cocina local ecuatoriana particularmente posee características que la hacen única y rica en variedad, es importante acotar que se tiene una influencia de la cocina española que se dio por la colonización de los españoles.

Se tomará en cuenta la investigación de Aguilera et al. (2018) con su trabajo denominado como **“Gastronomía ecuatoriana y turismo local”**, en el cual muestra que la cocina dentro de una sociedad ya formada no solo se encarga de alimentar, sino que de igual manera se la puede ver como una manifestación, esto se debe al aprovechamiento de recursos y a su vez a la preparación de un platillo, donde de manera intrínseca se encuentra la historia innegablemente. La cocina local en la actualidad ya se la ha reconocido como patrimonio inmaterial en el Ecuador, esto con el fin de conservar la tradición y la continuidad, además, esto permite que se le dé un valor agregado y se lo pueda dar a conocer mediante el turismo.

Para continuar se hablará del artículo de Arellano (2014) con el título **“Cocina tradicional andina: epistemologías femeninas y sistemas bioculturales en la sierra ecuatoriana.”** Se menciona a la cultura biológica que existe en el país demostrando la importancia de la transmisión de conocimientos ancestrales, en el caso ecuatoriano la mujer tiene el mando en el conocimiento de la cocina ancestral como tal, por esto en los últimos años y gracias al empoderamiento femenino se ha reflejado una mayor difusión de estos saberes, que ya no solo se hacen conocer entre sus comunidades, ahora también a los extranjeros que se acercan con la curiosidad de comprender la historia del plato y degustar de estos sabores.

Estas investigaciones reflejan como la cocina local ocupa una gran importancia y es rica en cultura, actualmente esto permite que el turismo Culinario incremente y sea de mayor interés al público.

## **1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS**

**Objetivo específico 1.** Definir los platillos de la cocina local Ambato

### **El arte Culinario**

Para comenzar se debe tener claro que la culinaria hace referencia a lo que es el nexo que tiene la alimentación con la cultura, puesto que ninguna preparación se queda desligada de un origen que parta de la cultura como tal, haciendo honor a sus raíces. El concepto de gastronomía surgió por primera vez a la mitad del siglo XIX y se calcula que la definición de culinario hizo su aparición unos 200 años atrás aproximadamente ( Bahis, Wendhausen, da Silva Añaña, 2019).

Si se toma como referencia al arte, la culinaria es considerada como la última de las artes, que logre no solo tentar si no también conquistar para que aún en algunos casos sin tener la necesidad de comer o hambre, un plato logre llamar la atención para probarlo, lo que produce una excitación del hambre voraz e insaciabilidad, lo que es un poco trágico con un poco de ironía al mismo tiempo. El arte culinario a demostrado como la comida es capaz de generar un acercamiento o un lazo no solo entre familias sino también con el mundo entero (Moreno Y de Mingo, 2020).

En los últimos años el protagonismo del arte culinario ha tomado poder, ahora el comensal ya no solo busca un lugar donde pueda saciar sus necesidades fisiológicos, por el contrario una gran parte de las personas se han tomado el tiempo de conocer más sobre la gastronomía y por ende han elevado sus expectativas, un claro ejemplo se da en el turismo culinario, el bagaje cultural de la cocina y su complejidad son tomadas en cuenta, pero ahora la creatividad se ha sumado a los requerimientos del consumidor, sin alterar la tradición pero si considerando que cada platillo debe tener un extra en su presentación, lo que ayuda a elevar a una receta al nivel de lo extraordinario. El sabor y calidad del producto no puede ser desechado puesto que, es de suma importancia para la satisfacción del cliente, sin embargo, la innovación y creatividad a la hora de la presentación es el primer impacto que tienta y seduce al comensal, las texturas, colores, e imagen son los que juegan con el asombro de quien lo degusta (Aguirreitia Y Fernández, 2019).

## ***Food Design***

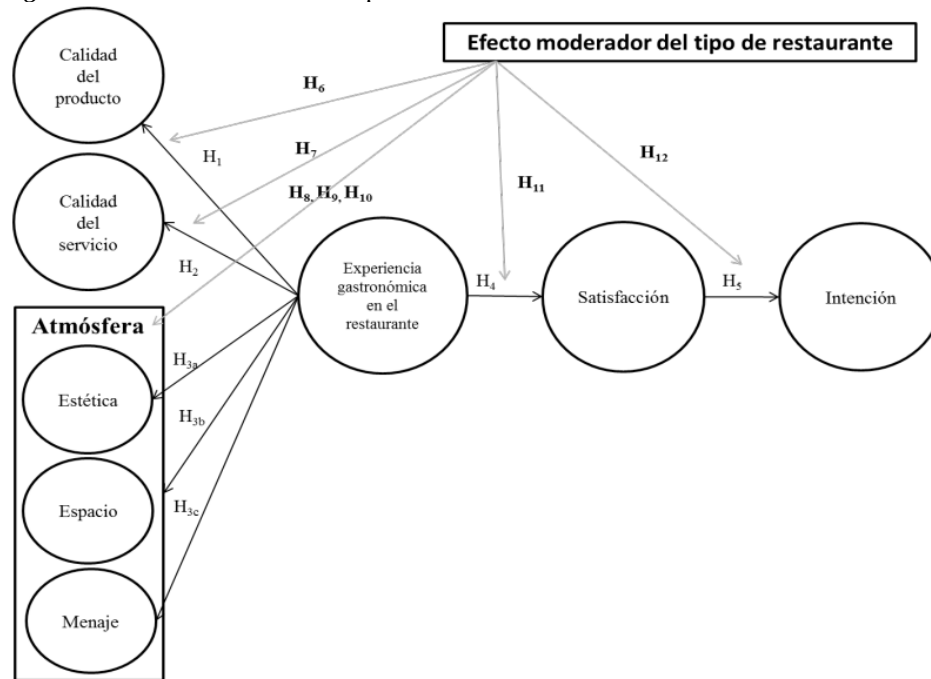
También conocido como “*Food Styling*” responde a la tarea de generar un incremento en el deseo por un alimento producido en particular, esto se logra mediante el impulso visual y la imagen, considerada de igual manera como una técnica de posicionamiento de mercado o marketing que actualmente está invadiendo las redes sociales, avisos o en sitios web, siendo la causa de la resolución de compra de un comensal. Tiene un origen europeo y se ha implementado en Latinoamérica hace unos 6 o 7 años aproximadamente, lo que hace sobresalir el sentido de la vista como un aliado, de igual manera compuesto por dos artes que son: el arte culinario y la fotografía en la rama de lo culinario (Marjorie, 2019).

### **Estética y el diseño de experiencias**

La experiencia en ninguna de sus formas va a ser tangible, debido a esto el generar experiencias no es un tema sencillo, puesto que se tiene que resaltar algo que no se puede palpar, más cuando el ser humano está acostumbrado a realizarlas mediante los sentidos, de manera que la estimulación mediante la estética permite jugar con la mayoría de sensaciones. En esta relación la cooperación del propietario y el cliente son necesarias, en la gastronomía lo que se busca con la estética es no restarle importancia al plato, más bien brindar o acompañar una entrada necesaria, donde el cliente se sienta cómodo para degustar su platillo. Una prolongación de la experiencia permite que el impacto en el diseño de experiencias sea mayor, debido a esto es necesario enfocar y jugar con sus sentidos (López, 2019).

El ambiente no es el único que proporciona lo antes mencionado, jugar con los platos que se encuentran en el menú le suma competitividad a su establecimiento, cuando se menciona la parte estética se toma encuentra todo lo tangible e intangible que se halle dentro y fuera del restaurante, como su decoración, texturas, colores, aromas y todo lo que pueda influenciar al cliente a ingresar, de esta manera se está jugando con la percepción de los comensales que estén estrechamente relacionadas al tipo de producto. El aspecto físico no solo es el local va más allá un claro ejemplo es como se da un plus o algo que el cliente no está preparado para ver superando sus expectativas, la música, la fragancia que se percibe al entrar, una posible vista, entre otros. Los servicios y productos pretenden cumplir las necesidades del individuo y satisfacerlas, al cliente no solo le interesará la decoración si no el entorno en el que se está desarrollando incluso por confianza (Monroy, 2019).

**Figura 1:** Efecto moderador del tipo de restaurante



**Nota:** El gráfico muestra los componentes necesarios y como se interrelacionan entre ellos, reflejando su importancia **Fuente:** (Alcántara, Rodríguez Y Rojas, 2018).

## Fotografía Gastronómica

El hombre desde tiempos antiguos ha buscado conectar la comida con su parte visual, el inicio fue las pinturas, esto se debe a sentir una necesidad de manifestarse artísticamente y conectar con el medio físico en el que se encuentra, en la cultura griega el arte empezó a buscar la fusión con lo diario, en este caso distintos objetos tenían en su decoración una representación de la comida. Al pasar los años quienes retrataban la comida mediante pintura, acogieron a la fotografía como un nuevo medio, la primera fotografía relacionada con la gastronomía fue de Nièpce en los años de 1823 – 1825 y constaba de una mesa que estaba preparada para la cena, lo que se considera como el meollo de este tipo de fotografía (Krug, 2020).

La imagen tiene la capacidad de jugar con lo que se busca destacar y las emociones de quien lo retrata lo que hace que se permanezcan en la memoria de quien lo mira, Brummitt consideraba que era una forma de comunicación, es necesario que para poder transmitir un mensaje el fotógrafo debía poseer una gran habilidad y la destreza correcta, bajo este concepto la cámara solo era un complemento lo que de verdad importaba era como el fotógrafo lograba reflejar mediante la cámara lo que se podía ver sin ella. Además de esto

lo que pretendía contener era información para que las personas tuvieran la curiosidad de poder arriesgarse (Krug, 2020).

En los 70 toma una importancia mayor al buscar que el comensal tenga una primera conexión con el platillo, al cambiar la cocina de igual manera cambia el concepto de la foto, el objetivo era lograr capturar esos cambios, en texturas y las nuevas técnicas empleadas. la cocina modernista tenía una complicidad con la estética y explorar lo sensitivo mediante la creatividad y la innovación, ya se había mencionado el hecho de que una receta debe ser respetada con sus sabores e identidad, pero de igual manera puede tener varias reinterpretaciones y esto era una oportunidad para la fotografía. El *food styling* es seducir un poco a los clientes mediante su percepción entonces lo que busca es despertar la curiosidad mediante diferentes elementos, como el ángulo, la composición de la foto, y en cuanto al plato como tal, con sus colores, formas, texturas, inventiva y las técnicas se repite la manifestación en la cual se espera que el sentido de la vista sea el primero en llenar las expectativas de quienes degustaran dichas recetas sean creadas o deconstruidas (Krug, 2020).

### **Marketing Turístico Culinario**

La investigación de Olano A y Rosario E. (2020), afirma que el marketing Culinario es el proceso mediante el cual se pretende buscar clientes en el segmento de mercado ya mencionado, buscando un valor agregado a la oferta por medio de la cultura y una propuesta de tipo experiencial distinto esta área dentro de este sector económico es de inmenso valor, puesto que primero tiene una planificación, seguido de una estrategia, y como objetivo llegar al público. En si hace referencia a cómo llegar al éxito del negocio por medio de la una correcta inversión y publicidad, esto va de mano con la administración. El marketing tiene un estudio previo de quién es su cliente y de cómo lograr persuadirlo para que consuma en el establecimiento, esto es una conexión que se da incluso antes de ingresar, actualmente se ocupa las redes sociales y con la fotografía gastronómica, un menú adecuado, y la estética debida la publicidad es una gran manera de dar un empujón a los restaurantes.

Una estrategia que ya viene desde hace varios años fue la posesión de las estrellas Michelin, tal vez de una manera un poco inusual ganar estas estrellas dan una jerarquización a los restaurantes y chefs más talentosos del mundo, de esta manera es como el mismo chef puede llamar la atención de los comensales utilizando su

certificación. Lo que hace es que el restaurant posea un valor agregado, lo que produce un interés mucho más elevado por degustar los platillo o recetas del chef dueño dela estrella, más allá se debe recordar que los parámetros de una estrella Michelin son tediosos y muy complicados cumplir, las ideas innovadoras y las creaciones inesperadas son las que por sí sola se promocionan, mediante estas historias en su mayoría de los inventores de las recetas es como se llama a nuevos clientes, aun así es importante destacar que las estrellas no se quedan con el chef, se quedan en el restaurant (Cahuasqui, 2020).

Al tener las necesidades detalladas de quienes son el público objetivo, el marketing gastronómico ayuda a que los propietarios mal direccionados vuelvan a encontrar el camino y adentrarse en el camino del marketing digital, a más de esto la economía se empieza a diversificar esto se debe a que loa actores pueden ser desde los propietarios hasta una gran comunidad que empieza a adentrarse en el mundo turístico muchas de las comunidades desconoce el valor que puede llegar a tener para el turista solo ver la manera de cocinar en tiempos antiguos y permitirle ayudar (Cahuasqui, 2020).

### **Análisis Sensorial**

Al momento del placer existe un término que logra representar que es lo que lo produce y es “multisensorial” esto explica como los sentidos son considerados como los que receptan una información y lo procesan, dando a luz un resultado que es la percepción de dicho objeto que la parte sensorial prueba, entonces, se puede manifestar que de aquí nace el gusto y el disgusto, el cuerpo tiene una infinidad de procesos al momento de sentir excitación o desgrado por algo en específico, el cerebro es el encargado de leer y analizar lo que se le presenta y acelera su metabolismo, esto por lo general inicia con la vista, el gusto por otro lado se desempeña en los sabores y que tan atractivos son para el paladar, creando una base de datos sobre lo que va probando, el tacto es indispensable para la curiosidad y el oído al ser seducido mediante una explicación atractiva de un plata es el que influye en la toma de decisiones (García, 2018).

El gusto que se genera en un plato y la variación de criterio entre uno y otro individuo depende de la percepción muy similar al arte, es para de un ciclo de conocimiento en el que la parte sensorial trabaja como estelar, debido a que a lo largo del tiempo se va generando información, esto quiere decir que desde Niños o desde nuestra primera

comida el cerebro almacena dicha información, lo que se convierte en un juicio (García, 2018).

**Objetivo específico 2.** Demostrar la importancia de la estética a través de la evaluación sensorial en la cocina local.

### **Técnicas y tendencias en la cocina**

Al referirse a una tendencia se hace mención a la adaptación de cómo se prepara un alimento para el diario, pero lo que pretende conseguir es una mejor calidad en el estilo de vida. Esto se puede basar en el concepto de la “Cocina de autor” utilizado para definir a la invención del chef, que es la manifestación creativa e innovadora del autor, sin importar el país de procedencia o una sola técnica en específico, es decir, que se le da la total libertad al cocinero para entrar en su imaginación para armonizar las texturas, colores, olores y sabores de lo creado (Navas, 2020).

Ferran Adrián fue el pionero en lo molecular, en el tiempo presente la cocina moderna ha sido tipificada con varios nombres como vanguardista, modernista, alta cocina, entre otras. Empero, lo que esto significa es que al momento del uso de técnicas estas deben ser de la más actuales, de igual manera el uso de los ingredientes es de élite y el estilo dentro del plato está implícito. Adentrándose en la historia se encuentra a Nicholas Kurti que en 1969 habla con tristeza de cómo se mide la temperatura de donde se existe, pero no de los soufflés. Para esto con la ayuda de otros dos físicos Harold McGee y Hervé This se genera un estudio de la influencia de los procesos físicos y también químicos, de igual manera Blumethal aportó con su experimento de crítica de los mismos comensales (Navas, 2020).

Acoplar las dos técnicas (Cocina del Autor y Cocina Molecular) hace que la inventiva del cocinero se eleve pero que de igual manera se sujete a dichas técnicas lo que da como resultado platos que estéticamente son de ficción, y que al degustarlos provocan un clímax de sabor en la boca, de igual manera la deconstrucción o la reinterpretación de ciertas recetas se hace notar. La evolución en la cocina debe ser constante y es necesario mantener ese margen, puesto que después de tantos avances no se puede estancar (Navas, 2020).

Por último, se considera a la cocina local como una tendencia de la gastronomía de manera que, debido a que la investigación gira entorno a la cocina local, se pretende

ahondar en el tema de la manera adecuada con la debida importancia que debe mantener durante el progreso del proyecto.

- **Cocina Local**

En este tipo de tendencia es donde se puede determinar la cultura de un sitio específico que en mucho de los casos si está bien dirigida se lo puede ver como una oferta turística, la cocina local empieza desde el uso de los productos que los identifica como el dominio en el que se desempeña esto hablando en concreto de la parte geográfica, la manifestación cultural que posee esta orientación culinaria es rica en historia ancestral del pueblo o comunidad. Este tipo de emisión de conocimiento ha generado un alto interés en el turista, lo que ha abierto las puertas a brindar una experiencia más cercana a los viajeros o visitantes con diversos tipos de actividades, ya sean vivenciales, de aprendizaje o en ciertos casos ferias (Torres, 2021).

### **Cocina Local de Tungurahua**

La también llamada criolla o tradicional, tal vez la gastronomía ecuatoriana no es del todo mencionada fuera del país, sin embargo, posee características únicas, la cocina es una fusión entre la ancestralidad de los indígenas y los conocimientos impuestos por lo españoles. La gastronomía en el Ecuador es variada por sus regiones como las islas Galápagos y las costas, la Sierra y Amazonía, de manera que el uso de los productos se puede dar de distintas formas para una diversidad de platos que llevan ancestralidad. Los platos típicos del Ecuador poseen un gran valor cultural y autóctono en sus recetas incluyen diversos ingredientes y formas de condimentar. La cocina sigue evolucionando con el paso del tiempo, pero lo que es claro es que la gastronomía en las diversas regiones no son las mismas, lo que sí todas usan proteínas, salsas, sopas y caldos especiales (Pérez, 2019).

Las guías culinarias que hay en un sector sirve como referencia turística y genera una promoción del lugar como tal, dentro de este tipo de guías se seleccionan los establecimientos locales que posean variedad y una buena reputación en calidad – costo, higiene y tradición, de esta manera facilita la tomad de decisiones al turista referente a que le gustaría degustar y en qué tipo de lugar. Dentro de los platos que se pueden degustar en la provincia de Tungurahua son: La fritada de chanco, Conejo asado, Cuy Asado, Yahuarlocro, Caldo de 31, Hornado, Caldo de Gallina, Llapingacho, Mote con



chicharrón, Champús con mote, Humitas, Quimbolitos, Chocolate con leche, Maito de Tilapia, esto haciendo referencia al cantón Cevallos (Pérez, 2019).

### **Cocina Local Ambateña**

En el cantón Ambato Existen varias recetas que son similares entre cantones pero en las más destacadas está el Llapingacho ambateño, que es una tortilla de papa con queso, chorizo, ensalada y huevo frito condimentado con las especias típicas como el achiote, ajo y comino, este puede ser probado en los mercados y distintos establecimiento de comida tradicional; Los cuyes son propios de comer en la parte de Ficoa que es un barrio de clase alta; Colada morada, la colada morada se da en los sitios de Atocha con su respectiva emanada de viento; Gallinas de Pinllo, estas son las típicas gallinas con sus papas cocinadas en salsa de maní; Pan de Pinllo, reconocido como uno de los mejores antes de todo el cantón; El chocolate Ambateño es una delicia que debe ser probada sin lugar a duda con la tableta de chocolate amargo; Las combinaciones originales de jugos son importantes uno de los lugares más famosos para los jugos es el mercado modelo en el puesto tradicional de Doña Susy (Sánchez & Calero, 2020).

### **El origen de los restaurantes**

La definición de “restaurante” se la puede dar con una breve reseña histórica, en el año de 1765 Boulanger era un panadero que también vendía sopa y tenía un pequeño aviso en el que llamaba a los hambrientos y que el los restauraría, de aquí proviene la palabra restaurante, puesto que el origen en latín es “restaurare” lo que entonces proporciona como un sentido de reparar el vacío que se genera en el estómago cuando existe el hambre. Aun así, otra versión de la palabra se da en Francia con la palabra en castellano “restaurant” que de igual manera es para restaurar este era un caldo de carne del siglo XVIII conocido como restaurativo. Como se puede comprender no existe una diferencia abismal entre cualquier de las dos historias de manera que se puede entender como el servicio de restaurar el estómago (Puyuelo, Montañes & Garmendia, 2019).

En Francia ya se distinguía a los restaurants con diversos menús, cada uno ya contenía la especialidad de la casa y dependía de su categoría, Bouchón era los restaurants tradicionales donde se vendía comida típica. La familia dejó de comer todo el tiempo en la casa, con la existencia ya de la comida rápida todo cambia de criterio. De igual manera los turistas empezaban a llegar y a pernoctar cerca de los mercados para poder probar los platos característicos de cada uno de los sitios, la comida tradicional empieza a tomar

poder, esto se debe a que ya no solo se la toma como la comida de cierta clase si no que se permite comer indistintamente, el Turismo empieza a jugar un papel importante para la difusión de los sabores de cada sitio (Puyuelo, Montañes & Garmendia, 2019).

Otra mención necesaria es que para el siglo XVIII se da la Revolución Francesa en la cual el pueblo empieza a sufrir injusticias en el ámbito alimenticio, los reyes empezaban a quitar el trabajo de los cultivos y sus alimentos los que los tenía limitados en gran manera. Para esto después de dos años en la lucha, los cocineros de la realeza deciden independizarse y poner sus propios restaurants donde su menú constaban de varias delicias. Las personas empezaron a acudir a estos lugares por los sabores tan únicos que no habían tenido la oportunidad de hacerlo debido a las clases sociales, y de esta manera la zona empieza a diversificarse por los diferentes estilos que tenían todos los propietarios de estos establecimientos para cocinar (Ordoñez & Robalino, 2018).

Al revisar estos datos significativos de valor, se comprende como la gordura y la gula dejan de ser prestigio y pasan a ser vulgaridad, ya no es como en los banquetes de los años 74 y 73 antes de cristo que se daban en Roma, Era un época fastuosa donde se mostraba que las decoraciones de las mesas eran exageradas llenas de flores, comida, espectáculo y finalizaban muchas de ella con orgías, se menciona que estas comidas en su mayoría mariscos despertaban el lívido sexual y exaltaban a los pecados de la gula y lujuria (Luján, 2018).

Ordoñez E & Robalino J. (2018), De igual manera el ser cocinero empezó a ser una opción para las personas entonces cuando existía una plaza de trabajo inmediatamente se llenaba el puesto, gracias a esto la cocina empezó a ser una profesión por medio de la enseñanza de grandes chefs tanto en postres y platos fuertes. No solo crecía la demanda de los cocineros, los restaurants también empezaron a tener nuevos horizontes como lo idealizó Auguste Escoffier, su objetivo era modificar la cocina por estaciones para el orden, acordar con el personal los procesos a seguir teniendo un reglamento para que las normas puedan ser cumplidas al momento de preparar los alimentos, la colaboración de Careme fue fundamental, debido a que los dos poseían visiones similares respecto al tema orden.

De esta manera Escoffier fue quien notó como todos los cocineros no tenían un rango ni tareas específicas para hacer, a más de esto usaban cualquier tipo de ropa y los lugares donde se desarrollaban eran sitio cerrados, donde los olores tanto personal como de la comida llenaba el lugar, y llegó al punto de ser vomitivo e incómodo para todos. Lo que

generó esto fue que los colaboradores tengan respeto y los demás los respeten por su oficio, esto quiere decir que todos los cambios que consideró se hicieron, uno de sus triunfos más grandes fue sacar de las sombras a la cocina, como anteriormente ya se había mencionado, su inventiva creó un manual de limpieza, y ejecución de alimentos, texto que se utilizó para crear las actuales Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) (Ordoñez & Robalino, 2018).

Actualmente se le conoce como profesional a quien cocina tanto por su oficio como por la profesión, ahora la destreza y habilidad es considerada para asignar las funciones de cada uno de las personas, el significado de la palabra chef es ser el cocinero jefe, para esto no solo se debe tener conocimiento de las técnica de la cocina sino que también debe tener experiencia y conocimientos en la nobleza y propiedades de los productos así como de su calidad así lo menciona (Ordoñez & Robalino, 2018).

### **Motivación Turística**

Al momento en el que se habla de motivación de viaje, se refiere a la parte psicológica de un turista, en el cual está unido a la satisfacción de sus necesidades, expectativas y lo que desea, de manera que aquí se encuentra una relación con la pirámide de necesidades de Maslow en el año de 1970, con la que Pearce en el año de 1988 se apoyó para la creación del modelo de peldaños de viaje, la que explica que las necesidades no son estáticas estas también van cambiando en referencia a lo que se ya ha vivido el turista. Pearce las clasificó en cinco niveles: Ocio y relajación, integridad, socialización, valor propio y la autorrealización. Con el paso de los años este modelo de igual manera ha cambiado hasta llegar a tomar motivaciones internas que son más personales y externas como es el espacio físico (Olague, Flores & Garza, 2017).

Las diversas motivaciones también permiten identificar tipos de segmentos o los llamados perfiles turísticos y de esta manera enfocar los productos ofrecidos y publicitarlo al grupo adecuado y correctamente. La cocina local es uno de los sectores más codiciados por el turismo y con los años sigue en boga y con mayor potencia, la comida no solo es una necesidad ahora es una vivencia, en la cual se ve reflejada la atracción turística pero también cultural del destino en donde se encuentra desarrollado. Este tipo de turista es denominado como el turista culinario o gastronómico, es el que está en constante búsqueda de nuevas sensaciones relacionadas con el degustar de lo típico de los países o de comida exótica y nueva para su paladar, esta motivación no siempre es la estrellad al

ser una necesidad algunas veces se encuentra en segundo plano pero sigue siendo importante debido a la necesidad de alimentarse todos los días en cualquier parte del mundo (Villagómez, 2018).

La motivación de tipo gastronómica en el caso del turismo tiene unas variantes: Vivencia cultural, estimulación sensorial, Inter personalidad y salud, es aquí donde se puede empezar a tomar las diferentes corrientes de la motivación. Una de ellas es la Hedónica, básicamente es todo lo que pueda generar excitación, y una amplia felicidad, en esta rama de la motivación el placer es el palto principal, todo lo que permita que el dolor cese o desaparezca va de la mano con ella y por otro lado se habla de la manera en cómo expresarse y satisfacerse uno mismo. La Eudaimónica es más una forma de cultivarse constantemente, es así como amas se relacionan con la comida, no puede existir una sin la otra, se denotó que el bagaje cultura que refleja la gastronomía de un sector llama la atención y de igual manera generar satisfacción por medio del paladar y el estómago (Borges & de Sevilha, 2019).

### **Turismo Culinario**

Esta tipología turística tiene una gran cantidad de beneficios, una de ellas e la generación de plazas de empleo, promover y apoyar a la agricultura, ayuda a la zona rural, y permite la promoción de rutas culinarias y otras festividades, además de la transmisión y difusión de la cultura. En esta modalidad están incluidos alimentos y bebidas alrededor de todo el mundo, ahora el diseño de experiencias mediante una de las preferencias del turismo es de suma importancia, de igual manera a este se integra el enoturismo que también tiene un mercado en el Ecuador, de igual manera esta la degustación de platos típicos con grandes porciones y sin ningún tipo de procedimiento técnico, así como se puede hablar de la gastronomía de vanguardia (Borges & de Sevilha, 2019).

El turismo no solo permite que la economía se extienda hasta las comunidades, al contrario, otro beneficio que se puede encontrar, es que es una estrategia para conservar el patrimonio tanto cultural como ambiental, el revalorizar culturas olvidadas e incentivar a los miembros a conservar sus costumbre y tradiciones y darlas a conocer nacional e internacionalmente. Ya el turista no busca masificación, lo que necesita es acercarse a la parte vivencial autóctona de su cultura y de culturas ajenas que estén dispuestas a acogerlos, aunque, los pros sean interesantes como contras están presente las posibilidades de actuar a la cultura y no vivirla, además de que el turismo sea utilizado

para explotar a los miembros de la comunidad es necesario tener en consideración los ODS para conseguir el equilibrio (Sobrado, 2018).

El marketing del turismo culinario es fundamental puesto que, son los encargados de alimentar a la curiosidad de un turista y sobre todo cumplir con las expectativas del mismo y si es posible sobrepasarlas, en complemento a esto el servicio y la oferta debe ser real, la ventaja de la gastronomía es que sus diversas características llegan en su general a saciar los deseos, siempre y cuando sea de calidad el ser tangible y representar conocimientos ancestrales en ciertos casos inmateriales le permite tener una gran captación de atención. La cocina es una actividad llena de historia y sabiduría, gracias a este conocimiento el turismo tiene la posibilidad de potencializar diversas tipologías y de igual manera fusionarlas o reinventarlas, en sitios considerados como poco atractivos las opciones gastronómicas pueden ser diversas, de igual manera establecer un perfil de este tipo de turistas para poder llenar las necesidades (Cuevas, Pecero & Pérez, 2018).

### **Deconstrucción de platos típicos**

La deconstrucción culinaria permite la reinterpretación de platos con valor ancestral, de manera que se pueda difundir una cultura sin alterar el significado del mismo, esto se realiza mediante el uso de nuevas técnicas de la cocina vanguardista y de igual manera permite que el plato se luzca en la presentación o el emplatado, además se busca un equilibrio nutricional sirviendo las porciones necesarias para el cuerpo. La relevancia que tiene la deconstrucción es que revaloriza comercialmente un plato, al grado de que se vea novedoso y ostentoso, pero con la cultura inmiscuida, Es aquí donde el turista despierta su curiosidad, el muy buen refrán ecuatoriano de “La comida entra por los ojos” y el de “El corazón se quita por el estómago” son reales. La deconstrucción no solo sirve a la hora física, se compone de la unión con la fotografía culinaria lo que permite generar interés en el público, por medio de la publicidad en redes sociales (Guevara, 2019).

Los proyectos investigativos para el desarrollo de la cocina local por medio de deconstrucción en verdad son muy pocos y en el Ecuador región Sierra existe una gran variedad lo que permite la innovación de dichos platos y mejora de la creatividad, es una herramienta que permite el cumplimiento de la satisfacción y deseos del turista, más allá revalorizar la gastronomía propia del sector, esto hace que se tenga una idea diferente del país elevando la cocina local, se acota que es un estímulo para propietarios de establecimientos de tipo local o criolla, no solo por su imagen sino también por el

incremento en la economía si se lo maneja de manera adecuada. No se debe confundir el concepto con la parte vivencial, la deconstrucción permite que se desarrolle en un sitio de oferta de alimentos y bebidas al adentrarse con las diferentes culturas esto no debe ser una opción, que las culturas provean de este tipo de experiencias es de suma importancia y no se debe traspasar dichos límites. Se debe formar a los futuros profesionales en la materia para que obtengan una visión más innovadora y creativa, salir de la zona de confort y comprender cuales son las posibilidades y cuales no, a lo largo de la investigación se ha puesto en alta estima al diseño de experiencia tanto para quienes ofrecen un servicio de tipo turístico como para los turistas que día con día son más exigente y están en búsqueda de nuevas sensaciones y experiencias (Guevara, 2019).

**Objetivo específico 3.** Diseñar una guía de emplatados (*Food Design*) que pertenezca a la cocina local de Ambato.

A lo largo de la investigación ya se ha mencionado la importancia que tiene la estética, un platillo no solo tiene que cubrir una satisfacción, ahora tiene el deber de generar placer y gozo, el disfrute visual es una de las técnicas que se deben implementar para que esto se cumpla, para ser concretos a la hora de emplatarse se debe tener una noción de lo que se está haciendo y el porqué de cada elemento de un plato, lo que una guía para hacerlo y los conocimientos base serán suficientes para poder realizarlo (Hernández y López, 2017).

La deconstrucción estética de los platos permitirá una revalorización de la comida local, comprendiendo que en Ecuador la culinaria de la sierra exquisita en diversidad, se puede mantener la estructura en general cambiando los aspectos que intervienen en la presentación, para esto aplicar técnicas de montaje es la opción más adecuada, de la misma manera que sea accesible para todos y sencillo replicar con la práctica (Guevara, 2019).

## **CAPITULO II**

### **METODOLOGÍA**

En este capítulo se pretende dar a conocer los medios que serán utilizados a lo largo del proyecto para poder cumplir los objetivos planteados, estas serán las herramientas que se pondrán en práctica para la recolección de datos y de igual manera la estructura por la cual está direccionada la investigación.

#### **2.1 MATERIALES**

Como instrumento se utilizará una evaluación sensorial que se encuentre basada en la óptica, por el motivo que lo que se pretende es demostrar como la estética y el *Food Design* pueden llegar a generar diferentes reacciones en cuanto a la experiencia frente a una primera vista del plato, esto se debe a que este tipo de evaluaciones están enfocadas cómo reacciona el ser humano a un estímulo, se utiliza en el ámbito alimentario, desde la materia prima hasta productos terminados como es el caso de esta tesis (Cardenas, Cevallos, Yacelga, Romero, 2018).

#### **2.2 MÉTODOS**

##### **Enfoque**

El enfoque cuantitativo Se lo puede definir como una investigación que busca analizar dato que tengan la posibilidad de ser interpretados en el tema numérico mediante técnicas e instrumentos. En este lo que se pretende es estudiar al fenómeno elegido en su estado natural, a pesar de que se dice que este tipo de investigación tiene un concepto más objetivo, sin embargo, se considera que no es ni subjetivo ni objetivo, sino que busca la interpretación (Jurgenson, Camacho, López, García, Olguín, Gómez, 2017). Este diseño

ayudará a la interpretación y al cumplimiento de los objetivos por el instrumento que se pretende utilizar.

### **Diseño**

El diseño es de tipo Experimental – Preexperimental y de corte transeccional. La manipulación de la variable dependiente está presente, el grado de control no es alto, pero permite ser considerado como un primer contacto, se da un diseño de preprueba y posprueba con un mismo grupo y la selección de la muestra está a decisión del investigador (Otaiza, Pabón & Palencia, 2010). Esto se debe a que al tener una imagen anterior en lo que son los platos a presentar se lo considera como un pretest y como post test tendremos la representación del plato mediante el *Food Design* y se utilizará el instrumento propuesto.

### **Alcance**

El Alcance que se ha establecido es el Exploratorio, por el motivo que en el país el tema no es tan conocido y menos en el Cantón donde se realiza la investigación, además se espera brinda una alternativa innovadora que permita potenciar la cocina local del sector y será una pauta para futuros investigadores en el tema (Hernández, 2016).

### **Población**

Gracias a que la investigación se desarrolla en un ámbito Experimental – Preexperimental, la muestra puede ser elegida por el investigador. En el caso del presente proyecto se tomará en cuenta de a 50 personas.

### **Hipótesis**

*Tabla 1:* Hipótesis

<b>Hipótesis Alternativa</b>	El <i>Food Design</i> si es una motivación turística en la Cocina Local de Ambato.
<b>Hipótesis Nula</b>	El <i>Food Design</i> no es una motivación turística en la Cocina Local de Ambato.

*Nota:* La tabla número uno refleja la hipótesis a considerar durante la investigación. *Elaborado por:* Ribadeneira, C. (2021).



## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis y discusión de resultados

##### Análisis de fiabilidad – Alfa de Cronbach

*Tabla 2:* Resumen del procesamiento de los casos

Resumen del procesamiento de los casos		Resumen del procesamiento de los casos	Resumen del procesamiento de los casos
Casos	Casos	Casos	100,0
	Total	50	,0
			100,0

*Nota:* Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento. *Fuente:* Programa estadístico SPSS

*Tabla 3:* Estadísticos de fiabilidad

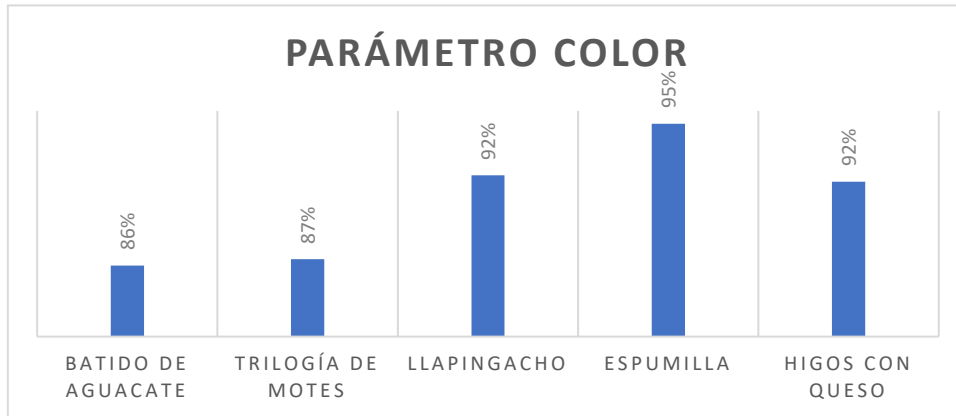
Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	25

*Nota:* Resultados finales del Alfa de Cronbach. *Fuente:* Programa Estadístico SPSS

Al analizar el porcentaje de Alfa de Cronbach como se refleja en las tablas es de un 0.955, al analizar en base a los resultados ya fijados de este método se pudo llegar a la conclusión que el instrumento es excelente y de alta confiabilidad.

### 3.1.1 Parámetros Sensoriales

*Figura 2:* Gráfico Color



*Nota:* El gráfico refleja el resultado de las encuestas en el parámetro color.

#### **Análisis**

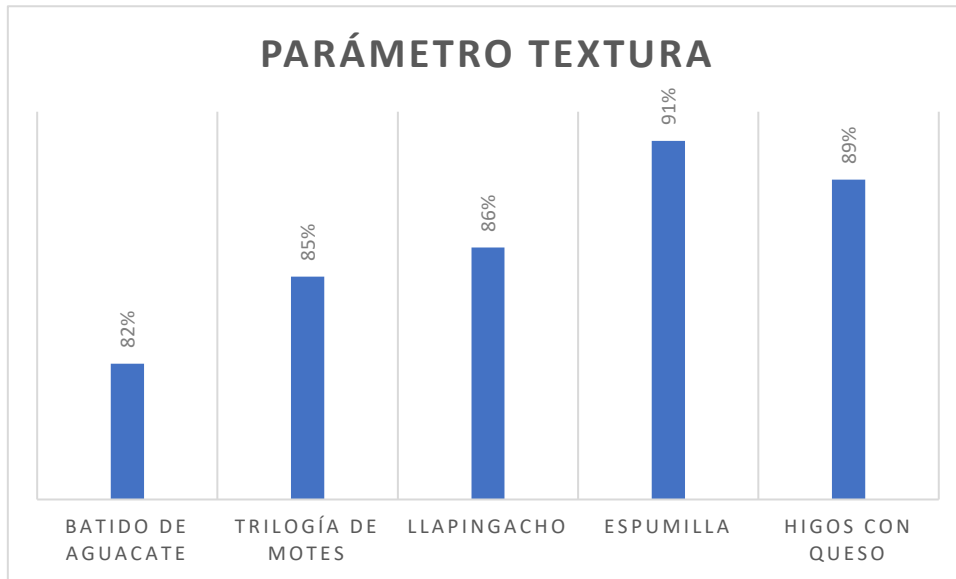
Entre las respuestas de las 50 personas encuestadas en el parámetro color la espumilla tiene el porcentaje mayor con un 95%, seguido del llapingacho y los higos con queso con un 92% ambos, continua la trilogía de motes con el 87% y para finalizar el batido de aguacate con el 86%

#### **Interpretación**

Según el gráfico y el análisis del mismo se determina que la espumilla en el parámetro color es el más atractivo esto se debe a la técnica utilizada para emplatar este postre de cocina local, a pesar de que los porcentajes están en un estimado de aceptable, se puede ver según el gráfico que el batido de Aguacate tiene el porcentaje más bajo, la razón de esto puede ser porque el color en su mayoría era uno solo, a pesar de que el escarchado tenía una coloración rojiza, no fue suficiente.

## Parámetro Textura

Figura 3: Gráfico Textura



*Nota:* El gráfico refleja el resultado de las encuestas en el parámetro textura.

### Análisis

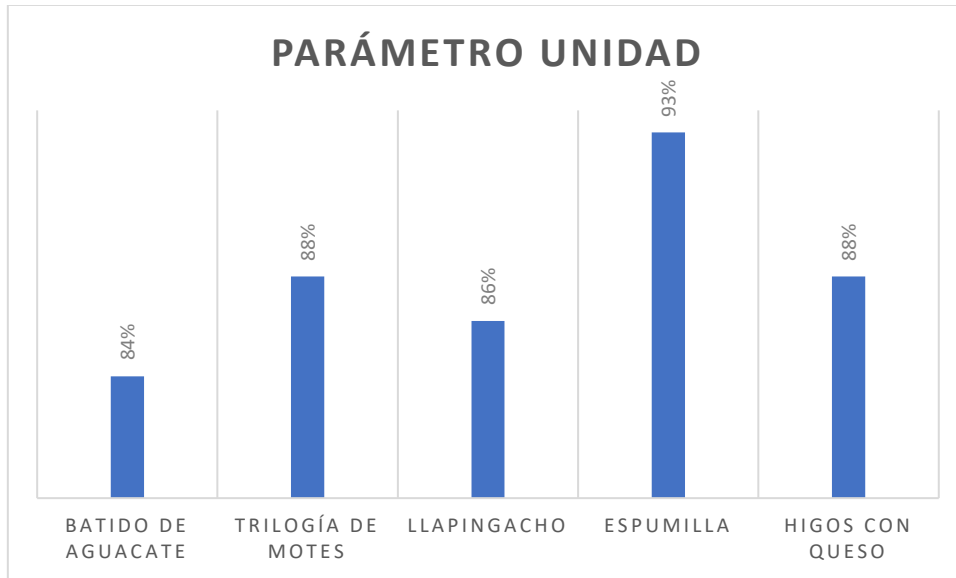
El gráfico en base a las 50 respuestas en porcentajes muestra que la espumilla posee nuevamente el porcentaje más alto con un 91%, mientras que el higo con queso tiene el 89%, a continuación, viene el llapingacho con el 86%, la trilogía de motes un 85% y para finalizar el batido de aguacate un 82%.

### Interpretación

Gracias al gráfico se puede interpretar que se repite el caso, la espumilla lleva el porcentaje más alto, se utilizó un juego de texturas comprendiendo la naturaleza de la misma y agregando la crocancia con el caramelo. Mientras que el batido de aguacate tiene el menor, se puede deber a que no hay muchas texturas, a pesar de utilizar el escarchado con azúcar en el filo de la copa.

## Parámetro Unidad

Figura 4: Gráfico Unidad



*Nota:* El gráfico refleja el resultado de las encuestas en el parámetro Unidad.

### Análisis

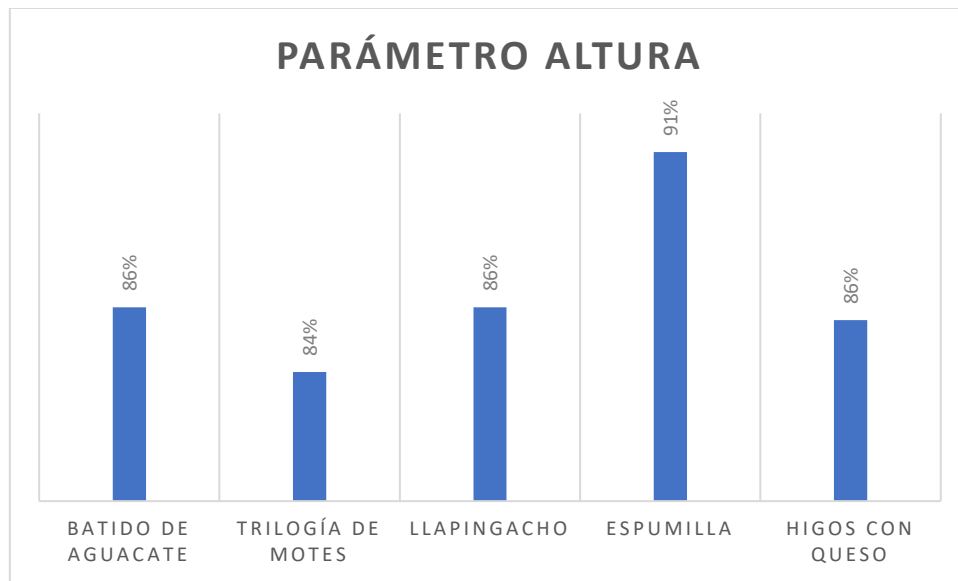
En el gráfico se muestra que la espumilla tiene el 93% de aceptación en lo que es el concepto de unidad, seguido de la trilogía de motes y los higos con queso con un 88%, seguido del batido de aguacate con el 84%

### Interpretación

En base al gráfico se puede ver como en los anteriores ninguno es totalmente rechazado sin embargo el patrón se repite en que la espumilla es el plato con mayor porcentaje, esto se puede deber a que a pesar de la sencillez se refleja la elegancia y a más de esto pasa que los dos elementos utilizados se completan a la perfección y se hacen un todo. El batido de aguacate vuelve a ser el menor porcentaje esto puede ser porque el uso de hojas comestibles todavía no es aceptado del todo.

## Parámetro Altura

Figura 5: Gráfico Altura



*Nota:* El gráfico refleja el resultado de las encuestas en el parámetro Altura.

### Análisis

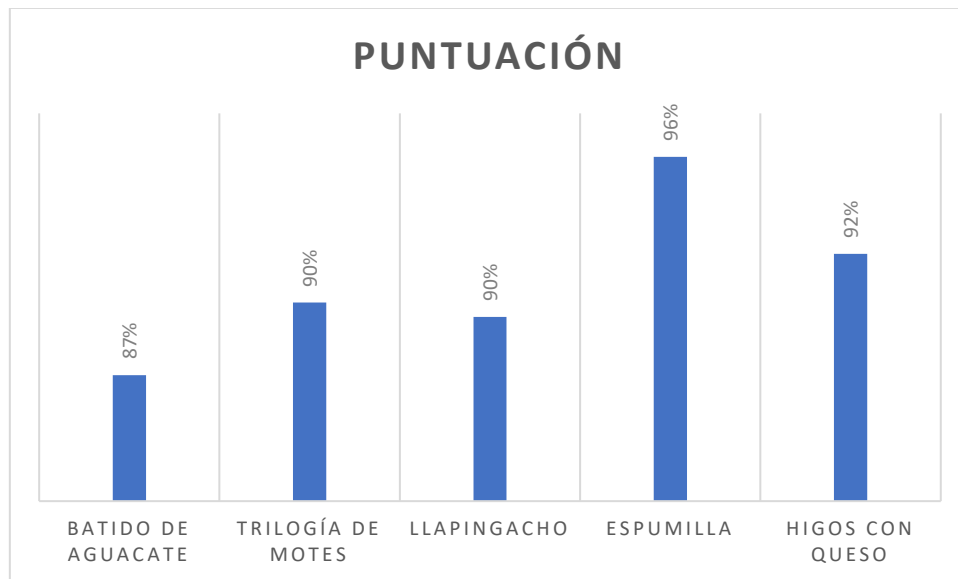
Para hacer el análisis del gráfico se concluye en que la espumilla tiene un 91% de aceptación, seguido del llapingacho, los higos con queso y el batido de aguacate con el 86% y por último la trilogía de motes con el 84%.

### Interpretación

Para la interpretación de los datos los porcentajes de aceptación en lo que es la altura la espumilla brilla una vez más esto se debe a la cristalería utilizada y el caramelo que sobresale de la misma. Para la trilogía de motes posiblemente se debió utilizar una diferente técnica para dar altura donde el foco de atención debe ser el mote y no el crocante de camote.

## Parámetro Puntuación

Figura 6: Gráfico puntuación



**Nota:** El gráfico refleja el resultado de las encuestas en el parámetro Altura.

### Análisis

En el caso de la puntuación final se reflejó que la espumilla se queda en la delantera con el 96%, seguido de los higos con queso con el 92%, para continuar con la trilogía de motes y el llapingacho con el 90% y para finalizar el batido de aguacate con el 87%.

### Interpretación

En esta interpretación se debe tomar en cuenta que en este parámetro se busca conseguir la puntuación final en total del plato en un conjunto con todos los conceptos de la encuesta y la percepción de la población dicho esto se puede ver que ningún plato es rechazado por completo, en cuestión puntuación son aceptables, pero quienes marcan la diferencia es la espumilla como a lo largo de las interpretaciones con el 96% se debe a toda la construcción de conceptos que encajaron con el emplatado y para finalizar está el batido de aguacate con el 87% aunque no es una puntuación baja posiblemente con otra técnica de emplatado se puede relejar más el potencial de la receta.

### Discusión

Para solventar los resultados de los datos obtenidos mediante una encuesta, se puede acotar también que en varias partes del mundo consideran que los negocios de cocina mejoran sus ventas e imagen al utilizar el *Food Design* y haciéndolo con la fusión de la

fotografía, es decir que en la actualidad en países que ya han aplicado esta técnica, lo consideran ya no como una opción si no como una necesidad, se debe dar una mejor construcción al plato que se oferta al comensal (Vijitbunyanon, 2019). En referencia a lo dicho por el autor se concuerda en la totalidad con lo que intenta transmitir, esto debido a que, la implementación del *Food Design* y unirlo con la fotografía gastronómico permite que los prospectos a comensales se sientan atraídos desde antes de entrar o de degustar los platos.

De igual manera manejar la atracción visual es un criterio demasiado importante, pero más allá de eso es un trabajo que necesita ser minucioso, al estilizar los platos se da pie a que sean más innovadores, de por sí ya no toman en cuenta solo el sabor del plato que es indispensable que lo posea para tener el conjunto completo, pero ya no solo esto es lo principal si no que desde un inicio se dé una experiencia gastronómica (Villaplana, 2020). Se tiene un total acuerdo con esta perspectiva, debido a que, se tiene que tener mucho cuidado en el momento de innovar un plato, esto se debe a que no se puede perder la esencia y el origen y la misma tradición, solo presentándolo de una manera diferente. A más de la estética no se puede dejar de lado la calidad de los sabores que se debe ofrecer, esto es lo que permitirá tener un completo éxito en cualquier receta.

Se debe aplicar diversas técnicas culinarias para conseguir que un plato pueda ser y tener diferentes características que le permitan al plato no salirse de contexto si no que, con todos los elementos, se pueda hacer un todo, las técnicas culinarias también permiten elevar la elegancia del plato ( Bellingham, Bybee Y Rogers, 2018). Para ratificar lo que está señalado en la investigación, se debe siempre tener en consideración lo que ya se ha señalado durante todo el proceso investigativo, existen parámetros necesarios que se tiene que tomar en cuenta para realizar el emplatado, con este tipo de conceptos claros el diseño del plato tendrá un sentido.

### **3.2 Verificación de Hipótesis**

En la siguiente formula denominada como Chi cuadrado se verá como fue utilizada y la interpretación de la hipótesis y cuál será la más apegada con los resultados de la investigación.

Figura 7: Fórmula del Chi Cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

**Nota:** En la ilustración se refleja la formula que hace referencia al Chi Cuadrado. **Fuente:** Malonda Gai

El Chi Cuadrado en palabras generales, se basa en la deducción de la hipótesis, es decir se dedica a validar mediante diversos parámetros contrastados y los resultados que se espera obtener, de manera que mediante este se puede determinar cuál es la hipótesis que se apega con la investigación, ya sea la estimada desde un inicio o la nula. En calidad de esto es una evaluación de las hipótesis plantadas (Quevedo).

Figura 8: Chi cuadrado parámetro color

**Resumen de prueba de hipótesis**

	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las categorías de PARAMETRO COLOR DEL BATIDO DE AGUACATE se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de PARAMETRO COLOR TRILOGÍA DE MOTES se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de PARAMETRO COLOR DE TRILOGÍA DE MOTES se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
4	Las categorías de PARAMETRO COLOR DE LA ESPUMILLA se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
5	Las categorías de PARAMETRO COLOR DE LOS HIGOS CON QUESO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

**Nota:** En el gráfico se muestra el análisis de las hipótesis. **Fuente:** Programa estadístico SPSS



**Figura 9:** Chi cuadrado parámetro textura

**Resumen de prueba de hipótesis**

	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las categorías de PARAMETRO TEXTURA DEL BATIDO DE AGUACATE se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de PARAMETRO TEXTURA DE LA TRILOGÍA DE MOTES se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de PARAMETRO TEXTURA DEL LLAPINGACHO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
4	Las categorías de PARAMETRO TEXTURA DE LA ESPUMILLA se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
5	Las categorías de PARAMETRO TEXTURA DE LOS HIGOS CON QUESO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

**Nota:** En el gráfico se muestra el análisis de las hipótesis. **Fuente:** Programa estadístico SPSS

**Figura 10:** Chi cuadrado parámetro unidad

**Resumen de prueba de hipótesis**

	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las categorías de PARAMETRO UNIDAD DEL BATIDO DE AGUACATE se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de PARAMETRO UNIDAD DE LA TRILOGÍA DE MOTES se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de PARAMETRO UNIDAD DEL LLAPINGACHO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
4	Las categorías de PARAMETRO UNIDAD DE LA ESPUMILLA se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
5	Las categorías de PARAMETRO UNIDAD DE LOS HIGOS CON QUESO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

**Nota:** En el gráfico se muestra el análisis de las hipótesis. **Fuente:** Programa estadístico SPSS

Figura 11: Chi cuadrado parámetro altura

**Resumen de prueba de hipótesis**

	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las categorías de PARAMETRO ALTURA BATIDO DE AGUACATE se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de PARAMETRO ALTURA TRILOGÍA DE MOTES se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de PARAMETRO ALTURA LLAPINGACHO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
4	Las categorías de PARAMETRO ALTURA ESPUMILLA se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
5	Las categorías de PARAMETRO ALTURA HIGOS CON QUESO se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

**Nota:** En el gráfico se muestra el análisis de las hipótesis. **Fuente:** Programa estadístico SPSS

Como se puede ver en las figuras 8, 9, 10 y 11 los datos analizados sugieren que la hipótesis nula debe ser rechazada por completo mostrando que el nivel de significancia es menor a 0,05, entonces se puede determinar que El *Food Design* si es una motivación turística en la Cocina Local de Ambato. Los parámetros que fueron considerados para la prueba del chi cuadrado fueron: Color, textura, unidad y altura, permitiendo que se refleje la importancia de cada uno de ellos en los procesos tanto investigativo como estadístico.

## CAPITULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 CONCLUSIONES

- La investigación ha logrado detectar que los platos locales se encuentran localizados por zona, es decir que están sectorizados, dentro de los platos que se han considerado están las siguientes zonas. Pinllo: Tanto con sus Gallinas de Pinllo, y empanadas de horno de leña que son acompañadas con una deliciosa colada morada. Ficoa: Con los cuyes y los helados de máquina. Atocha: Con la Colada morada y las Empanadas de viento, En el Mercado Central y Mercado Modelos, se encuentran diversos de los platos emblemas, tales como son: Llapingacho, Mote pillo, Mote sucio, Mote con chicarrón, Hormado, Fritada, Empanadas de Morocho, entre otras.
- Según los datos arrojados por la encuesta y sus resultados estadísticos, se pudo demostrar que la estética forma parte de crear una experiencia gastronómica en el turista que eleva el nivel del interés en el platillo y en el comensal, por medio de la investigación se muestra que el *food design* ya es usado en diversos países, incluso en restaurantes de alto nivel, generar una seducción visual antes de probar el plato, por lo que genera diversas emociones en las personas y eleva las expectativas al degustar el plato. Los parámetros analizados fueron: Color, textura, unidad, altura y la puntuación final del plato acorde a todos los parámetros en conjunto. Es importante destacar que, en la evaluación sensorial aplicada, el plato con mayor aceptación fue la Espumilla, esto debido a los diversos colores que se utilizó y la técnica que se practicó como el degradé, al tener la copa transparente se pareció de mejor manera y la decoración fue sutil y se acoplo con los demás elementos. Otro dato para resaltar es que a pesar de que la Espumilla

generó la mayor atención, los demás platos estuvieron en un rango del 80% hablando del parámetro puntuación, eso muestra que ningún emplatado final fue descartado por completo.

- El producto de este proyecto refleja que existe diversas maneras originales y procesos para emplatarse los platos locales, con esto se podrá ayudar a los demás dueños de negocios para que puedan abrir más su mente y se llegue a la comprensión de que la estética en su negocio puede mejorarlo. El turismo ha reflejado un nuevo auge en el tema gastronómico, los turistas, buscan siempre conocer cuál es la cocina, pero ahora ya no es suficiente, para llamar su atención es necesario utilizar la innovación y lo que se ha venido mencionando en el proyecto la experiencia gastronómica esto da un diferente realce a la cocina local y al turismo. Los platos que se representaron en esta ocasión y para este proyecto son: Batido de aguacate, Colada morada con empanadas de Pinillo, Morocho con humas, Trilogía de motes, Habas con mellocos, choclo con queso, Yahuarlocro, Caldo de 31, Llapingacho, Fritada, Cuy con papas, Higos con queso y Espumilla.

#### **4.2 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que, al momento de hablar sobre los platos de cocina local, o querer conocer cuáles son los platos de esta cocina, se debe considerar que el concepto de cocina local y de la cocina tradicional son muy distintos y es necesario tener claro su diferencia para poder dividir estos platillos.
- Se sugiere que al aplicar una evaluación sensorial los parámetros a utilizar sean muy claros y concisos en cuanto a su concepto o significado, de esta manera se facilita a que la persona que va a responder la encuesta, sepa correctamente a que se refiere cada parámetro. De esta manera la recopilación de datos será más fiable.
- Es aconsejable que cada emplatado que se realice, vaya acompañado de una fotografía de alta calidad, esto permitirá que se aprecie de mejor manera visualmente y de un ángulo que favorezca al plato, esto será una herramienta para

que se genere un mayor interés en las personas que vayan a observar la guía de emplatados, de esta manera se transmitirá la idea de manera clara y atractiva.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bahis, Wendhausen, da Silva Añaña. (2019). *COMPRESIÓN DE LOS CONCEPTOS DE CULINARIA Y GASTRONOMÍA. Una revisión y propuesta conceptual*. Obtenido de Estudios y Perspectivas en Turismo: ISSN: 0327-5841: SSN: 1851-1732:  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180760431004/180760431004.pdf>
- Bellingham, Bybee Y Rogers. (2018). *FOOD STYLING*. Obtenido de  
<https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9780240817149&type=googlepdf>
- Aguirreogitia Y Fernández. (2019). *La simplicidad como proceso creativo culinario: ¿una tendencia para el turismo gastronómico en España?* Obtenido de PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: ISSN: 1695-7121:  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88165933001/88165933001.pdf>
- Aguliera et al. (Septiembre de 2018). *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. Obtenido de Revista Dilemas Contemporáneos:  
<https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticaayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/615>
- Alcántara, Rodríguez Y Rojas. (12 de Febrero de 2018). *La experiencia gastronómica en el restaurante: delimitación teórica y empírica en dos tipos de establecimiento*. Obtenido de digibug.ugr.es:  
<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/65993/180904mr.pdf?sequence=1>
- Alemán, Loor & Pérez. (2019). *Las relaciones agrarias en Latinoamérica. Sus manifestaciones en el Ecuador*. Obtenido de Scielo: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842019000200016&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842019000200016&script=sci_arttext&lng=en)
- Arellano, J. (Noviembre de 2014). *Cocina tradicional andina: epistemologías femeninas y sistemas bioculturales en la sierra ecuatoriana*. Obtenido de Repositorio Bibliográfico Nacional de Educación Intercultural Bilingüe, Etnoeducación e Interculturalidad:  
<http://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/handle/123456789/3469>
- Arranaz, Bezanilla, Campo, Fernández & Poblete. (2018). *El Pensamiento Crítico desde la Perspectiva de los Docentes Universitarios*. Obtenido de Scielo.conicyt:  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052018000100089>
- Asto, K. (2017). *Implementación del control interno y su incidencia en la gestión administrativa de restaurantes en el Perú: caso Restaurant TIAN TAN de Nuevo Chimbote, 2017*. Obtenido de ULADECH CATÓLICA: Implementación del control interno y su incidencia en la gestión administrativa de restaurantes en el Perú: caso Restaurant TIAN TAN de Nuevo Chimbote, 2017
- Bey, F. (01 de Enero de 2021). *Fenomenología de la polis y torsión del Dasein: dialéctica y hermenéutica en la temprana interpretación gadameriana de la ética platónica*. Obtenido de Daimon: Revista Internacional de Filosofía:  
<https://doi.org/10.6018/daimon.339541>

- Binz & De Conto. (2019). *Gestión de la gastronomía sustentable*. Obtenido de Dialnet:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6871861>
- Borges & de Sevilha. (2019). *MOTIVACIÓN HEDÓNICA, MOTIVACIÓN EUDAIMÓNICA Y APEGO AL LUGAR Un estudio en el Festival Cultura y Gastronomía de Tiradentes - Brasil*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180762492006/180762492006.pdf>
- Cahuasqui, E. (Agosto de 2020). *Análisis del impacto del marketing gastronómico para obtener posicionamiento de marca para restaurantes de primera categoría, ubicados en el sector de La Floresta*. Obtenido de DSpace:  
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18895>
- Cardenas, Cevallos, Yacelga, Romero. (2018). *Uso de pruebas afectivas, discriminatorias y descriptivas de evaluación sensorial en el campo gastronómico*. Obtenido de Dialnet: Dominio de las Ciencias, ISSN-e 2477-8818, Vol. 4, Nº. 3, 2018,;  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6560198>
- Carlson, S. (2018). *El fenómeno y el juicio de gusto. La fenomenología richiriana y la estética kantiana*. Obtenido de Dialnet: Metafísica y Persona, ISSN-e 1989-4996, ISSN 2007-9699: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6623882>
- Castro, Franco & Villacis. (2018). *El pensamiento crítico aplicado a la investigación*. Obtenido de Scielo: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n1/2218-3620-rus-10-01-336.pdf>
- Clarke, G. (2019). *LA ESTÉTICA KANTIANA DESPUÉS DEL FIN DEL ARTE. LA BIGEMCIA DEL FORMALISMO KANTIANO EN EL CONCEPTUALISMO CONTEMPORÁNEO*. Obtenido de REVISTAS PUCP:  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/ayd/article/view/21724/21269>
- Cruz & Pérez. (2018). *La concentración y centralización del capital en la agricultura latinoamericana. Implicaciones para el campesinado*. Obtenido de Scielo:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842018000200009&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842018000200009&script=sci_arttext&lng=en)
- Cuevas, Pecero & Pérez. (2018). *PRESERVACIÓN DE LA HERENCIA CULTURAL A TRAVÉS DEL TURISMO GASTRONÓMICO*. Obtenido de Hitos de Ciencias Económico Administrativas:  
<https://doi.org/10.19136/hitos.a24n68.2520>
- Gallegos, M. (2019). *ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA EN EL ÁREA DE BODEGA DEL RESTAURANTE LA RÚCULA*. Obtenido de DSpace: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10526/1/UDLA-EC-TLG-2019-10.pdf>
- García, A. (2018). *Análisis multi-sensorial : integración de los sentidos y la percepción del gusto*. Obtenido de Repositorio Digital USFQ:  
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7892>
- Gazmuri, M. (2021). *Comprensión como participación: dialéctica entre la particularidad y la generalidad en la hermenéutica de Gadamer*. Obtenido de Scielo Brasil:  
<https://doi.org/10.1590/0101-3173.2021.v44n1.19.p265>

- González, R. (21 de Noviembre de 2016). *Empirismo radical de William James: algunas aproximaciones*. Obtenido de Academia:  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52264791/Empirismo\\_Radical\\_en\\_W\\_James-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1626830009&Signature=XtKeslHqjwhxz9GAQrfzBD-pDDGcHy19QrFSEviOTqaiEJT8HfS-1nFAuaqbEF-orucfoGqWs8MBImRKc8dInF6pZCkwOGEcATDy6rp-CrLxTdkRjKmmZDdeesw2nl](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52264791/Empirismo_Radical_en_W_James-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1626830009&Signature=XtKeslHqjwhxz9GAQrfzBD-pDDGcHy19QrFSEviOTqaiEJT8HfS-1nFAuaqbEF-orucfoGqWs8MBImRKc8dInF6pZCkwOGEcATDy6rp-CrLxTdkRjKmmZDdeesw2nl)
- Guevara, F. (Diciembre de 2019). *DECONSTRUCCIÓN GASTRONÓMICA, PARA LA REVALORIZACIÓN E INNOVACIÓN DE LA COMIDA TÍPICA DE LA SERRANÍA ECUATORIANA*. Obtenido de Revista de Investigación Talentos Volumen VI. (2): ISSN Digital: 2631-2476: <https://doi.org/10.33789/talentos.6.2.110>
- Guevara, F. (2019). *DECONSTRUCCIÓN GASTRONÓMICA, PARA LA REVALORIZACIÓN E INNOVACIÓN DE LA COMIDA TÍPICA DE LA SERRANÍA ECUATORIANA*. Obtenido de TALENTOS: Revista de investigación: <https://doi.org/10.33789/talentos.6.2.110>
- Guevara, F. (2019). *DECONSTRUCCIÓN GASTRONÓMICA, PARA LA REVALORIZACIÓN E INNOVACIÓN DE LA COMIDA TÍPICA DE LA SERRANÍA ECUATORIANA*. Obtenido de TALENTOS: Revista de investigación: <https://doi.org/10.33789/talentos.6.2.110>
- Hernández y López. (2017). *GASTRONOMÍA Y PATRIMONIO: ESTÉTICA DE LO INTANGIBLE*. Obtenido de uaemex.mx:  
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/110668/Gastronom%C3%ADa%20y%20patrimonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1eKM8EFF-u2SDUWjApeOoilYB0nm-qX6iMpPIB6DtK3uHZ6TBaAOon4U8Q#page=299>
- Hernández, R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Iglesias, A. (2019). *LA HERMENÉUTICA DIALÉCTICA DE PETER SZONDI*. Obtenido de DADUN: Rilce. Revista de Filología Hispánica. 35 (1), 2019, 137 - 60: ISSN: 0213-2370:  
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/57553>
- Jurgenson, Camacho, López, García, Olguín, Gómez. (2017). *La investigación cualitativa y cuantitativa*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo:  
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- Korsmeyer, C. (2002). *El sentido del gusto: Comida, estética y filosofía*. Obtenido de Ucm.es:  
<https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-124677/Sobre%20Comida%20Filosofi%CC%81a%205.pdf>
- Krug, B. (30 de Septiembre de 2020). *Fotografía Gastronómica: análisis de la comunicación digital entre Brasil y España*. Obtenido de RUA: <http://hdl.handle.net/10045/109496>
- Lopes, J. (2014). *Arte Culinario*. Obtenido de gredos.usal.es:  
[https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/123136/almeida\\_arte\\_culinario.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/123136/almeida_arte_culinario.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- López, León, R. (2019). *La estética extendida como perspectiva para el diseño de experiencias*. Obtenido de ACADEMIA: Revista Semestral de Investigación publicado por la Facultad de Arquitectura de la UNAM: <https://doi.org/10.33789/talentos.6.2.110>
- López, R. (2019). <http://dx.doi.org/10.22201/fa.2007252Xp.2019.19.69870>. Obtenido de <http://revistas.unam.mx/>: <http://dx.doi.org/10.22201/fa.2007252Xp.2019.19.69870>

- Losada, E. (13 de Junio de 2017). *La transición del Materialismo histórico dialéctico a la Hermenéutica sociológica en la obra de Zygmunt Bauman*. Obtenido de repositorio.unal.edu: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/59806>
- Luján, N. (2018). *Historia de la gastronomía*. Obtenido de GoogleBooks: [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=zeavDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=historia+de+los+restaurantes&ots=PFgWHKuiKa&sig=9Z4TyGuVlz22aPGfTibvw0W Oz24&redir\\_esc=y#v=onepage&q=historia%20de%20los%20restaurantes&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=zeavDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=historia+de+los+restaurantes&ots=PFgWHKuiKa&sig=9Z4TyGuVlz22aPGfTibvw0W Oz24&redir_esc=y#v=onepage&q=historia%20de%20los%20restaurantes&f=false)
- Marjorie, C. (2019). *“FOOD STYLING E INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES DE KOI MAKI BAR, TRUJILLO-2019*. Obtenido de UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE: <https://core.ac.uk/download/pdf/328899707.pdf>
- Martínez & Catalá. (2019). *LA GASTRONOMÍA EN LAS FIESTAS DEMOROS Y CRISTIANOS ESPAÑOLAS: SU INFLUENCIA ANDALUSÍ Y SEFARDÍ*. Obtenido de Academia.edu: [https://www.academia.edu/40479248/LA\\_GASTRONOM%C3%8DA\\_EN\\_LAS\\_FIESTAS\\_DE\\_MOROS\\_Y\\_CRISTIANOS\\_ESPA%C3%91OLAS\\_SU\\_INFLUENCIA\\_ANDALUS%C3%8D\\_Y\\_SEFARD%C3%8D\\_THE\\_GASTRONOMY\\_IN\\_THE\\_FESTIVITIES\\_OF\\_SPANISH\\_MOORS\\_A ND\\_CHRISTIANS\\_ITS\\_AL\\_ANDALUS\\_AND\\_SEPHARDIC\\_INFLUENCE?f](https://www.academia.edu/40479248/LA_GASTRONOM%C3%8DA_EN_LAS_FIESTAS_DE_MOROS_Y_CRISTIANOS_ESPA%C3%91OLAS_SU_INFLUENCIA_ANDALUS%C3%8D_Y_SEFARD%C3%8D_THE_GASTRONOMY_IN_THE_FESTIVITIES_OF_SPANISH_MOORS_A ND_CHRISTIANS_ITS_AL_ANDALUS_AND_SEPHARDIC_INFLUENCE?f)
- Martínez, M. (2017). *La importancia del análisis crítico del discurso y la gramática visual para analizar textos. Propuesta de actividades prácticas enmarcadas en la educación para el desarrollo, la educación con perspectiva de género y la educación para la paz. Introducción*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante: <http://hdl.handle.net/10045/63329>
- Mendoza, E. (2019). *La gestión contable y su influencia en la gestión administrativa del Restaurante El Zarco de Cajamarca, 2017*. Obtenido de Universidad Nacional de Cajamarca: <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/3549>
- Miller, ordoñez & Bron. (22 de Julio de 2020). *Mapa de evidencias de los impactos de la agrosilvicultura en la productividad agrícola, los servicios ambientales y el bienestar humano en países de ingresos bajos y medios*. Obtenido de Scioteca: <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1612>
- Miranda, R. (Octubre de 2020). *Y ESCEPTICISMO EMPIRISTA*. Obtenido de Scielo.com: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/limite/v15/0718-1361-limite-15-14.pdf>
- Monroy, M. (2019). *Factores de la satisfacción del cliente perspectivas en restaurantes de comida rápida*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399782>
- Moreno Y de Mingo. (2020). *Comer para vivir, comer hasta morir. Subjetividad y voracidad*. Obtenido de Ética y Cine Journal, ISSN 2250-5660, ISSN-e 2250-5415: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7538680>
- Muntaabski, B. (2018). El Empirismo y la justificación del conocimiento: un análisis de nuestra esencia de vidrio. *Revista del departamento de Filosofía*.
- Navas, S. (2020). *La magia dentro de la cocina de Autor*. Obtenido de Repositorio digital USFQ: La magia dentro de la cocina de Autor



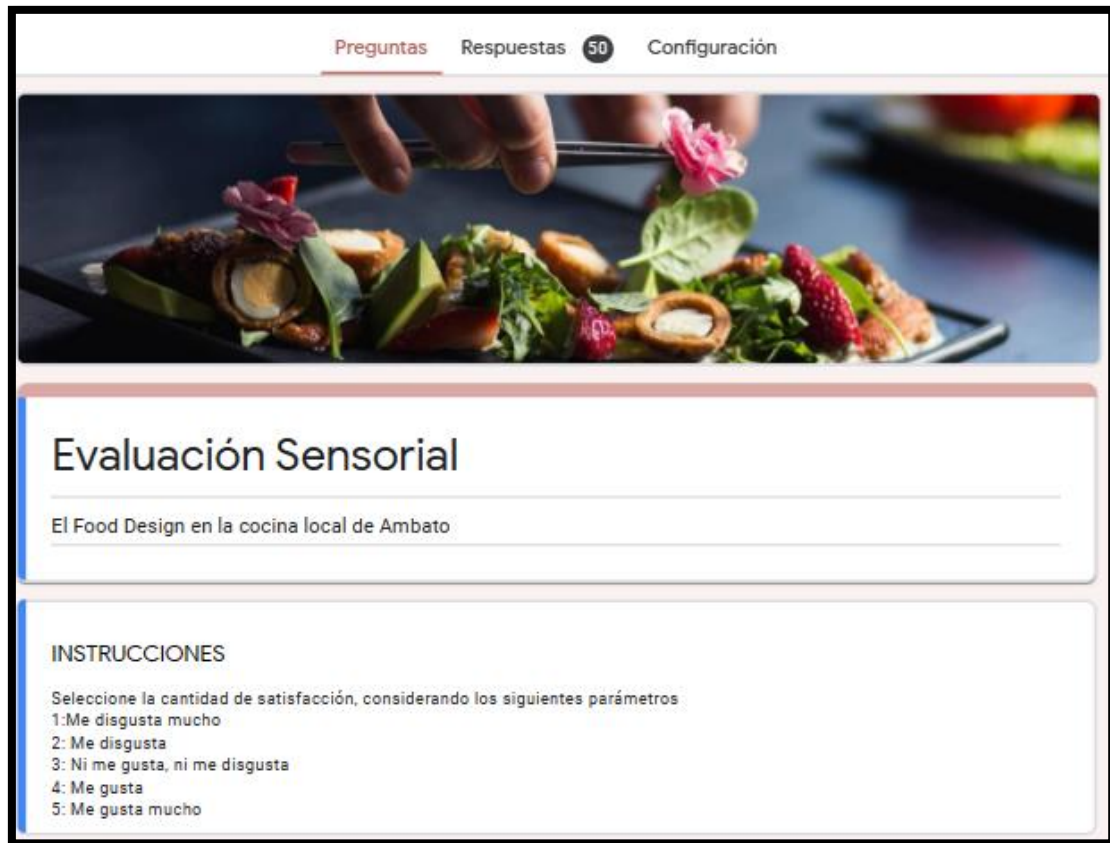
- Niño, E. (2016). *Tradición, herencia y genética para la productividad de una región*. Obtenido de revistas.sena.edu.co:  
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/rform/article/view/584/647>
- Nunes, C. (2007). *Somos lo que comemos*. Obtenido de Scielo.org:  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322007000200006&script=sci\\_arttext&lng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322007000200006&script=sci_arttext&lng=en)
- Olague, Flores & Garza. (Diciembre de 2017). *El efecto de la motivación de viaje sobre la satisfacción del turista a través de las dimensiones de la imagen de destino: El caso del turismo urbano de ocio a Monterrey, México*. Obtenido de RUA:  
<http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2017.14.06>
- Olano & Rosario. (2020). *Gestión administrativa y marketing gastronómico en el rubro de la restauración: una revisión de la literatura científica en los últimos 10 años*. Obtenido de Repositorio.UPN: <https://hdl.handle.net/11537/27072>
- Ordoñez & Robalino. (2018). *La evolución de la gastronomía en la academia a través del tiempo*. Obtenido de Dialnet:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7845413>
- Otaiza, Pabón & Palencia. (25 de Mayo de 2010). *Diseños Preexperimentales*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/solanghyz/diseo-preexperimental-4298863>
- Pacheco, R. (2021). *Bocavaldivia*. Obtenido de Bocavaldivia:  
<https://www.bocavaldivia.earth/about>
- Pérez, C. (2019). *Diseño de una guía gastronómica para la difusión de platos típicos en el Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua*. Obtenido de repositorio.uea.edu.ec:  
<https://repositorio.uea.edu.ec/handle/123456789/571>
- Peri, P. (2020). *La investigación en bosques nativos acompañando al desarrollo sustentable*. Obtenido de repositorio.inta.gob.ar:  
<https://repositorio.inta.gob.ar/handle/20.500.12123/8666>
- Puyuelo, Montañes & Garmendia. (2019). *Introducción a la historia de bares y restaurantes*. Obtenido de DSpace JSPUI: <http://190.57.147.202:90/jspui/handle/123456789/371>
- Quevedo, F. (2011). *ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN EN SALUD: doi: 10.5867/medwave.2011.12.5266*. Obtenido de Medwave:  
<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/MBE04/5266#:~:text=El%20estad%C3%ADstico%20ji-cuadrado%20%28o%20chi%20cuadrado%29%2C%20que%20tiene,frecuencias%20esperadas%20de%20acuerdo%20con%20la%20hip%C3%B3tesis%20nula>.
- Rodriguez, M. (2018). *Tradición, raíces y herencia cultural*. Obtenido de Cloudfront:  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64233906/Tradic%C3%B3n,%20ra%C3%ADces%20y%20herencia%20cultural..pdf?1597982658=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTradicion\\_raices\\_y\\_herencia\\_cultural.pdf&Expires=1626973233&Signature=JhXY56a-8W-E-zD](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64233906/Tradic%C3%B3n,%20ra%C3%ADces%20y%20herencia%20cultural..pdf?1597982658=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTradicion_raices_y_herencia_cultural.pdf&Expires=1626973233&Signature=JhXY56a-8W-E-zD)

- Rueda, D. (2019 de Agosto de 2017). *Enfoque de la hermenéutica a través de sus elementos conceptuales*. Obtenido de Analéctica:  
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/251/2511674003/>
- Sánchez & Calero. (1 de Julio de 2020). *Turismo digital: la gastronomía de Tungurahua en diversos idiomas*. Obtenido de repositorio.uta.edu.ec:  
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31169>
- Sanfeliciano, A. (13 de Julio de 2021). *Diseños de investigación: enfoque cualitativo y cuantitativo*. Obtenido de lamenteesmaravillosa.com:  
<https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>
- Sobrado, D. (2018). *Identidad cultural y turismo gastronómico*. Obtenido de Dialnet:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640381>
- Torres, F. (1 de Febrero de 2021). *Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica*. Obtenido de Repositorio UTA:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32238>
- Triviño, Arandia, Robles y Rivera. (Enero de 2020). *FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL-GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR*. Obtenido de Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios ISSN: 2313-7819:  
[https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/revista\\_colon\\_ctn/article/view/1140/967](https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn/article/view/1140/967)
- Truska, M. (2011). *INTERNACIONALISMOS EN EL LENGUAJE DE GASTRONOMÍA Y ARTE CULINARIO*. Obtenido de DIALNET:  
<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5848623.pdf>
- Urcola, M. (2019). *La agricultura familiar como campo de intervención e investigación social*. Obtenido de CATEDRA PARALELA: <https://doi.org/10.35305/cp.vi16.3>
- Vaca, T. (2017). *Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia. Propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos*. Obtenido de UVadoc:  
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/24910>
- Vijitbunyanon, P. (2019). *The Importance of Food Styling and Food Photography Towards Customers' Perspective at Kitchen Corner Café*. Obtenido de Dusit thani college:  
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldttc/article/view/241085>
- Villagómez, B. (2018). *ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN DE SU GASTRONOMÍA EL CASO SALINAS (ECUADOR)*. Obtenido de evistaholopraxis.com:  
<https://www.revistaholopraxis.com/index.php/ojs/article/view/50>
- Villaplana, T. (2020). *En qué consiste el food styling y cómo influye en el marketing gastronómico*. Obtenido de Riunet: <http://hdl.handle.net/10251/153410>

## ANEXOS

### Anexo 1. Ficha de evaluación sensorial

*Figura 12:* Ficha de evaluación sensorial



Preguntas Respuestas 50 Configuración

**Evaluación Sensorial**

El Food Design en la cocina local de Ambato

**INSTRUCCIONES**

Seleccione la cantidad de satisfacción, considerando los siguientes parámetros

- 1: Me disgusta mucho
- 2: Me disgusta
- 3: Ni me gusta, ni me disgusta
- 4: Me gusta
- 5: Me gusta mucho

*Nota:* La ilustración muestra la evaluación realizada para la obtención de datos.

**Figura 13:** Ficha de evaluación sensorial.



**Nota:** La ilustración muestra la evaluación realizada para la obtención de datos.

**Figura 14:** Ficha de evaluación sensorial.

<b>Equilibrio</b>						
Habla de la armonía de todo lo que tiene el plato. Como:						
-Color						
-Textura						
<hr/>						
<b>COLOR *</b>						
Los colores son de gran atractivo						
	1	2	3	4	5	
Me disgusta mucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me gusta mucho
<hr/>						
<b>TEXTURA *</b>						
Evitar que en un plato todo sea blando.						
	1	2	3	4	5	
Me disgusta mucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me gusta mucho

**Nota:** La ilustración muestra la evaluación realizada para la obtención de datos.

**Figura 15:** Ficha de evaluación sensorial

<b>UNIDAD *</b>										
Todos los elementos del plato pueden hacerse uno solo y mostrar elegancia y sencillez										
	1	2	3	4	5					
Me disgusta mucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					Me gusta mucho
<hr/>										
<b>ALTURA *</b>										
Hace referencia a si el plato tiene varios tipos de relieves o es totalmente plano										
	1	2	3	4	5					
Me disgusta mucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					Me gusta mucho
<hr/>										
En una puntuación del 1 al 10 ¿Qué tanto le gusto estéticamente este plato? *										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Nota:** La ilustración muestra la evaluación realizada para la obtención de datos.

## Anexo 2. Fotografía del proceso fotográfico y emplatado.

Figura 16: Fotógrafo Juan Chauvín



*Nota:* Fotos del proceso fotográfico. *Capturado por:* Ribadeneria, C (2021).



**Figura 17:** Proceso Fotográfico



**Nota:** Fotografía del proceso de toma de fotos. *Capturado por:* Ribadeneira, C. (2021).



**Figura 18:** Fotografía del proceso de emplatado



**Nota:** Fotografía de Luis Benavides Chef del Hotel spa Miramelindo. **Capturado por:** Ribadeneira, C. (2021).

**Figura 19:** Proceso de emplatado



**Nota:** Fotografía de Luis Benavides, Chef del Hotel Spa Miramelindo. **Capturado por:** Ribadeneria, C. (2021).

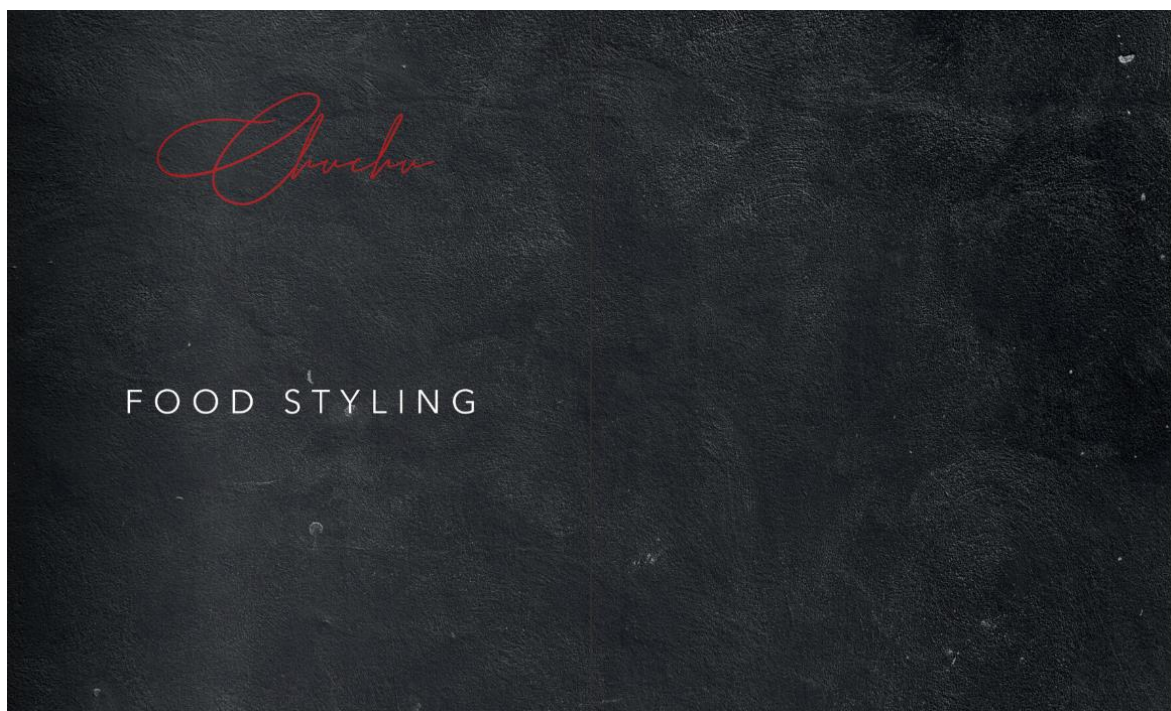
**Figura 20:** Proceso de emplatado



**Figura 21:** Fotografía de Cristina Ribadeneira, autora del proyecto. *Capturado por:* Ribadeneira, C. (2022)



Figura 22: Producto



Nota: Guía de emplatao. Fuente: Flipsnack.

Figura 23: Producto



Nota: Guía de emplatao. Fuente: Flipsnack

**Figura 24:** Carta de compromiso

**DIRECCIÓN ACADÉMICA  
ANEXO 3  
FORMATO DE LA CARTA DE COMPROMISO.**

**CARTA DE COMPROMISO**

Ambato, 20/08/2021

Ingeniero, Licenciado, Doctor, otros  
Dr. Marcelo Núñez Espinosa  
Presidente  
Unidad de Integración Curricular  
Carrera de Turismo  
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Lorena Fernando Bejarano Villafuerte. en mi calidad de Gerente de la Empresa Delicias Cuencanas, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: “El food design en la cocina local de Ambato” propuesto por la estudiante María Cristina Ribadeneira Villacis, portador/a de la Cédula de Ciudadanía 1805442371, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

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

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes. Atentamente.



Lorena Fernando Bejarano Villafuerte  
099 836 6108  
lbejarano@deliciascuencanas.com

**Nota:** La figura muestra la carta de compromiso como requisito del proyecto