



**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

**“Tema: LA EXPERIENCIA CULINARIA Y LA RESTAURACIÓN  
TRADICIONAL EN LA PARROQUIA MONTALVO”.**

**Autor:** Arias Calderon Esteban Andreé

**Tutor:** Ing. Mayorga Ases María José, Mg.

**Ambato – Ecuador**  
**Febrero, 2024**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: **“La experiencia culinaria y la restauración tradicional en la parroquia Montalvo”** Del alumno Esteban Andreé Arias Calderón, 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 2024

LA TUTORA

.....  
**Ing. María José Mayorga Ases, Mg.**

**C.C.: 1804289740**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**La experiencia culinaria y la restauración tradicional en la parroquia Montalvo**”, 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 2024

EL AUTOR



.....  
Esteban Andreé Arias Calderón

**C.C.: 1803893641**

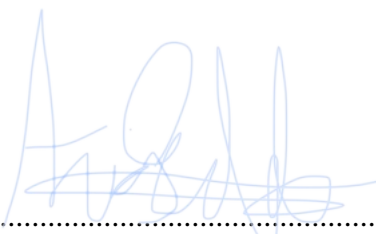
## **DERECHOS DE AUTOR**

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 2024

EL AUTOR



.....

Esteban Andrés Arias Calderón

**C.C.: 1803893641**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “La experiencia culinaria y la restauración tradicional en la parroquia Montalvo” de Esteban Andreé Arias Calderón, 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 del 2024

Para constancia firman

\_\_\_\_\_  
Lic. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.: 1803156478**

\_\_\_\_\_  
Lic. Carmen Isabel Vaca Vaca, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.: 1803381423**

## **DEDICATORIA**

Dedico todo este trabajo a:

    Mi madre.

    Mi padre.

    Mis hermanos.

    Mis abuelos y abuelas que están en el cielo.

    Mi Zoé, Leia, Michi y Luna.

    Y Jorge Alejandro Sánchez.

Por todo su apoyo, amor y compañía hasta este momento.

Esteban Andreé Arias Calderón

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a:

La Universidad Técnica de Ambato, por todas las enseñanzas y por la oportunidad  
de pertenecer a tan prestigiosa institución.

Mi tutora Ing. María José Mayorga, por ayudarme y apoyarme en todo este proceso  
de mi investigación.

Al Lic. Francisco Torres, por toda su enseñanza, ayuda y consejos en este periodo  
lectivo

A la Lic. María Fernanda Viteri, por su buena predisposición en toda esta etapa  
de la Universidad, consejos y enseñanzas.

¡Y agradecerme a mí, por siempre creer en mí toda la vida!

Y por nunca rendirme...

Esteban Andreé Arias Calderón

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT .....	xv

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

<b>1.1 Antecedentes investigativos .....</b>	<b>1</b>
Investigaciones antecedentes .....	1
Teoría, modelo o posición filosófica .....	3
Desarrollo teórico de la variable independiente: Experiencia culinaria.....	5
<b>Experiencia .....</b>	<b>5</b>
<b>Tendencia.....</b>	<b>6</b>
<b>La gastronomía local .....</b>	<b>7</b>
<b>Gastronomía .....</b>	<b>8</b>
<b>Ejemplos de servicios en restaurantes .....</b>	<b>9</b>
<b>La correcta atención al cliente en restaurantes.....</b>	<b>10</b>
<b>Montaje de platos.....</b>	<b>11</b>
<b>El conocimiento .....</b>	<b>12</b>



<b>Los procedimientos</b> .....	13
<b>La calidad</b> .....	14
<b>Ejemplos de servicios en restaurantes</b> .....	16
<b>Los procedimientos</b> .....	16
Desarrollo teórico de la variable dependiente: Restauración tradicional .....	17
<b>La restauración tradicional</b> .....	17
<b>El hornado</b> .....	17
<b>La fritada</b> .....	17
<b>El cuy</b> .....	18
<b>Restauración</b> .....	18
<b>Gastronomía de la parroquia Montalvo</b> .....	18
<b>La motivación culinaria</b> .....	19
<b>Parroquia Montalvo</b> .....	20
<b>Turismo gastronómico</b> .....	20
<b>Gastronomía de la parroquia Montalvo</b> .....	21
<b>1.2 Objetivos</b> .....	22
Objetivo general.....	22
Objetivos específicos .....	22

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

2.1 Materiales .....	24
2.2 Métodos .....	25
Enfoque .....	25
Diseño .....	25
Alcance .....	26
Alcance investigativo.....	26
Alcance territorial .....	26
Población y muestra .....	27
Técnicas .....	29
<b>Observación</b> .....	29
Instrumento.....	29

<b>Ficha de observación</b> .....	29
<b>Técnicas</b> .....	29
<b>Encuesta</b> .....	29
Instrumentos .....	30
<b>Encuesta escala de Likert</b> .....	30

### **CAPÍTULO III**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

3.1 Análisis y obtención de los resultados .....	31
Análisis de la experiencia culinaria .....	31
Análisis de la restauración tradicional .....	50
Análisis de las fichas de los platos típicos de la parroquia.....	55
Discusión .....	56
3.2 Generación de hipótesis.....	58

### **CAPÍTULO IV**

#### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1 Conclusiones .....	59
4.2 Recomendaciones .....	60
Propuesta .....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Modelo de Schmoll.....	4
<b>Figura 2</b> Modelo del sistema de gestión de calidad .....	15
<b>Figura 3</b> Género .....	32
<b>Figura 4</b> Importancia de la restauración tradicional.....	33
<b>Figura 5</b> Costos y precios.....	34
<b>Figura 6</b> Locación .....	35
<b>Figura 7</b> Montajes/Decoración de los platos.....	36
<b>Figura 8</b> El ambiente que existe en los establecimientos.....	37
<b>Figura 9</b> Fama del establecimiento .....	38
<b>Figura 10</b> Calidad platos .....	39
<b>Figura 11</b> Servicio que deben tener los establecimientos .....	40
<b>Figura 12</b> Decoración.....	41
<b>Figura 13</b> Eficacia .....	42
<b>Figura 14</b> Higiene.....	43
<b>Figura 15</b> Estacionamiento .....	44
<b>Figura 16</b> Temática .....	45
<b>Figura 17</b> Iluminación.....	46
<b>Figura 18</b> Calefacción dentro de los establecimientos.....	47
<b>Figura 19</b> Tipos de gastronomía.....	48
<b>Figura 20</b> Innovación .....	49

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Resumen variable independiente.....	16
<b>Tabla 2</b> Resumen variable dependiente.....	21
<b>Tabla 3</b> Recursos para el desarrollo de la investigación .....	24

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Parroquia Montalvo .....	26
<b>Ilustración 2</b> Alfa de Cronbach.....	31
<b>Ilustración 3</b> Chi cuadrado.....	58

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En esta investigación se analizó “La experiencia culinaria y la restauración tradicional en la parroquia Montalvo”. El objetivo de dicha investigación fue estudiar la experiencia culinaria y la restauración tradicional de la parroquia Montalvo, ocupando una metodología de enfoque mixto, un diseño no experimental transversal, con un alcance fenomenológico y descriptivo, y una muestra de 203 turistas de la parroquia, la cual se consiguió mediante un cálculo estadístico. Los instrumentos que fueron utilizados en esta investigación incluyeron una encuesta basada en la escala de Likert, que ayudó a evaluar la relevancia de la experiencia culinaria y todos los aspectos que involucra, los resultados indican que la mayoría de los turistas que llegan a la parroquia Montalvo valoran enormemente cada aspecto mencionado en la encuesta antes de elegir un restaurante o negocio gastronómico para visitar. Por otra parte, se utilizó la Ficha del Atlas alimentario para identificar los ingredientes, preparaciones, épocas de consumo, descripciones de los platos típicos más importantes y ofertados de la parroquia, así dando como conclusión que la experiencia culinaria está muy asociada a lo que es la restauración tradicional, y se hizo un material digital para la mejora de la experiencia culinaria dentro de los establecimientos de restauración tradicional de la parroquia Montalvo.

**Palabras Clave: GASTRONOMÍA, PROCEDIMIENTOS, CONOCIMIENTO, TURISMO, COMIDA TÍPICA.**

## **ABSTRACT**

In this research, "The culinary experience and traditional dining in the Montalvo parish" was analyzed. The objective of this investigation was to study the culinary experience and traditional restoration of the Montalvo parish, using a mixed approach methodology, a non-experimental cross-sectional design, with a phenomenological and descriptive scope, and a sample of 203 tourists from the parish, which was obtained through statistical calculation. The instruments used in this research included a survey based on the Likert scale, which helped evaluate the relevance of the culinary experience and all the aspects involved. The results indicate that the majority of tourists who visit the Montalvo parish greatly value all the aspects mentioned in the survey before choosing a restaurant or gastronomic business to visit. On the other hand, the Food Atlas Card was used to identify the ingredients, preparations, consumption periods, descriptions of the most important and offered typical dishes of the parish, thus concluding that the culinary experience is closely associated with traditional restoration, and a digital material was created to improve the culinary experience within the traditional restoration establishments of the Montalvo parish.

**KEYWORDS: GASTRONOMY, PROCEDURES, KNOWLEDGE, TOURISM, TYPICAL FOOD.**

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes investigativos

#### Investigaciones antecedentes

**Ramon et al., (2018)** realizaron una investigación titulada “¿Postureo o disfrute de la experiencia gastronómica?” efectos de la reputación y la experiencia en la recomendación de los restaurantes de alto nivel, planteando como objetivo general o tipo de modelo explicativo que trata en un acercamiento a mejoras de la reputación, y la basta motivación referente en todo el disfrute de lo que viene a ser la experiencia culinaria. La técnica o métodos utilizada por los autores es un análisis con la finalidad de examinar todo tipo de efecto en las intenciones de recomendaciones de cualquier tipo de experiencia culinaria, dando como resultados que la experiencia culinaria y lo que es el estatus impactan de una manera positiva a la visita del lugar y obviamente a la fidelización o recomendación del consumo de cualquier tipo de lugar.

**López et al., (2019)** aportaron una investigación titulada “La experiencia gastronómica en el restaurante: delimitación teórica y empírica en dos tipos de establecimiento” planteando como objetivo, la elaboración de una variable multidimensional que acepte cualquier tipo de aspectos que los consumidores tomaran en cuenta en los restaurantes, como la comida, el servicio, establecimiento etc. La metodología utilizada por los autores es una gran toma de pequeñas muestras (70 clientes de establecimientos top y 105 de establecimientos normales), con esto también la aplicación del modelo de ecuaciones estructurales, y con todo esto se les permitió identificar todo el efecto moderador que recae en el tipo de establecimiento en la conformación de lo que es la experiencia, y obviamente la satisfacción de los consumidores. Todo tipo de restaurantes tiene como objetivo ser el moderador en todo lo que es la experiencia culinaria basado en la calidad del entorno y también de la comida.

Además, **Rojas y Millán (2018)** en una investigación titulada “Turismo gastronómico La gastronomía tradicional de Córdoba (España)”, este estudio tiene como objetivo dar a conocer lo que es en sí la comida tradicional. Basado en los autores la gastronomía



tradicional está compuesto de muchas recetas culinarias los cuales son llevadas de generación en generación, las principales cosas que busca el turista gastronómico es consumir los platos tradicionales de un sector los cuales den a conocer lo que es la cultura y los ingredientes propios del sector, los autores identifican el turismo gastronómico de la mano de la comida tradicional. Como conclusión, los platos tradicionales trascienden con el paso del tiempo, manteniendo sus orígenes lo cual atrae al turista.

Adicionalmente, el autor **Ramos (2019)** realizó una investigación titulada “La experiencia del cliente en el sector gastronómico”, y tuvo como objetivo la generalización en todo lo que conlleva una experiencia gastronómica, dando resultados que determinan factores que influyen en la experiencia en los restaurantes. Se analizó todo un sector gastronómico, sacando conclusiones dentro de lo que son las tendencias para lograr un mejor análisis de lo que significa experiencia gastronómica. Dentro de la investigación se utilizó un análisis cualitativo, la metodología de un estudio de caso, siguiendo y evaluando a los consumidores para conocer en profundidad sus preferencias, exponiendo los primeros resultados obtenidos y cualquier tipo de implicación dentro del sector gastronómico.

**Vargas y Gama (2018)** elaboraron una investigación “Gastronomía tradicional, atractivo turístico en la provincia centro de Boyacá” el objetivo de la presente investigación fue establecer un producto turístico llamativo y nuevo, para que así se saque provecho a la riqueza del sector analizado. La gastronomía tradicional viene a formar parte de lo que es el patrimonio de los sectores y cuando esta se asocia a la oferta turística realza al destino, toda la investigación llega a la conclusión que se debe aprovechar la riqueza propia de los pueblos o sectores en todo lo relacionado al ambiente culinario es decir de la gastronomía tradicional.

Por otro lado, **Osorio et al., (2021)** con la investigación titulada “Turismo y gastronomía, experiencias en innovación, competitividad y gestión” donde el objetivo fue establecer algunas experiencias nuevas en todo el espacio turístico y gastronómico, afirmando que el eje de lo que es la innovación es la transformación y su característica más llamativa viene siendo la novedad en cualquier aspecto de la vida o ámbito gastronómico, toda la investigación llega a la conclusión que se ha ampliado la variedad

de temas abordados, aunque se ha dado mayor preferencia a los estudios relacionados con el turismo espacial, la planificación, la sostenibilidad y el desarrollo local.

Finalmente, **Requena (2018)**, elaboro una investigación titulada “Diseño de utensilios para nuevas experiencias gastronómicas” dicha investigación tiene como objetivo señalar que el diseño de utensilios de cocina para una nueva experiencia culinaria se viene adaptando a la cultura gastronómica de los últimos tiempos. Los especialistas en gastronomía o chefs han innovado lo que es la forma tradicional de cocinar, ya que se vienen adentrando algunas técnicas culinarias nuevas que ocupan nuevas tecnologías y diseños. En resumen, el diseño de una vajilla moderna para la cocina actual abarca el concepto de deleite y satisfacción en relación con algo en particular. Además, incorpora nuevas experiencias sensoriales, que buscan estimular todos los sentidos, como la vista, el gusto, el tacto, el sonido y el olfato. Asimismo, la presentación y el montaje de los alimentos evolucionan constantemente, adaptándose a las nuevas tendencias.

### **Teoría, modelo o posición filosófica**

En el presente proyecto de investigación, para su elaboración está bajo:

El modelo de elección del consumidor de Schmoll ya que concierne las motivaciones de los turistas para elegir un establecimiento culinario tradicional en base a toda la experiencia que pueden obtener.

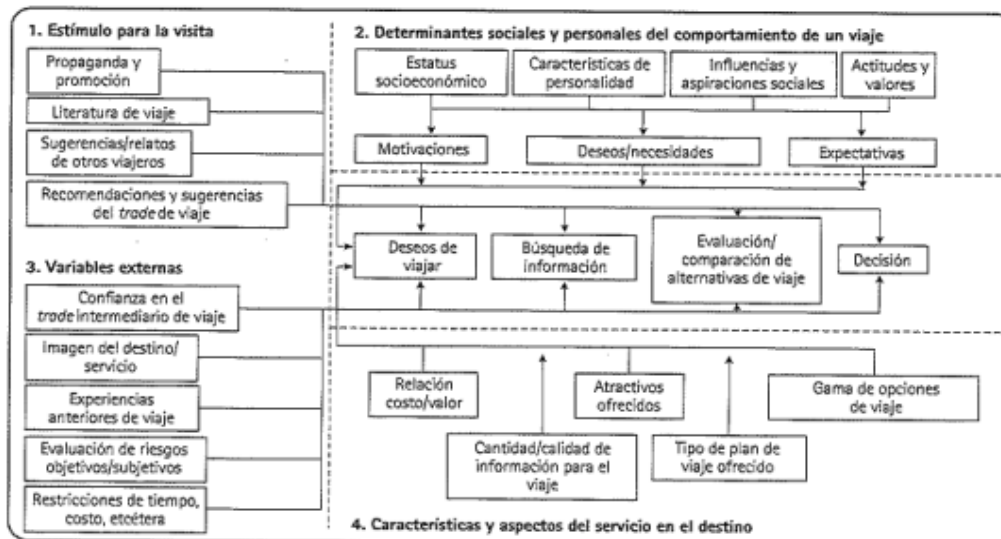
El modelo de elección del consumidor de Turismo de **Schmoll (1977)** el cual es sugerido por **Panosso (2012)** se enfoca en percibir todo el comportamiento de compra de los consumidores al momento de que ellos tomen la decisión de compra y como pueden ser influenciados por algunos factores principales o secundarios. Este modelo categoriza al consumidor como un actor racional, cuyo propósito es incrementar la satisfacción eligiendo entre diferentes posibilidades de consumo.

Dicho modelo establece que los usuarios analizan todo tipo de características de los productos o servicios que existan antes de adquirirlos. Analizan lo que es el servicio, infraestructura, precios etc. Por otra parte, para la elección de un establecimiento, los

clientes llegan a ser convencidos por temas psicológicos y sociales, por ejemplo, las actitudes.

Además, que en este modelo se detallan 4 aspectos los cuales explican las razones, deseos, expectativas y necesidades de los factores personales y sociales que interviene en todos los comportamientos al elegir algo como un viaje, alojamiento y destino.

**Figura 1 Modelo de Schmol**



Nota. La figura muestra el organizador grafico del modelo establecido por Schmol.

Fuente: Quispe, (2018)

## **Desarrollo teórico de la variable independiente: Experiencia culinaria**

### **Experiencia**

Para **Larrosa (2006)**, la experiencia tiene muchas aptitudes dentro del campo educativo, dentro de estas, se encuentran las posibilidades que son prácticas y las posibilidades críticas, tomando en cuenta que se les debe dar un correcto uso. Dentro de dicho concepto, se tiene el conocimiento que llega a tener grandes críticas, practicas etc. La experiencia tiene diversas aptitudes y posibilidades dentro del campo educativo. Estas pueden ser prácticas o críticas, pero es importante utilizarlas correctamente. Además, se destaca que el conocimiento adquirido a través de la experiencia también puede generar críticas y prácticas relevantes.

Según **Contreras (2010)**, la experiencia desarrolla el proceso de lo que es el pensamiento, se entiende que pensamos por que algo sucede, el resultado de las cosas que sucede, es el producto de lo que pensamos o imaginamos, pero en base a lo que vivimos, por todo lo que nos rodea. La experiencia llega a mostrar la falta o la insatisfacción de cosas pasadas, se debe pensar de nuevo, puesto que lo pasado ya no sirve. La experiencia es fundamental en el desarrollo del pensamiento, ya que a través de ella podemos entender por qué suceden las cosas y cómo nuestras ideas y pensamientos influyen en los resultados que obtenemos. Además, la experiencia nos muestra la falta o insatisfacción de lo pasado, lo que nos lleva a replantear y reconsiderar nuestras ideas. En resumen, la experiencia es un factor clave para el análisis y la evolución del pensamiento y también es algo que se requiere volver a analizar.

Conforme a **Rodríguez et al., (2019)**, los tipos de restaurantes desempeñan un papel importante como moderador en la creación de la experiencia culinaria de los establecimientos, tomando en cuenta la calidad del ambiente y de los alimentos, estos aspectos son más importantes en los consumidores de establecimientos reconocidos.

Además, el tipo de restaurante influye en la conmoción de la experiencia culinaria en la satisfacción de los consumidores siendo más reconocidos en los clientes de restaurantes exclusivos, la experiencia en el restaurante viene establecida teóricamente según

aspectos como es la calidad del producto, la atmosfera o el espacio y sobre todo la calidad del servicio, concluyendo que los tipos de restaurantes juegan un papel crucial en la creación de la experiencia culinaria de los clientes. La calidad del ambiente y de los alimentos son aspectos especialmente importantes para los consumidores de establecimientos reconocidos. Además, el tipo de restaurante influye en la satisfacción de los consumidores, siendo más destacados en clientes de restaurantes exclusivos. La experiencia en el restaurante está determinada teóricamente por la calidad del producto, la atmósfera o el espacio, y sobre todo, la calidad del servicio.

## **Tendencia**

Las tendencias van de la mano con las perspectivas, ya que se puede llegar a optimizar y conseguir una buena administración, mejorando así el desarrollo de la productividad y de la competitividad. Llegan a ser ideas las cuales se asocian a nuestro día a día ya sea por necesidad o gusto, y en el medio culinario llegan a ser las formas de las preparaciones de los alimentos. A criterio de **Saldarriaga (2008)** las tendencias siempre van a marcar una gran diferencia, puesto que los establecimientos gastronómicos se renuevan cada cierto tiempo, y en la comida tradicional, todos los platos se mantienen como son ya que es algo establecido y marcado por el tiempo y en el ámbito culinario son importantes para optimizar y mejorar la administración, productividad y competitividad de los establecimientos gastronómicos. Estas tendencias, que se relacionan con nuestras necesidades y gustos diarios, pueden influir en la forma en que se preparan los alimentos. Sin embargo, también es crucial reconocer el valor de la comida tradicional, que se mantiene inalterada a lo largo del tiempo como una parte establecida de nuestra cultura alimentaria. En definitiva, las tendencias pueden marcar una gran diferencia en la industria culinaria, pero es esencial encontrar un equilibrio entre estas novedades y la preservación de la gastronomía tradicional.

## **La gastronomía local**

A criterios de **Clemente et al., (2008)**, la gastronomía local llega a ser un reconocimiento cultural de un lugar específico, llevada de una manera correcta puede ser un servicio turístico propio. La gastronomía local se relaciona con los alimentos tradicionales que son propios del sector, y estos llegan a expresar la importancia de los sabores y conocimientos del lugar. La gastronomía local es mucho más que solo comida, representa la identidad y la cultura de un lugar específico. Cuando se promueve y se lleva a cabo de manera adecuada, puede convertirse en un valioso recurso turístico. Los alimentos tradicionales transmiten los sabores y conocimientos de generaciones pasadas, y a través de ellos se resaltan las raíces y la importancia de preservar la herencia culinaria de un lugar. Además, la gastronomía local puede generar oportunidades económicas y promover el desarrollo sostenible, al fomentar la producción local de alimentos y apoyar a los productores locales. En resumen, la gastronomía local es una verdadera joya cultural que no solo satisface el apetito, sino que también deja una huella duradera en los visitantes, quienes se llevan consigo una experiencia única y auténtica.

De acuerdo al criterio de **Campos et al., (2021)** la gastronomía local se refleja como un aspecto importante para los consumidores en la revelación de la herencia cultural del sitio, los goces culinarios deberán convertirse en estimulaciones puntuales en la deliberación del destino, a la par, se expresen como un factor explicativo importante de lo que es la satisfacción que quieren experimentar los consumidores, como conclusión se podrá clasificar a los consumidores en 3 grupos, los experimentadores, aquellos que buscan explorar y probar nuevos sabores y platos; los disfrutadores, quienes buscan el goce y el placer en la experiencia culinaria; y los supervivientes, aquellos que se conforman con lo básico y tienen preferencias más simples.

A criterio del autor con lo mencionado anteriormente, se puede deducir que la gastronomía local juega un papel fundamental en la revelación de la herencia cultural de un lugar y se convierte en un factor importante a considerar al elegir un destino. Los placeres culinarios deben ser tomados en cuenta como un estímulo clave en la deliberación del destino, ya que son un elemento definible importante de la satisfacción

que los consumidores desean experimentar. Como resultado, se pueden clasificar a los consumidores en tres grupos: los experimentadores, aquellos que buscan explorar y probar nuevos sabores y platos; los disfrutadores, quienes buscan el goce y el placer en la experiencia culinaria; y los supervivientes, aquellos que se conforman con lo básico y tienen preferencias más simples, así que la gastronomía local es un aspecto crucial para considerar al planificar un viaje, ya que puede ofrecer una experiencia única y enriquecedora (**Campos et al., 2021**).

## **Gastronomía**

Según **Guzmán y Sánchez (2012)**, la gastronomía engloba la importancia dentro del día a día de los consumidores, es uno de los factores clave para que exista competitividad dentro de cualquier sitio turístico, así como para la publicidad de ellos. Como eje focal se debe entender que esta palabra proviene del latín, la cual se divide en dos, el estudio y el estómago, esta disciplina se basa en un estudio de los alimentos y de lo que ingieren los consumidores relacionado a su ambiente, como conclusión todo esto estudia los pasos acerca de la transformación de las materias primas en preparativos y a la elaboración va con espacios, los materiales o maquinarias y las herramientas para alcanzar a los modelos de trabajo asociados al tema culinario.

La gastronomía desempeña un papel fundamental en la vida cotidiana de las personas y en la competencia turística. Su origen etimológico nos muestra que se trata del estudio de los alimentos y su consumo en relación con el entorno. Este campo de estudio abarca desde la transformación de las materias primas hasta la preparación de platos, pasando por el uso de materiales, maquinaria y herramientas específicas, puesto que la gastronomía es un componente esencial en la promoción y publicidad de destinos turísticos (**Guzmán y Sánchez 2012**).

Para **Balhs et al., (2019)** la gastronomía abarca cinco áreas fundamentales que son: cultura y sociedad, experimentación y disfrute, ciencia y técnica, creatividad artística, y la relación entre alimentación y fisiología. Lo que es la alimentación y la gastronomía deben ser constantemente modificadas y combinadas, todo esto abarca una expresión

cultural de un lugar que está asociada por muchas representaciones identitarias, siendo una apertura a la cultura del lugar que visite el turista ya que se conectan las personas y la cultura, como conclusión la gastronomía es la delicadeza y la evolución de esos pasos, una gran evolución de la culinaria. Todo esto son elementos fundamentales que no solo se limitan a la satisfacción de nuestras necesidades básicas, sino que también representan una expresión cultural que está constantemente en movimiento.

La combinación y modificación de la alimentación y la gastronomía nos permiten experimentar diferentes sabores, técnicas y platos de diferentes partes del mundo, lo que nos lleva a sumergirnos en la cultura de un lugar que visitamos, por otro lado, la gastronomía no solo se trata de ingredientes y recetas, sino que también implica la conexión entre personas y culturas. A través de la comida, podemos entender y apreciar las tradiciones y los valores de una comunidad. Además, la gastronomía se considera una forma de arte y evolución culinaria, donde los chefs o cocineros practican nuevas técnicas y composiciones de sabores para crear platos insuperables y conmovedores. Dando como conclusión que la gastronomía trasciende las fronteras y se convierte en una experiencia enriquecedora para los consumidores y a través de la comida, nos sumergimos en la identidad cultural de un lugar, conectándonos con las personas y sus tradiciones como un reflejo de la evolución culinaria y la delicadeza que se encuentra en cada paso culinario (Balhs et al., 2019).

### **Ejemplos de servicios en restaurantes**

A criterio de Soraida y Ancasi (2021), los tipos de servicio son que el restaurante debe contar con suficiente capacidad, una ubicación y orientación que permita aprovechar la luz natural. Además, su infraestructura debe ser adecuada para los servicios que se ofrecerán. Es importante que el aire circule correctamente dentro del establecimiento y que el diseño esté acorde con la temática del lugar. También debe contar con closets y teléfonos, así como con un espacio adecuado para atender a los clientes. En los exteriores del establecimiento se debe disponer de un lugar apropiado y el menú y los precios deben estar al alcance de los consumidores.



Para garantizar una experiencia satisfactoria en un restaurante, es imprescindible que cuente con una capacidad adecuada, una ubicación y orientación que aproveche la luz natural, una infraestructura acorde con los servicios ofrecidos y un diseño acorde con la temática del lugar. Además, es esencial que el aire circule correctamente, que se disponga de closets y teléfonos, y que se cuente con un espacio adecuado para atender a los clientes etc.

### **La correcta atención al cliente en restaurantes**

Según **Cabrera (2019)**, dice que el servicio de atención al cliente es la ayuda que se les da a los mismos, esto quiere decir antes, durante y después de consumir en el restaurante. Una correcta atención al cliente dentro de establecimientos gastronómicos abarca una experiencia única y diferente, puesto que el concepto de atención al cliente es importante de lo que va a significar en el establecimiento para los consumidores, ya que es un factor crítico e importante para que el establecimiento tenga un, éxito. La atención al cliente en los establecimientos gastronómicos es esencial para brindar una experiencia única y satisfactoria a los consumidores antes, durante y después de consumir en el restaurante. Es un factor crítico para el éxito del establecimiento, ya que define la calidad del servicio y la imagen que se proyecta hacia los clientes. Por tanto, es fundamental para garantizar la fidelización de los clientes y el crecimiento del negocio.

Para **Da Silva (2021)**, la atención al cliente es algo que consiste en entregar todas las recomendaciones a los consumidores, la importancia para formar una correlación con los clientes, un lao que sea positiva para ambos, todo esto se basa en una fidelización, Una forma efectiva de promocionar la marca y aumentar las ventas, así como brindar una atención al cliente de calidad, es a través de diversos canales de comunicación disponibles, como el uso de WhatsApp, la opción de autoservicio, la presencia en redes sociales, el contacto por correo electrónico, el uso de celular o teléfono, y la atención en puntos de venta físicos.

Como conclusión son ventajas que nos ayudara a mejorar las relaciones entre los clientes y la marca, conocer a los consumidores y lograr anticiparse a las necesidades de ellos, tener un montón de ventajas competitivas, por último, mejorar la satisfacción y sobre todo la confianza de los consumidores, proporcionar una excelente atención al cliente implica entregar recomendaciones y formar una correlación positiva con los consumidores para lograr su fidelización. Para promocionar la marca y aumentar las ventas, es importante utilizar diversos canales de comunicación como: WhatsApp, el autoservicio, las redes sociales, el correo electrónico, el celular o teléfono y los puntos de venta físicos, brindar una atención al cliente de calidad tiene ventajas como mejorar las relaciones con los clientes, conocer sus necesidades, obtener ventajas competitivas y aumentar su satisfacción y, especialmente, la confianza **(Da Silva, 2021)**.

### **Montaje de platos**

El montaje de los platos es un factor fundamental, ya que depende del contacto visual. Al hablar de montaje se hace referencia a la acción de repartir los diferentes ingredientes o alimentos de una manera sutil, llamativa y siempre específica, ya que se conseguirá que los consumidores se sientan cómodos a la hora de ingerir los alimentos. Dentro de cada plato existen diferentes componentes, en cada plato podremos observar algunos tipos de alimentos y entre todos ellos deberán formar armonía, de esta manera se consigue que la presentación de aquel plato tenga un equilibrio para que los clientes lo consuman **(Pachón, 2018)**.

Siempre existirán las decoraciones, salsas, guarnición de vegetales, almidón, y las proteínas. Existen 4 diferentes tipos de montaje, los tradicionales, denominados los más sencillos, debido a que la proteína es la protagonista del plato, la no tradicional, en donde el chef es el encargado de plasmar su creatividad a su elección, el montaje estructurado el cual tiene que ver con el apilado de alimentos, junto a ellos van las decoraciones a su alrededor, y por último estaría el disperso, mismo que se relaciona con los alimentos que se encuentran separados y repartidos por todo el plato puesto que para lograr un montaje adecuado, es crucial considerar las cuatro normas de

presentación que son: equilibrio, unidad, punto focal y flujo. Se debe tener en cuenta que existen técnicas dentro de los montajes, las cuales deben tener una gran apariencia, misma que impresione a primera vista, debe notarse natural, muchos colores los cuales se puedan combinar, las salsas o aderezos nunca deben ser el punto focal del plato **(Pachón, 2018)**.

Y por último la colorimetría que es muy importante, puesto que es una parte técnica del montaje, lo que lo convierte en arte, todo esto se basa en combinar un aspecto armónico con todos los ingredientes del plato tanto en sabor, color, cocción, etc. Ya que es esencial tener en cuenta diversas técnicas de montaje para lograr una presentación sorprendente y natural en los platos. La combinación de colores, la elección de salsas y aderezos adecuados, y la utilización correcta de la colorimetría son aspectos fundamentales en esta tarea. El montaje culinario no solo busca la armonía visual, sino también la coherencia en términos de sabores, texturas y cocción. Al aplicar estos principios, se logra convertir la presentación de un plato en un auténtico arte gastronómico **(Pachón, 2018)**.

## **El conocimiento**

Es esencial que cualquier establecimiento culinario, sin importar su atractivo, novedad u originalidad, tenga siempre en mente tres objetivos fundamentales: identificar y satisfacer las necesidades de sus clientes (sujeto), ofrecer productos y servicios de calidad (objeto) y proyectar una imagen positiva y atractiva (imagen). La teoría del conocimiento y la gestión de un establecimiento culinario comparten la importancia de la relación entre el sujeto y el objeto. Así como en la teoría del conocimiento se busca la determinación del sujeto por el objeto, en la gestión de un establecimiento culinario se busca identificar y satisfacer las necesidades del cliente, ofreciendo productos y servicios de calidad. Además, ambos buscan proyectar una imagen positiva y atractiva para mantener la fidelidad de los clientes. Por tanto, es esencial que todo establecimiento culinario tenga presentes estos tres objetivos fundamentales para asegurar su éxito y satisfacer las demandas de la clientela **(Vargas, 2006)**.

Para **Vargas (2006)**, la teoría del conocimiento es una filosofía la cual es adaptada como una reflexión sobre un proceso teórico, la misma llega a ser una teoría de lo que es un pensamiento verdadero, dentro de todo lo que es el conocimiento, se encuentra asociado la conciencia y el objeto, dando como definición la determinación del sujeto por el objeto.

A criterio de **Ramírez (2009)**, el conocimiento es el trance consecuente y premeditado para adquirir las cualidades del objeto y es asociado al sujeto, con un buen manejo de la teoría del conocimiento en las investigaciones se podrá adquirir respuestas positivas y técnicas a cualquier tipo de hipótesis siempre y cuando el investigador conozca la teoría y la evolución de esta. Dentro del ámbito de la teoría del conocimiento, se plantean tres interrogantes fundamentales: la posibilidad de adquirir conocimiento, la naturaleza de este y los métodos para obtenerlo. Como conclusión el conocimiento es el efecto que se adquiere de los pasos progresivos y graduales de la percepción del proceso de la vida, ya que todo implica un conocimiento principal que se detalla en un conocimiento de gente, cosas o pensamientos etc., y son relaciones entre la persona que es idónea para comprender y el objeto que puede ser popular, puesto que el conocimiento es un proceso que implica adquirir las cualidades del objeto y está asociado al sujeto. El buen manejo de la teoría del conocimiento en las investigaciones permite obtener respuestas y técnicas para cualquier hipótesis. En el ámbito de la teoría del conocimiento se plantean tres interrogantes clave: la posibilidad de adquirir conocimiento, la naturaleza de este y los métodos para obtener todo esto como el resultado de la percepción progresiva y gradual del proceso de la vida, que implica comprender y relacionarse con personas, cosas y pensamientos.

### **Los procedimientos**

A criterio de **Sáez (1998)**, los procedimientos son pasos o procesos en base a un aprendizaje o enseñanza, todo eso asociado a ideas, como las estrategias y algunas técnicas del aprendizaje. Dentro de los establecimientos culinarios deben existir procedimientos establecidos que ayuden al correcto desarrollo de dicho establecimiento, los cuales deben ser destrezas, estrategias y técnicas de aprendizaje. De igual manera se

sugiere aprender a programar los procedimientos, ya que se surgen preguntas como ¿Qué es lo que queremos enseñar a los consumidores?, o ¿Qué queremos que los consumidores aprendan del establecimiento? Estos procedimientos deben tener un vasto análisis dentro de las necesidades y prioridades de los clientes etc.

A criterio de **La Real Academia Española (2014)**, los procedimientos son el desarrollo de ejercer algunas cosas, como las acciones de proceder etc., pasos que se deben ejecutar al mismo tiempo para que se obtengan resultados con las mismas circunstancias, como conclusión los procedimientos son pasos que se deben seguir, son formas de proceder para la obtención de un determinado fin.

## **La calidad**

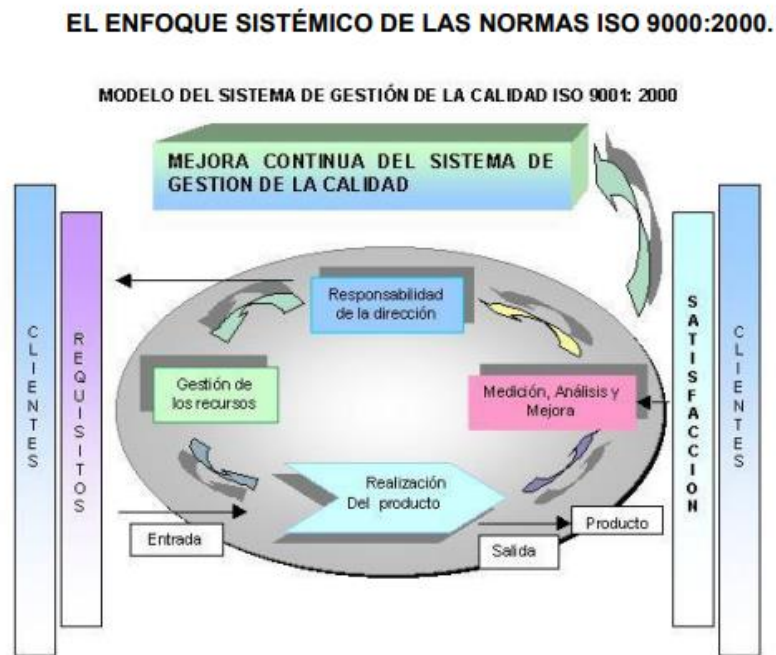
De acuerdo con **Alcalde, (2019)** la calidad viene siendo algo grande o global dentro de las relaciones humanas, educación, sistema de la salud, calidad de servicio que ofertan y prestan los establecimientos culinarios. El termino de calidad va acorde a los genes de los seres humanos, son todas las capacidades que tienen las personas para realizar de manera correcta las cosas, con todo este contexto la calidad dentro de los servicios prestados va asociados en la mente de los clientes, y esta requiere cumplir todas las necesidades de los consumidores y superar todo tipo de expectativas.

La calidad es un aspecto fundamental en diversos ámbitos como las relaciones humanas, la educación, el sistema de salud y los establecimientos culinarios. Este concepto está intrínsecamente ligado a las habilidades y capacidades de las personas para realizar las cosas de manera correcta. En el caso de los servicios, la calidad se relaciona directamente con la satisfacción de las necesidades de los clientes y la superación de sus expectativas. Es imprescindible que los establecimientos y profesionales se esfuercen por ofrecer un servicio de calidad que genere confianza y fidelidad en sus clientes.

Según la **ISO (2021)** la calidad son adaptaciones y consentimientos de las necesidades que la propia pauta o regla y los consumidores establecen, son niveles de mejoramiento

de los procesos, productos o servicios ofertados por las empresas, cumpliendo todos los requerimientos establecidos por las ISO y por los consumidores. Como conclusión la calidad trata de la satisfacción de los consumidores ya sean internos o externos, y es la totalidad de ocupaciones y particularidades del servicio que se asocia a la capacidad para cumplir todas las expectativas, necesidades expresas o implícitas, puesto que la calidad se basa en la adaptación y satisfacción de las necesidades establecidas tanto por las normas y reglas como por los consumidores. Se trata de mejorar constantemente los procesos, productos y servicios ofrecidos por las empresas, cumpliendo con los requisitos establecidos por las normas ISO y las expectativas de los consumidores. La calidad se centra en la satisfacción de los consumidores y abarca todas las características y particularidades del servicio que se relacionan con la capacidad de cumplir con todas las expectativas y necesidades.

**Figura 2 Modelo del sistema de gestión de calidad**



Nota. La figura muestra el organizador gráfico del sistema de gestión de calidad.

Fuente: Normas ISO (1987)

Posteriormente se presenta un cuadro con toda la información y los detalles de la variable independiente:

**Tabla 1 Resumen variable independiente**

<b>Fundamentación:</b>	<b>Autores</b>	<b>Caracterización</b>
<b>Experiencia</b>	Larrosa (2006) Contreras (2010) Rodríguez et al., (2019)	Que es la experiencia. Desarrollo de una experiencia. Experiencia culinaria.
<b>Tendencia</b>	Saldarriaga (2008)	Que es la tendencia
<b>Gastronomía local</b>	Clemente et al., (2008)	Historia de la gastronomía local
<b>Gastronomía</b>	Guzmán y Sánchez (2012)	Historia y orígenes de la gastronomía.
<b>Ejemplos de servicios en restaurantes</b>	Soraida y Anccasi (2021)	Tipos de servicios en establecimientos.
<b>La correcta atención al cliente en restaurantes</b>	<b>Cabrera</b> (2019)	Maneras correctas de una buena atención.
<b>Montaje de platos</b>	Pachón (2018)	Tipos de montajes.
<b>El conocimiento</b>	Vargas (2006)	Que es el conocimiento.
<b>Los procedimientos</b>	Sáez (1998)	Pasos y orden.
<b>La calidad</b>	Alcalde (2019)	Definición de calidad.

Nota. **Información de la variable independiente.**

Fuente: **Elaboración propia**

## **Desarrollo teórico de la variable dependiente: Restauración tradicional**

### **La restauración tradicional**

Para **Hernández y Dancausa (2018)**, lo que es la restauración tradicional de un sector, ciudad, pueblo etc., se compone principalmente de recetas gastronómicas las cuales son expuestas o llevadas de generaciones en generaciones, dicho termino debe asociarse con las más importantes motivaciones de los consumidores gastronómicos ya que ellos buscan degustar la comida tradicional del lugar del que visitan, ya que los mismos representan lo que es la cultura y los alimentos propios del lugar.

### **El hornado**

Para el **Ministerio de turismo (2018)**, es una de las especialidades más representativas de la región andina, el cual es un plato a base de cerdo y el cual esta complementado con otros ingredientes muy importantes y deliciosos como lo son las papas y el famoso mote, también lleva el famoso agrio, el cual es como un aderezo entre algo dulce y salado, el cual se encuentra elaborado a base de ají, la sal, cebolla, un poco de tomate y por ultimo lo que le daría el toque es la chicha, que de igual manera es algo muy típico de la región.

### **La fritada**

Para el **Ministerio de turismo (2023)**, es uno de los platos típicos más importantes de la gastronomía Ecuatoriana, el cual está elaborado de la carne del cerdo pero frita. Este plato tiene orígenes desde la época del colonialismo, es decir a comienzos de los años 1800, este plato se lo elabora obviamente con algunos condimentos y con la misma grasa del cerdo que bota, específicamente en una paila de bronce.

Este plato dentro de la parroquia se lo acompaña siempre con tortillas de papa, el mote, un curtido con cebollas y tomate y el plátano maduro frito.



## **El cuy**

Para el **Ministerio de turismo (2021)**, este platillo siempre viene acompañado con las papas cocidas, una salsa de maní, una ensalada simple a base de tomate y lechuga, este se lo prepara a la brasa previamente ya condimentado. Se conoce de igual manera que este plato o este animal es un roedor con un alto contenido proteico y es muy bajo en grasa.

Este plato es una de las fuentes más representativas de ingresos económicos del sector, ya que existen criaderos de dicho roedor para sacar el máximo provecho de su carne.

## **Restauración**

A criterio de **Olimpo (2020)**, en la área gastronómica, la restauración es el sector que está especializado en elaborar y cocinar los ingredientes existentes basado siempre en importantes normas sanitarias en todo lo que es la manipulación de alimentos y también en contextos de higiene del personal que se encuentra en los establecimientos gastronómicos, de igual manera cuando se adquieran los productos se debe ya tener analizado las cantidades necesarias etc. En resumen, el sector de la restauración se dedica a la preparación con algunos ingredientes, siguiendo estrictas normas sanitarias y de higiene tanto en la manipulación de alimentos como en el personal de los establecimientos gastronómicos. Además, es fundamental realizar un análisis previo de las cantidades necesarias al adquirir los productos.

## **Gastronomía de la parroquia Montalvo**

La gastronomía es una parte importante de este patrimonio inmaterial, dentro de la parroquia Montalvo se puede comer o encontrar diferentes plato típicos entre los cuales están las famosas empanadas de viento, la famosa colada morada la cual se encuentra disponible todo el año, el morocho, la fritada, el cuy, la mayoría de platos están basados en tubérculos ya que en dicha parroquia se dedican a la cosecha y siembra de estas (**Gutierrez, 2015**). Dentro de la parroquia de igual manera se elabora la conocida

chicha de jora, la chicha de yamor dichas preparaciones son elaboradas a base de granos como el maíz fermentado.

Este lugar cuenta con una gran oferta gastronómica y siempre se va a poder conocer más a profundidad y también analizar el gran impacto e influencia que tendrá dentro del desarrollo turístico local.

### **La motivación culinaria**

La motivación dentro de la gastronomía ayuda a tener un avanzado enfoque de lo que trata el perfil del consumidor o cliente, así adquiriendo una buena oferta de los establecimientos o destinos turísticos para así complacer a los visitantes, la gastronomía es algo importante para la motivación del turista, ya que de igual manera va creciendo esta motivación (**Pérez, 2020**).

Los consumidores de este siglo no solo están buscando en complacer sus necesidades de comer, todo esto es más profundo ya que buscan demasiadas experiencias fuera de lo normal de lo cotidiano, las cuales sean sensoriales, mediante el consumo de platos típicos, esto siendo diferente a todo lo que ya estén acostumbrados, logrando una conexión entre los consumidores y todas las experiencias adquiridas al momento con la cultura tradicional, todo el entorno y sobre todo con la gastronomía típica (**Carvache et al., 2017**). Los consumidores modernos buscan satisfacer sus necesidades más allá de la alimentación, buscando experiencias sensoriales únicas y diferentes a las habituales. A través del consumo de platos típicos, establecen una conexión profunda con la cultura tradicional, el entorno y la gastronomía característica, enriqueciendo su vivencia y ampliando su perspectiva.

## **Parroquia Montalvo**

Dicha parroquia está localizada en la provincia de Tungurahua, en la sierra ecuatoriana, esta fue fundada en el año 1924, la cual lleva el Apellido del ilustre escritor Ecuatoriano Juan Montalvo, en el año 1949 el terremoto destruyo la mayoría de la parroquia, pero pudieron sobresalir demasiado rápido ya que es un sector agrícola y comercial.

La parroquia tiene demasiados destinos turísticos, con hermosos paisajes y toda la historia que tiene, como la fe católica y todas sus costumbres religiosas, dentro de las cuales están las corridas de toros, las danzas, las ceremonias católicas (**GAD MONTALVO, 2020**).

## **Turismo gastronómico**

El turismo gastronómico es una modalidad del turismo, en el cual está basado en la gastronomía y el todo lo que es la cultura culinaria del lugar que se pretende visitar, las más importantes motivaciones son las de conocer y también apreciar todos los pasos de preparación de los alimentos, como también el descubrimiento de nuevos sabores y analizar todos los elementos los cuales lo engloban, ya que pueden ser naturales, culturales, sociales etc. Lo más importante de todo esto es que se debe conocer todas las modalidades gastronómicas del lugar específico, por eso es por lo que existen millón de rutas gastronómicas.

Dicho eso se entiende que el turismo gastronómico o el culinario se basa en todos los productos y en los conocimientos basados en el mismo (**Vivanco, 2023**).

Posteriormente se presenta un cuadro con toda la información y los detalles de la variable dependiente:

**Tabla 2 Resumen variable dependiente**

<b>Fundamentación</b>	<b>Autor</b>	<b>Caracterización</b>
<b>La restauración tradicional</b>	Hernández y Dancausa (2018)	Que es la restauración tradicional, concepto, características.
<b>El hornado</b>	Ministerio de turismo (2018)	Historia, origen.
<b>La fritada</b>	Ministerio de turismo (2023)	Historia, origen.
<b>El cuy</b>	Ministerio de turismo (2021)	Historia, origen
<b>Restauración</b>	Olimpo (2020)	Que es restauración.
<b>Gastronomía de la parroquia Montalvo</b>	(Gutiérrez, 2015)	Platos típicos
<b>La motivación culinaria</b>	(Pérez, 2020)	Motivaciones dentro de la gastronomía.

<b>Parroquia Montalvo</b>	(GAD MONTALVO, 2020).	La historia de la parroquia
<b>Turismo Gastronómico</b>	(Vivanco, 2023).	De que trata el turismo gastronómico.

Nota. **Información de la variable dependiente.**

Fuente: **Elaboración propia**

## 1.2 Objetivos

### Objetivo general

Estudiar la experiencia culinaria y la restauración tradicional de la parroquia Montalvo.

### Objetivos específicos

- Identificar la oferta culinaria en la restauración tradicional de la parroquia.

Se recopiló toda esta información de fuentes principales tales como encuestas, páginas web, tesis etc., citando así lo más importante sobre la restauración tradicional, especialmente sobre los platos más solicitados dentro de la parroquia, y los cuales podrán ser adaptados a muchas mejoras dentro de lo que es una experiencia completa y eficaz.

- Describir la experiencia culinaria en los restaurantes locales.

Se identificó todos los aspectos que engloban lo que es una experiencia completa, los cuales los consumidores toman en cuenta antes de tomar la decisión de escoger un establecimiento gastronómico, y que son demasiado importantes para ellos ya que si no cumplen sus expectativas no los tomaran en cuenta para nada.

- Generar un manual donde se evidencie la relación dentro de la experiencia culinaria y la restauración tradicional de la parroquia.

Por medio de la elaboración de un manual se podrá evidenciar toda relación existente entre las dos variables, así dando recomendaciones para una mejor experiencia culinaria dentro de la restauración tradicional, con todos los aspectos que engloban una creación, experiencia única y diferente para atraer turistas.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA

A continuación, se muestra lo que es la metodología de la investigación, donde se relata unos pasos y procedimientos de una manera ordenada que se toman en cuenta para el cumplimiento del estudio de una manera sistemática y efectiva.

#### 2.1 Materiales

**Tabla 3 Recursos para el desarrollo de la investigación**

<b>Equipo Tecnológico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Celular</li><li>• Computadora</li><li>• Impresora</li><li>• Internet</li></ul>
<b>Institucionales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tutorías</li><li>• Repositorio UTA</li><li>• Biblioteca</li></ul>
<b>Financiero</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transporte</li><li>• Imprevistos</li></ul>
<b>Materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impresiones</li><li>• Copias</li><li>• Esferos</li><li>• Resma de hojas</li></ul>
<b>Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tutor</li></ul>

Nota. En la tabla se detallan los materiales tecnológicos e institucionales que se utilizaron durante la investigación.

Fuente: Elaboración propia

## 2.2 Métodos

### Enfoque

Este proyecto de investigación tiene un enfoque mixto. Al criterio de **Otero (2018)**, surge como una necesidad de adaptarse a una dificultad de problemas de investigación, los cuales están establecidos en las ciencias de un modo holístico. Dicho enfoque se basa en responder al problema de investigación a partir de un diseño presente de enfoque, todo el enfoque está basado en recolección de datos, con el análisis y la interpretación de los datos cuantitativos y cualitativos, los cuales sean necesarios para la presente investigación. Por lo tanto, dicha investigación es mixta, debido que la variable dependiente (restauración tradicional) es cualitativa porque se recogió información sobre los platos típicos más importantes del lugar mediante fichas de observación, mientras que la variable independiente (experiencia culinaria) es cuantitativa ya que se realizaron encuestas sobre lo que trata una experiencia completa dentro del ámbito gastronómico.

### Diseño

La presente investigación tiene un diseño no experimental transversal, con un método mixto deductivo e inductivo, que, de acuerdo con **Risco, (2020)** dicho diseño se basa en no manipular las variables existentes en la investigación, y de tipo transversal (exploratorios, descriptivos, correccionales, explicativos) en el cual solamente se mide las variables. Se utilizó este tipo de diseño ya que únicamente se tomó una vez los datos para el análisis de toda la importancia de la restauración tradicional y de la experiencia culinaria.



## Alcance

### Alcance investigativo

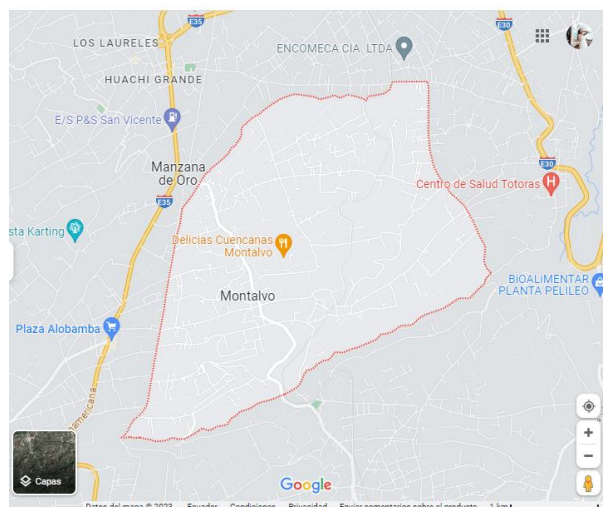
Esta investigación se basó en dos tipos según el alcance de la investigación, la inicial fue de nivel descriptivo por la variable cuantitativa, ya que se analizó toda la importancia de la experiencia culinaria dentro del lugar. Según **Risco (2020)**, el alcance de nivel descriptivo se basa en especificaciones de toda aquella propiedad de las variables, siempre van a definir y también a medir las variables, y por último se cuantificó y mostró todo tipo de dimensiones de los fenómenos o contexto existentes.

Dentro de la variable cualitativa, se ocupó el diseño fenomenológico. en donde se pudo analizar y describir los platos tradicionales de dicho lugar. **Palacios y Corral (2010)**, indican que este diseño está basado en el análisis de las experiencias vividas a base de cualquier situación o suceso, solo deben existir personas las cuales tengan una experiencia dentro del tema de investigación.

### Alcance territorial

Este proyecto de investigación se la efectuó en los establecimientos de restauración tradicional de la Parroquia Montalvo en el cantón Ambato, así analizando los platos típicos más importantes

**Ilustración 1 Parroquia Montalvo**



Nota: Tomado de Google Maps (2023)

## **Historia de la Parroquia Montalvo**

Según el **Sistema Nacional de Información (SNI), (2015)** la parroquia Montalvo está ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato con una altura aproximada de 2900msnm. La parroquialización de dicho lugar fue en el año 1900 justamente el 20 de agosto, en el mandato del expresidente Luis Cordero, algunos aspectos importantes y de relevancia también es que en el año 1986 pudieron asfaltar sus vías principales, ya que necesitaban facilidad en la transportación ya que es un lugar agrícola y productor. Dentro de las actividades económicas de la parroquia es que hay aproximadamente un 70% de personas que trabajan fuera de la parroquia, el 25% está encargada de lo que es la agricultura, y el otro 5% restante se dedican a lo que es al calzado etc.

Dicha parroquia está localizada en la provincia de Tungurahua, en la sierra ecuatoriana, esta fue fundada en el año 1924, la cual lleva el Apellido del ilustre escritor Ecuatoriano Juan Montalvo, en el año 1949 el terremoto destruyó la mayoría de la parroquia, pero pudieron sobresalir demasiado rápido ya que es un sector agrícola y comercial. La parroquia tiene demasiados destinos turísticos, con hermosos paisajes y toda la historia que tiene, como la fe católica y todas sus costumbres religiosas, dentro de las cuales están las corridas de toros, las danzas, las ceremonias católicas (**GAD MONTALVO, 2020**).

## **Población y muestra**

Se tomó en cuenta la población de la parroquia Montalvo debido a que los restaurantes no poseen un registro de clientes, y la poca disponibilidad de los establecimientos existentes en dicha parroquia, por lo tanto, se tomó la decisión de utilizar la fórmula de población finita con la población de la parroquia. El proyecto de investigación estuvo relacionado por una muestra de consumidores que visitan los establecimientos gastronómicos típicos de la parroquia, la cual se la desarrollo con la siguiente fórmula:

N = Total de la población

Za= Nivel de confiabilidad= 1.96 al cuadrado

p= proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q= 1-p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

N = 2265

p = 0.05

q = 0.95

e = 0.05

Za<sup>1</sup> = 1.96

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + Z_a \times p \times q}$$

$$n = \frac{2265 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.0025 \times 2265 - 1 + (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n = \frac{2265 \times 3,8416 \times 0.05 \times 0.95}{(0.0025 \times 2264) + (3.84 \times 0.05 \times 0.95)}$$

$$n = \frac{2265 \times 3,8416 \times 0.05 \times 0.95}{5.66 + 0.1825}$$

$$n = \frac{413.308}{5.84}$$

n= 70 personas

Según **Ventura, (2017)** la población son conjuntos de elementos que tienen algunas características que quieren analizar y estudiar, entre lo que es la muestra y la población hay un hecho inductivo lo cual vendría a ser de lo particular a lo general, teniendo en cuenta que la muestra debe ser basada a una realidad.

## **Técnica**

### **Observación**

Esta técnica se basa en que el investigador no tiene contacto con la variable que se requiere analizar, en esta se ocupó herramientas muy puntuales para la recolección de datos. **Etecé, (2020)** menciona que dicha técnica se basa en prestar atención para así lograr tener información de un fenómeno en la realidad.

## **Instrumento**

### **Ficha de observación**

Dentro de la investigación se aplicó las fichas de atlas alimentario, en la investigación se utilizó fichas de observación para analizar los platos típicos de la parroquia ya que es una manera sencilla y demasiada eficaz para identificar cada aspecto de este. **José (2023)**, menciona que las fichas de observación son las adecuadas para recolectar toda la información necesaria del objetivo de la investigación que se va a analizar, estas siempre deben ser muy objetivas y deben emplear la forma de cuadro para así organizar de mejor manera la información adquirida.

## **Técnica**

### **Encuesta**

En la presente investigación se utilizaron las encuestas, ya que es una manera eficaz para obtener resultados del objetivo que se está analizando, estos pueden ser empleados

de manera digital o en papel. De igual manera son demasiado sencillos de aplicar, **Grasso (2016)**, señala que las encuestas son métodos de las investigaciones importantes puesto que se podrá explorar cuestiones que concuerdan con lo que es la subjetividad y para obtener información de un cierto número de personas.

## **Instrumentos**

### **Encuesta escala de Likert**

Para **Murguira, (2016)** las encuestas con la escala de Likert son una forma de medición que utilizan los investigadores con el propósito de valorar la opinión y las actitudes de la gente, existen varios tipos de escalas, la escala de evaluación se aplica para analizar a una persona sobre los niveles de acuerdo o desacuerdo con alguna cosa.

Esta escala se la ocupa mayormente para el análisis de las opiniones y actitudes de los consumidores hacia una marca, servicio, establecimiento etc. Existen cuatro ejemplos de respuestas los cuales se basan en el:

- Acuerdo
- Frecuencia
- Importancia
- Probabilidad

# CAPÍTULO III

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y obtención de los resultados

Para la elaboración de la discusión y del análisis, basándose en las dos variables de la investigación, tenemos como resultados obtenidos en todas las encuestas ejecutadas, la muestra ocupada es de 203 consumidores que han visitado la parroquia Montalvo, a continuación, lo que es el análisis y la discusión del tipo de respuestas de la escala de Likert que son:

- Acuerdo
- Frecuencia
- Importancia
- Probabilidad

### Análisis de la experiencia culinaria

Los resultados obtenidos para el análisis de la experiencia culinaria, se obtiene a través de una encuesta sobre cada aspecto importante que engloba lo que es una experiencia culinaria completa, este cálculo se la hace en cada pregunta de dicha encuesta.

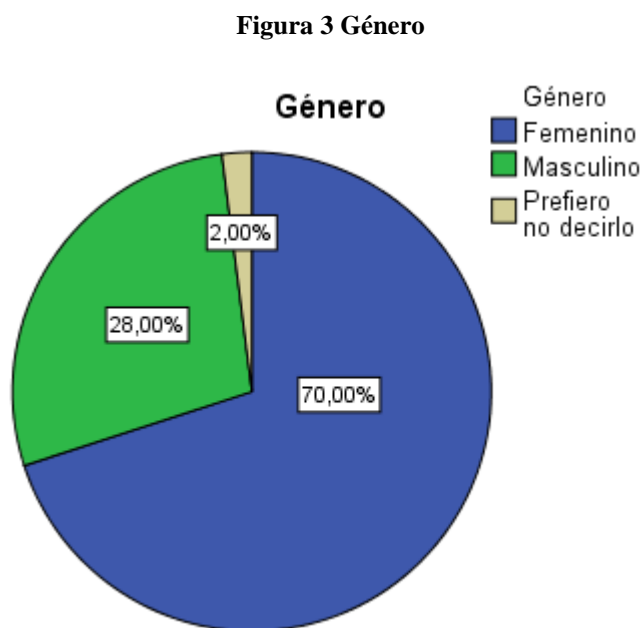
#### Ilustración 2 Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	17

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvo un resultado favorable dentro de la fiabilidad, así teniendo un (.911) puesto que la conclusión de que dichas encuestas están correctamente elaboradas y se las puede aplicar para analizar lo requerido.

### Género



**Nota.** La figura refleja el resultado de la encuesta sobre el género de las personas encuestadas.

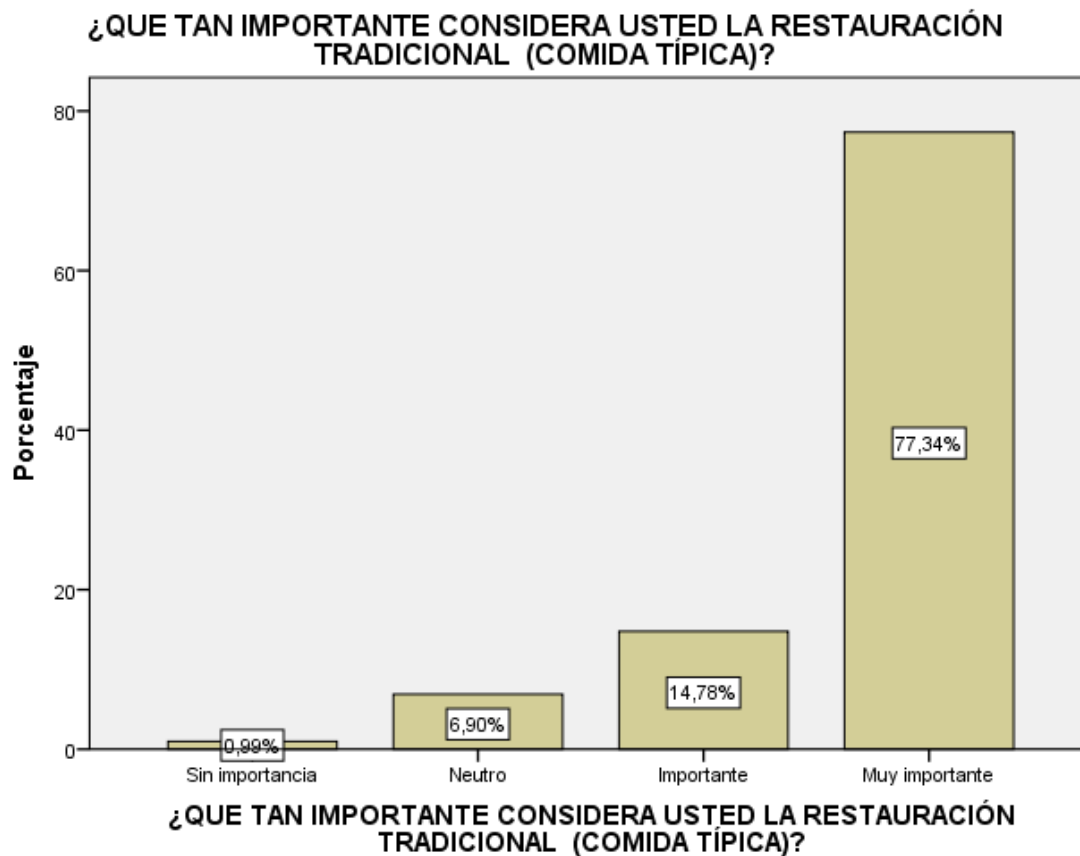
**Fuente:** Elaboración propia

### Análisis

El 70% de las personas que participaron en la encuesta son mujeres, mientras que el 28% son hombres. Además, un pequeño porcentaje del 2% optó por no revelar su género. Estos resultados reflejan claramente que las mujeres son la mayoría en cuanto a la consideración de los aspectos más relevantes dentro de la experiencia culinaria, mientras que los hombres tienen una representación menor.

**1. ¿Qué tan importante considera usted la restauración tradicional (comida típica)?**

**Figura 4 Importancia de la restauración tradicional**



**Nota.** La figura refleja los resultados sobre la importancia de la gastronomía típica que consideran las personas encuestadas

**Fuente:** Elaboración propia

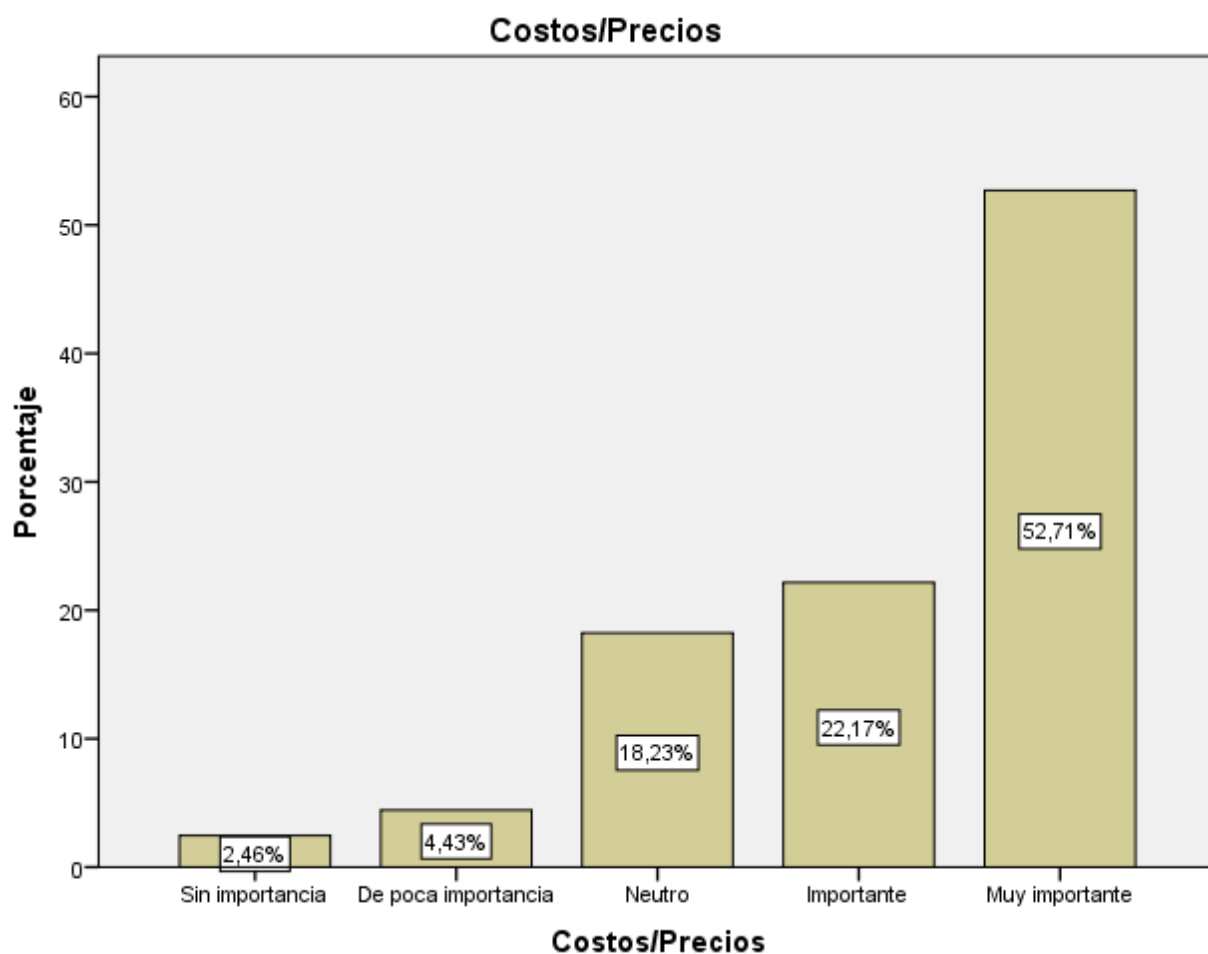
**Análisis**

El 77,34% de los encuestados consideran muy importante la restauración tradicional, el 14,78% solo lo consideran importante, el 6,90% consideran algo neutral, por otro lado, el 0,99% no consideran para nada importante, demostrando que la mayoría de las personas consideran importante a la restauración tradicional o comida típica.



## 2. Costos/Precios

Figura 5 Costos y precios



Nota. La figura refleja los resultados sobre la importancia de los costos dentro de los establecimientos gastronómicos.

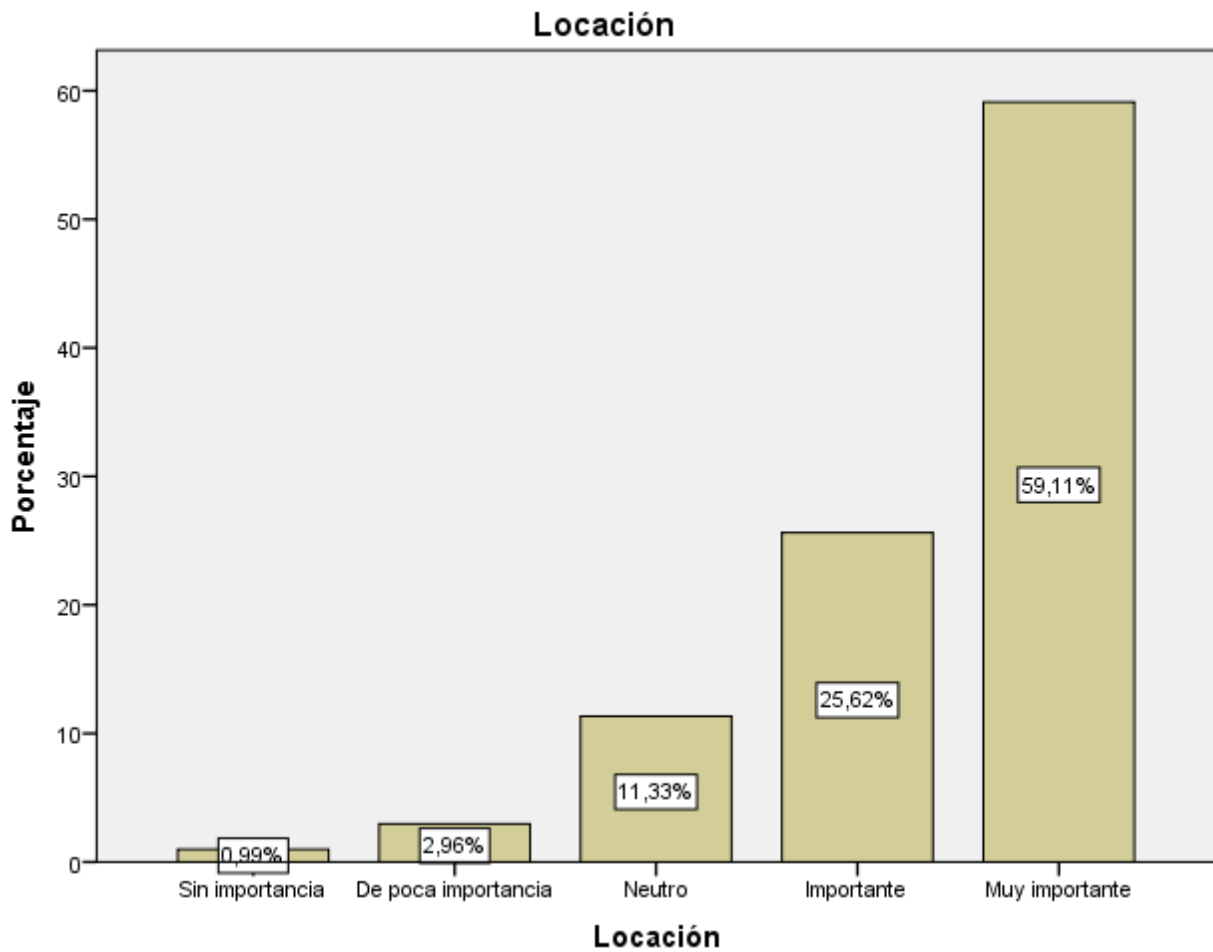
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 52,71% de los encuestados consideran muy importante el tema de precios al momento de elegir un establecimiento, el 22,17% consideran importante, el 18,23% no consideran ni importante ni muy importante algo neutro, el 4,43% consideran de poca importancia, y el 2,46% lo toman como algo sin importancia, demostrando que mucho más de la mitad de los encuestados consideran algo muy importante el tema de costos para la elección de un establecimiento

### 3. Locación

Figura 6 Locación



*Nota.* La figura refleja los resultados sobre la importancia de las ubicaciones de los establecimientos.

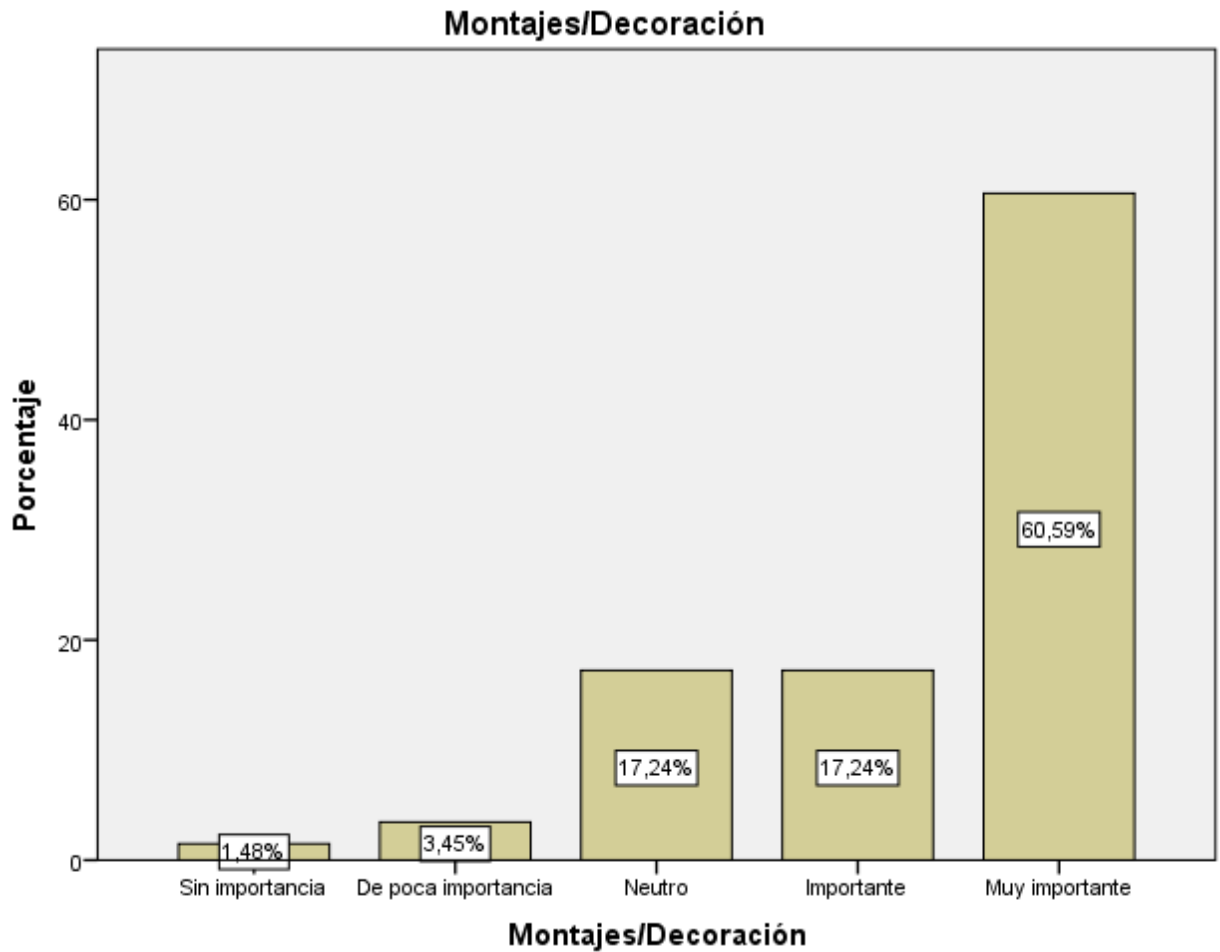
Fuente: Elaboración propia

#### Análisis

El 59,11% de los encuestados lo toman como algo muy importante el tema de la ubicación del establecimiento, el 25,62% lo consideran importante, el 11,33% indiferente, el 2,96% algo de poca importancia, y por último el 0,99% lo toman sin importancia, demostrando que a las personas si les interesa y toman en cuenta el tema de la ubicación de los establecimientos que quieren visitar.

#### 4. Montajes/Decoración

Figura 7 Montajes/Decoración de los platos



Nota. La figura refleja los resultados sobre la importancia de las decoraciones de los platos.

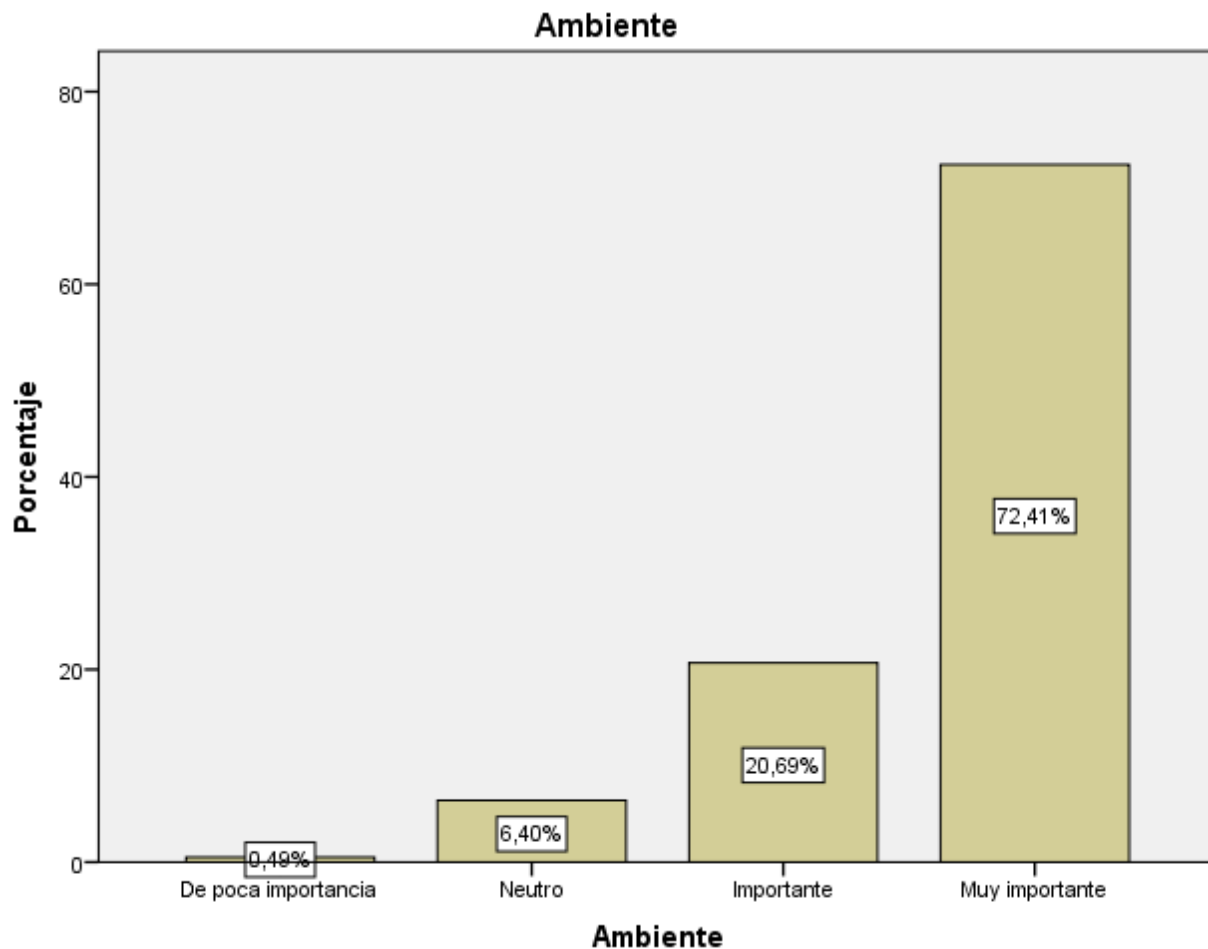
Fuente: Elaboración propia

#### Análisis

El 60,59% de las personas consideran muy importante el montaje de los platos, el 17,24% lo consideran importante, el 17,24% algo indiferente, el 3,45% algo de poca importancia y por último el 1,48% lo toman sin importancia, demostrando así que la mayoría de los encuestados se fijan mucho al momento de la decoración o montaje de los platos.

## 5. Ambiente

Figura 8 El ambiente que existe en los establecimientos



Nota. La figura refleja los resultados sobre la importancia que es el ambiente dentro de los establecimientos gastronómicos.

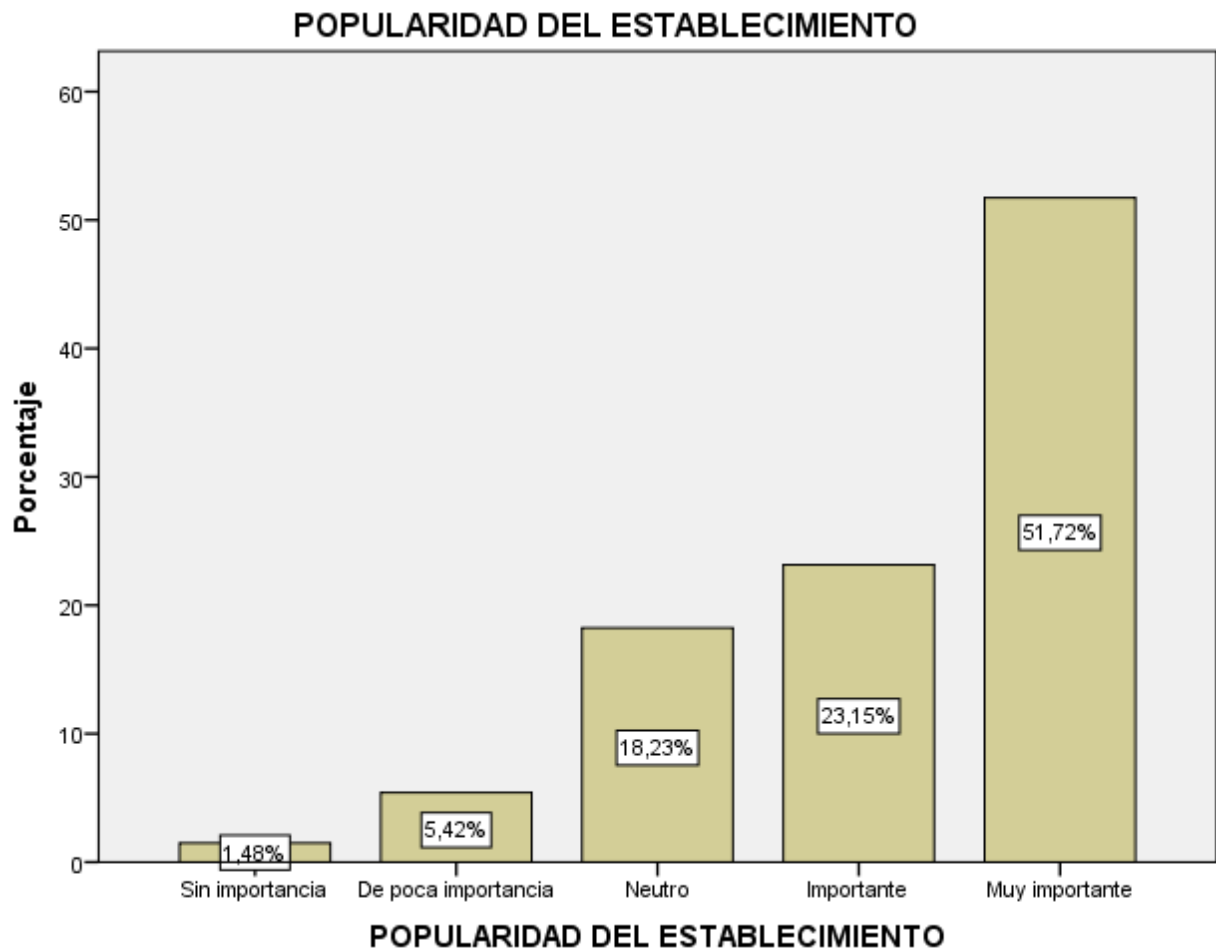
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 72,41% de los encuestados consideran muy importante el tema del ambiente dentro de los establecimientos, el 20,69% lo consideran importante, el 6,40% algo indiferente, y el 0,49 algo de poca importancia, dando como resultado que la mayoría de las personas encuestadas se fijan mucho en lo que es el tema del ambiente que existe dentro de los establecimientos gastronómicos.

## 6. Popularidad del establecimiento

Figura 9 Fama del establecimiento



Nota. La figura refleja los resultados sobre la importancia que viene siendo la popularidad de los establecimientos gastronómicos al momento de elegir.

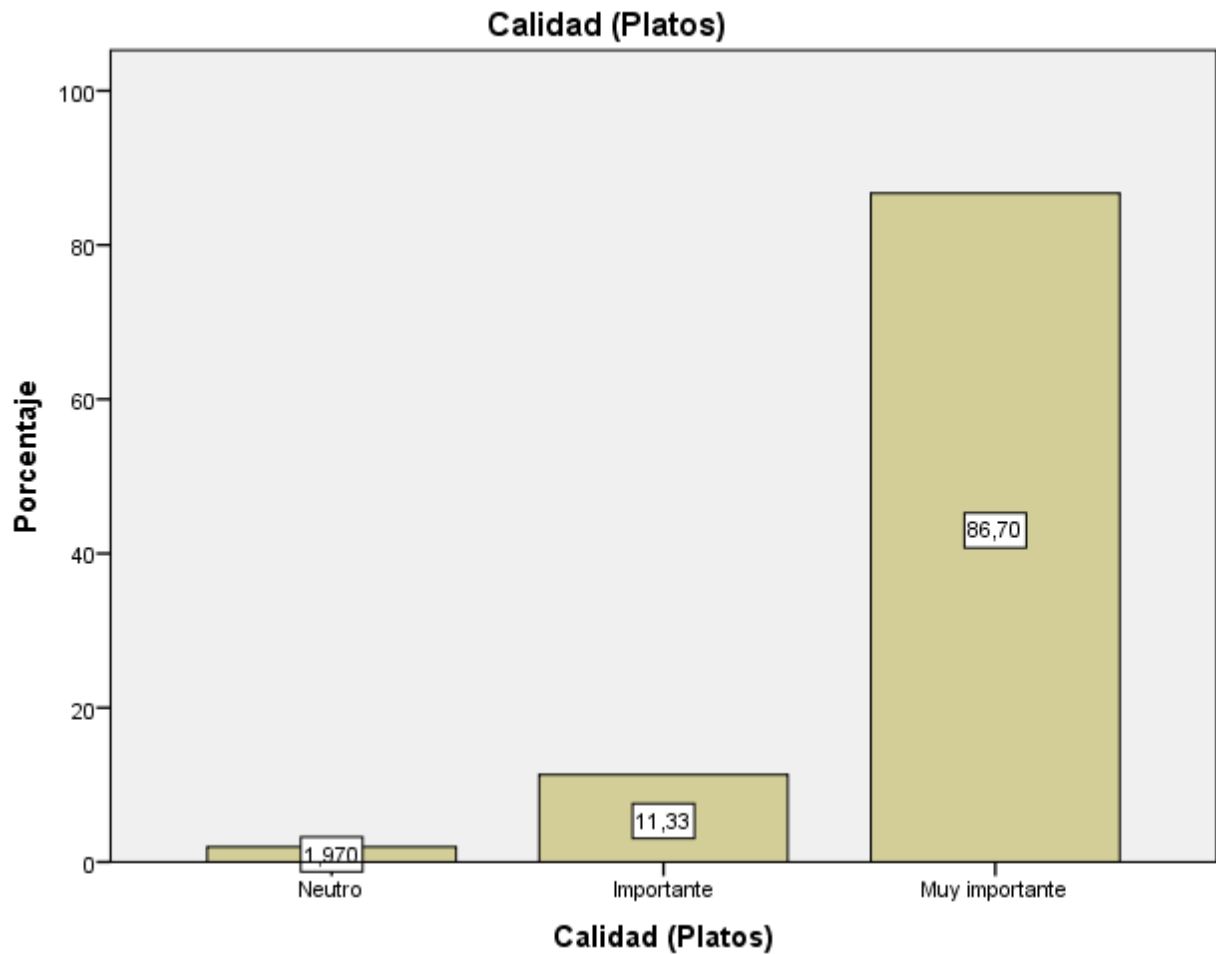
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 51,72% de las personas encuestadas consideran muy importante la popularidad del establecimiento que van a elegir, el 23,15% lo consideran importante, el 18,23% algo indiferente, el 5,42% consideran algo de poca importancia, y por último solo el 1,48% lo consideran algo sin importancia, dando como conclusión que la mayoría de las personas se fijan mucho en la popularidad que tiene el lugar para poder visitarlo.

## 7. Calidad de platos

Figura 10 Calidad platos



**Nota.** La figura refleja los resultados de la importancia sobre la calidad que deben tener los platos para los consumidores al momento de degustarlos.

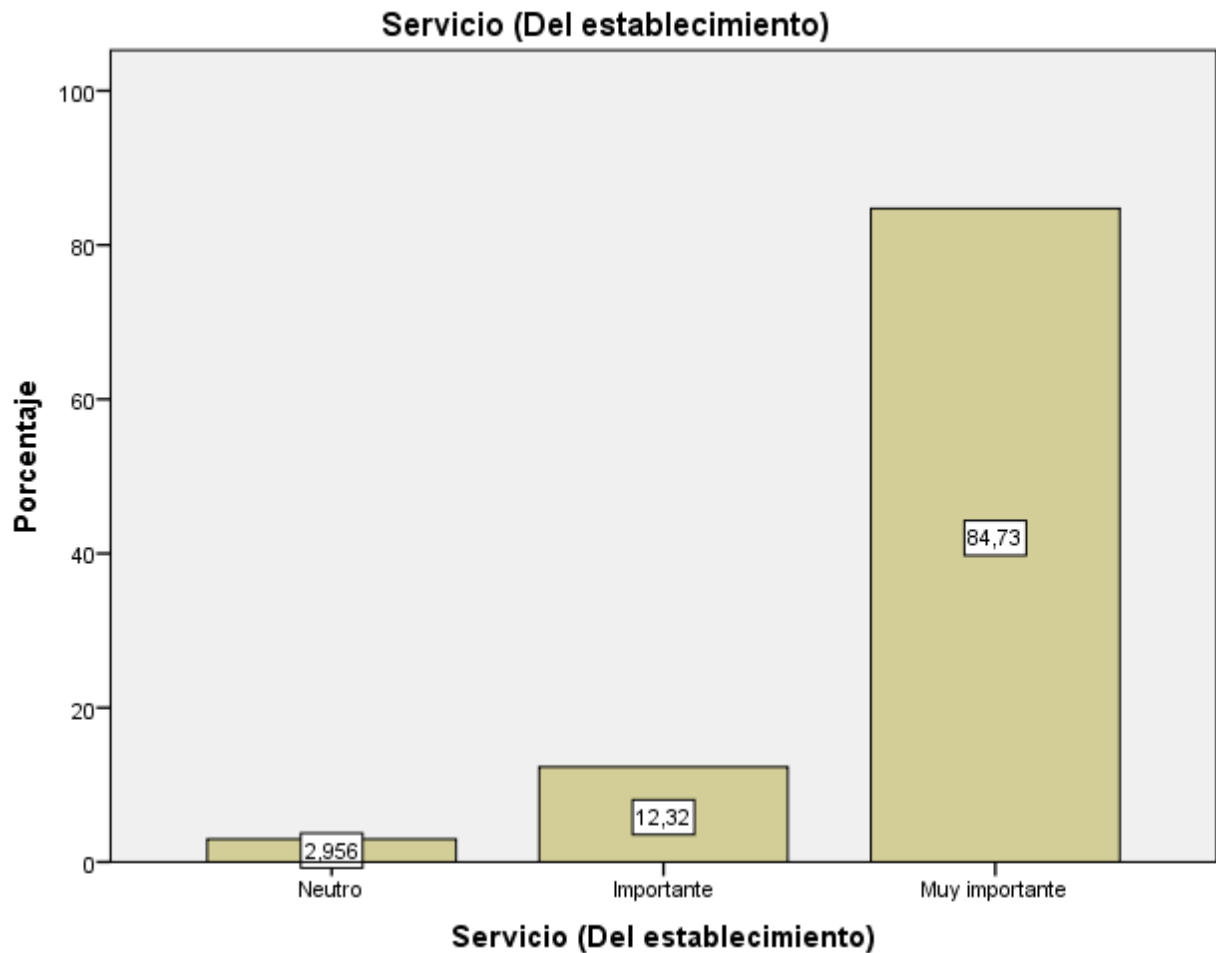
**Fuente:** Elaboración propia

### Análisis

El 86,70% consideran que la calidad que deben tener los platos es algo muy importante, el 11,33% consideran que es importante, por último, el 1,970% consideran que es algo insignificante, como conclusión la mayoría de la gente consideran que la calidad que deben tener los platos es algo demasiado importante para ellos al momento de degustarlos.

## 8. Servicio del establecimiento

Figura 11 Servicio que deben tener los establecimientos



**Nota.** La figura refleja los resultados de la importancia sobre el servicio que deben ofrecer los establecimientos a los consumidores.

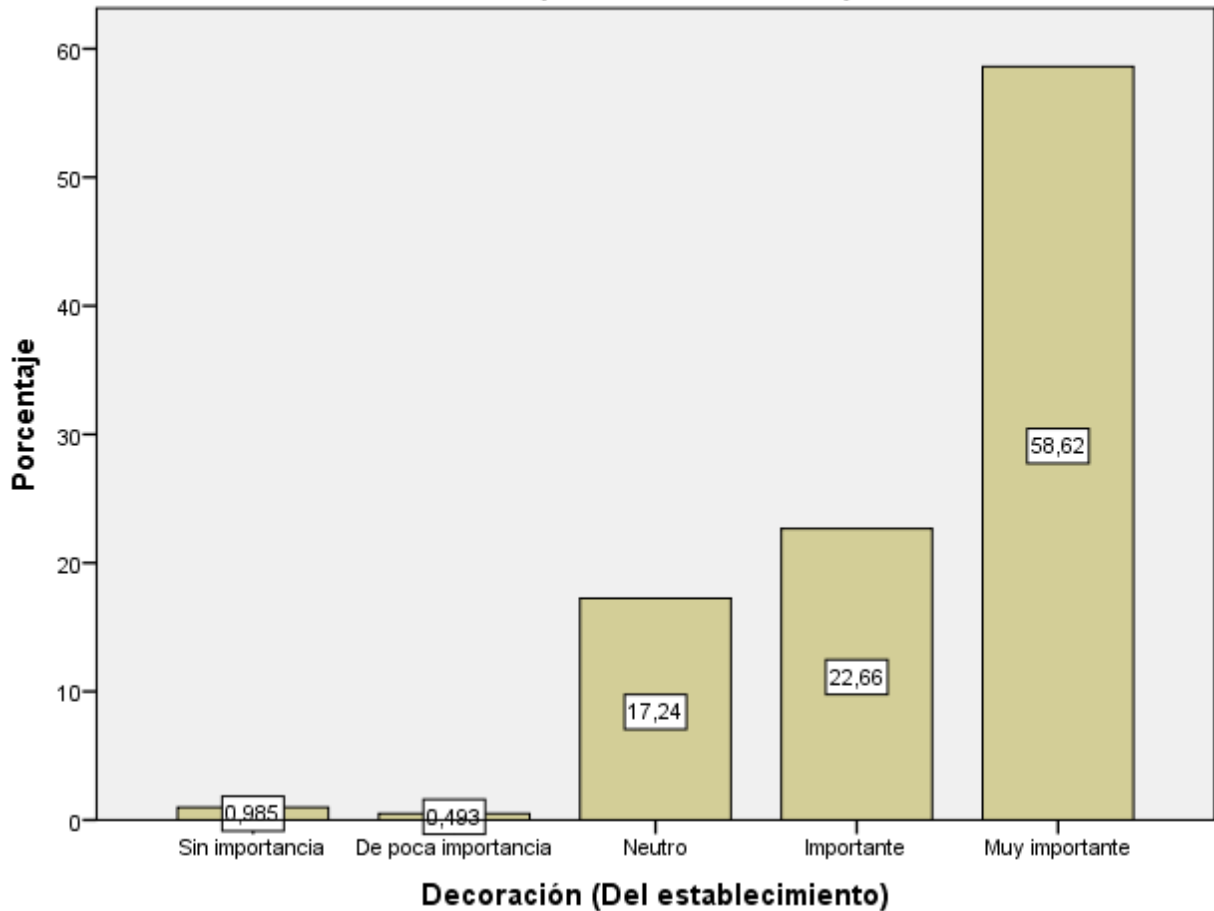
**Fuente:** Elaboración propia

### **Análisis**

El 84,73% consideran muy importante el servicio dentro de los establecimientos gastronómicos, el 12,32% lo consideran importante, y por último el 2,956% lo consideran algo indiferente, dando como resultado que a las personas les importa el tema del servicio que oferten en los establecimientos, es de suma importancia al momento de elegirlos

## 9. Decoración del establecimiento

Figura 12 Decoración



*Nota.* La figura refleja los resultados de la importancia sobre lo que es la decoración dentro de los establecimientos. **Fuente:** Elaboración propia

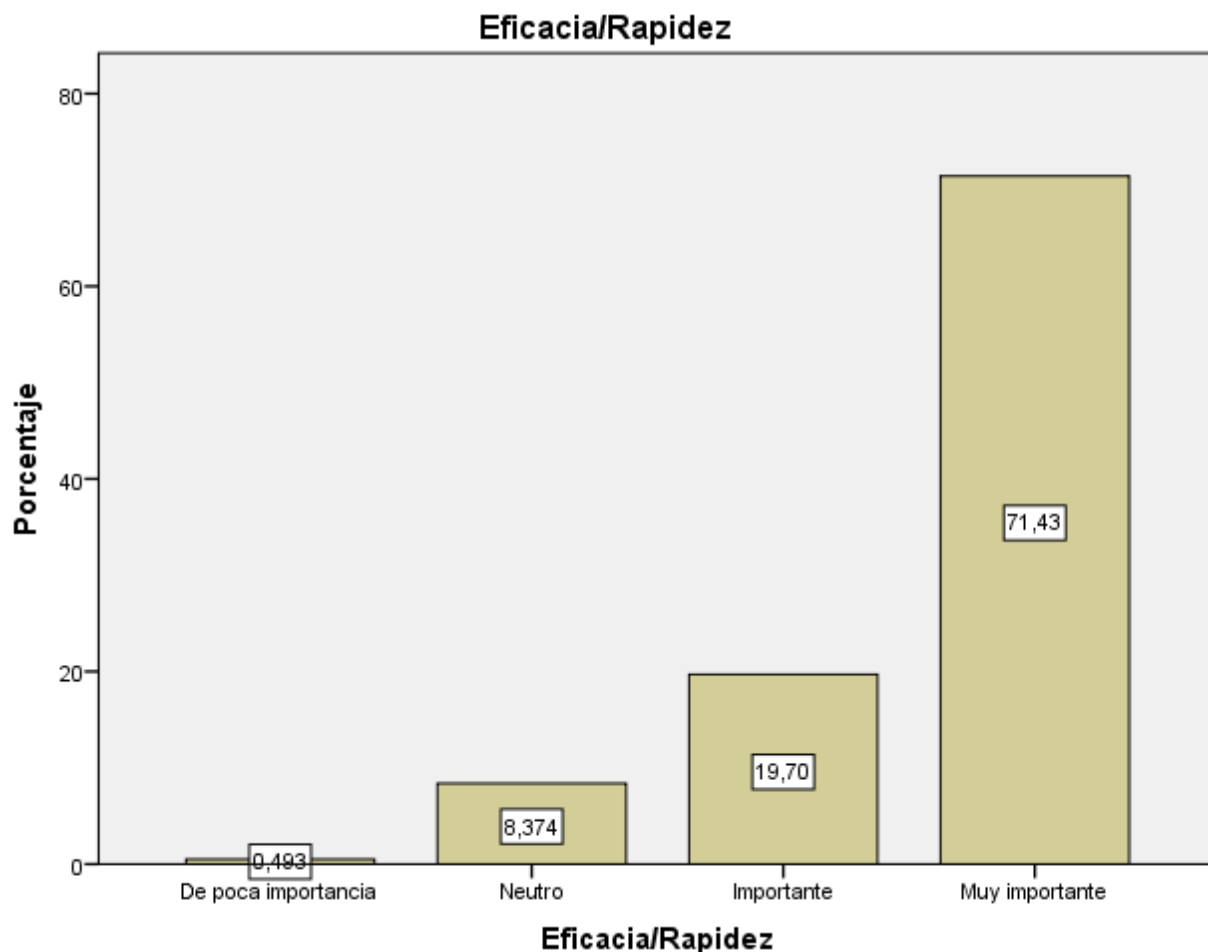
### Análisis

El 58,62% consideran que es muy importante la decoración de los establecimientos, el 22,66% algo importante, el 17,24% lo consideran algo insignificante, el 0,493% algo de poca importancia, y por último el 0,985% lo consideran algo sin importancia, dando como conclusión que la mayoría de las personas encuestadas o más de la mitad se fijan mucho o les importa el tema de la decoración que deben tener los establecimientos que frecuentan.



## 10. Eficacia/Rapidez

Figura 13 Eficacia



*Nota.* La figura refleja los resultados de la importancia sobre la rapidez y eficacia que deben tener los establecimientos para cumplir todas las expectativas de los consumidores.

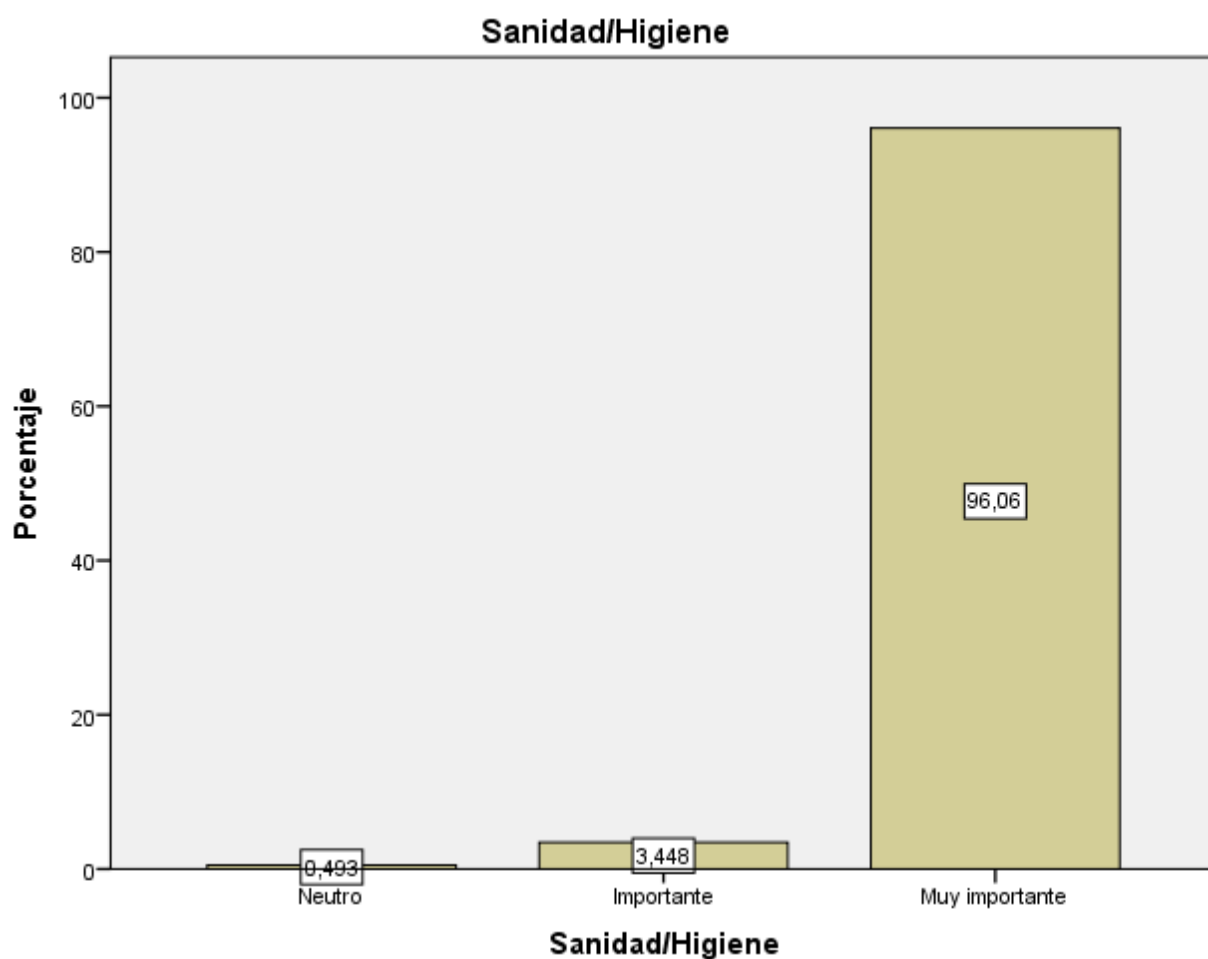
**Fuente:** Elaboración propia

### Análisis

El 71,43% de los encuestados consideran muy importante el tema de la rapidez, el 19,70% consideran algo importante, el 8,374% lo consideran algo muy neutral, y por último el 0,493% lo consideran algo de poca importancia, así como conclusión refleja que más de la mitad de los encuestados se fijan mucho en lo que es la rapidez que se entregan los alimentos y la eficacia que manejen al rato de atenderlos, que sepan solucionar de una manera eficaz y rápida.

## 11. Sanidad/Higiene

Figura 14 Higiene



Nota. La figura refleja los resultados de la importancia sobre lo que es la higiene de los establecimientos gastronómicos.

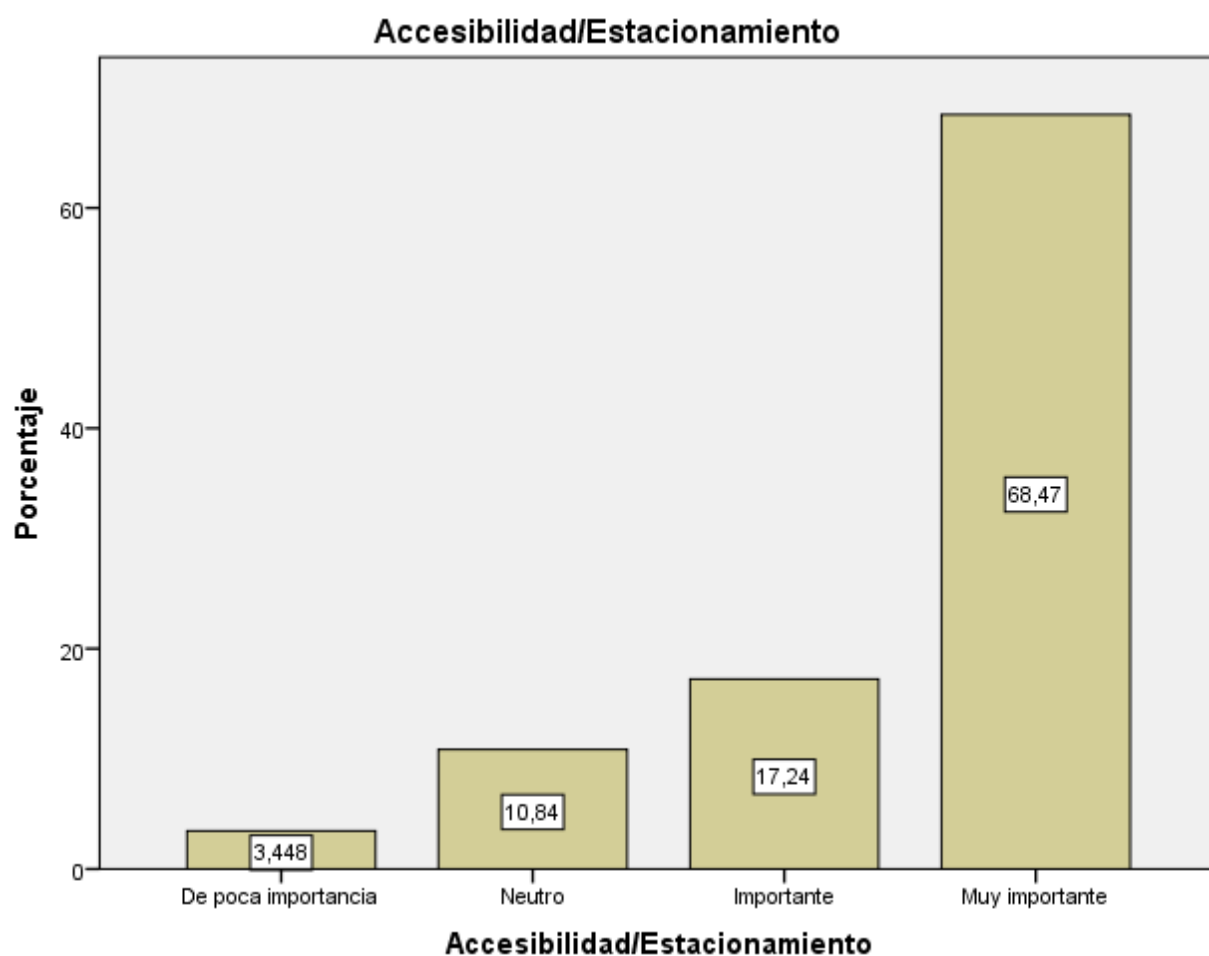
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 96,06% de las personas encuestadas consideran muy importante el tema de la higiene, el 3,448% lo consideran importante, y por último el 0,493% algo neutral, dando como conclusión que a ellos les importa demasiado el tema de la higiene que existe dentro de los establecimientos ya que es un tema de salud y es algo de suma importancia.

## 12. Accesibilidad/estacionamiento

Figura 15 Estacionamiento



**Nota.** La figura refleja los resultados de la importancia sobre la accesibilidad y del estacionamiento que deberían tener los establecimientos gastronómicos.

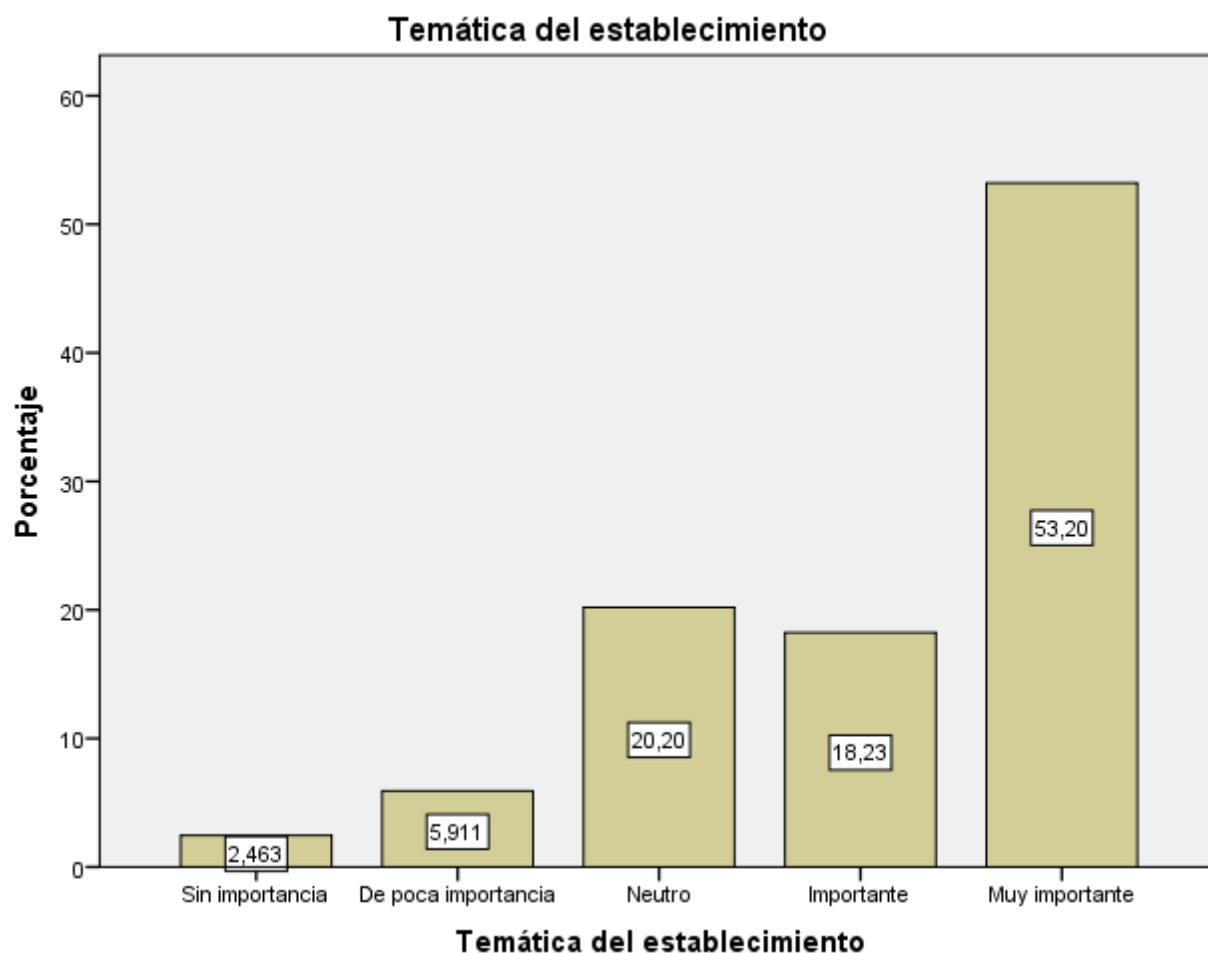
**Fuente:** Elaboración propia

### Análisis

El 68,47% de los encuestados consideran muy importante el tema del estacionamiento dentro de los establecimientos gastronómicos, el 17,24% lo consideran importante, el 10,84% algo insignificante, y por último el 3,448% lo consideran algo de poca importancia, dando como resultados que a la mayoría de los encuestados les importa mucho el tema de la accesibilidad, seguridad de sus vehículos y accesibilidad dentro de ellos para su tranquilidad.

### 13. Temática del establecimiento

Figura 16 Temática



Nota. La figura refleja los resultados de la importancia de lo que es la temática dentro de los establecimientos gastronómicos.

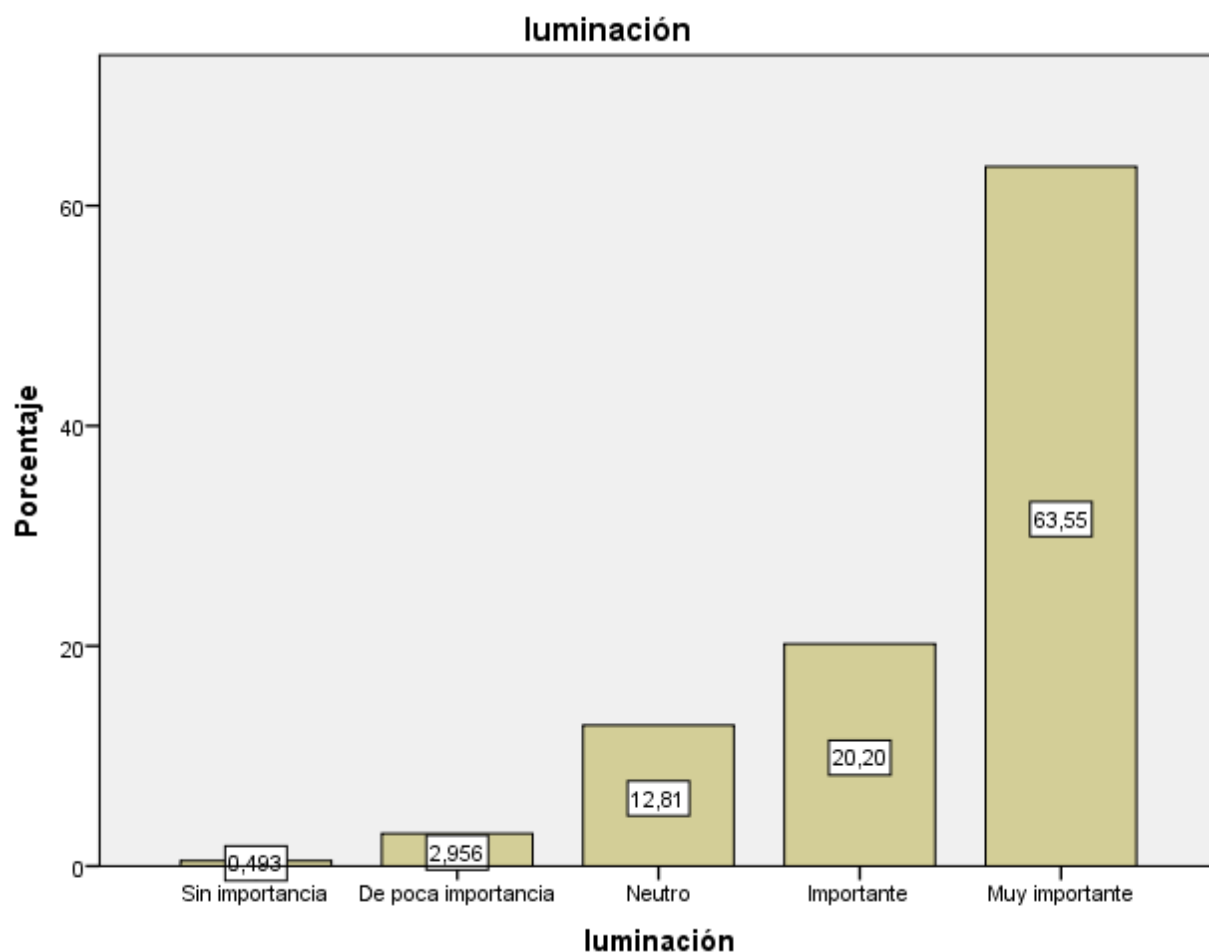
Fuente: Elaboración propia

#### Análisis

El 53,20% de los encuestados lo consideran muy importante, el 18,23% algo importante, el 20,20% lo consideran algo insignificante, el 5,911% algo de poca importancia y por último el 2,463% lo consideran algo sin nada de importancia, dando como conclusión que a la mayoría de encuestados si les interesa la temática que manejan los establecimientos, es decir que para elegir el establecimiento siempre se van a fijar en eso.

## 14. Iluminación

Figura 17 Iluminación



Nota. La figura refleja los resultados de la importancia sobre la iluminación de los establecimientos.

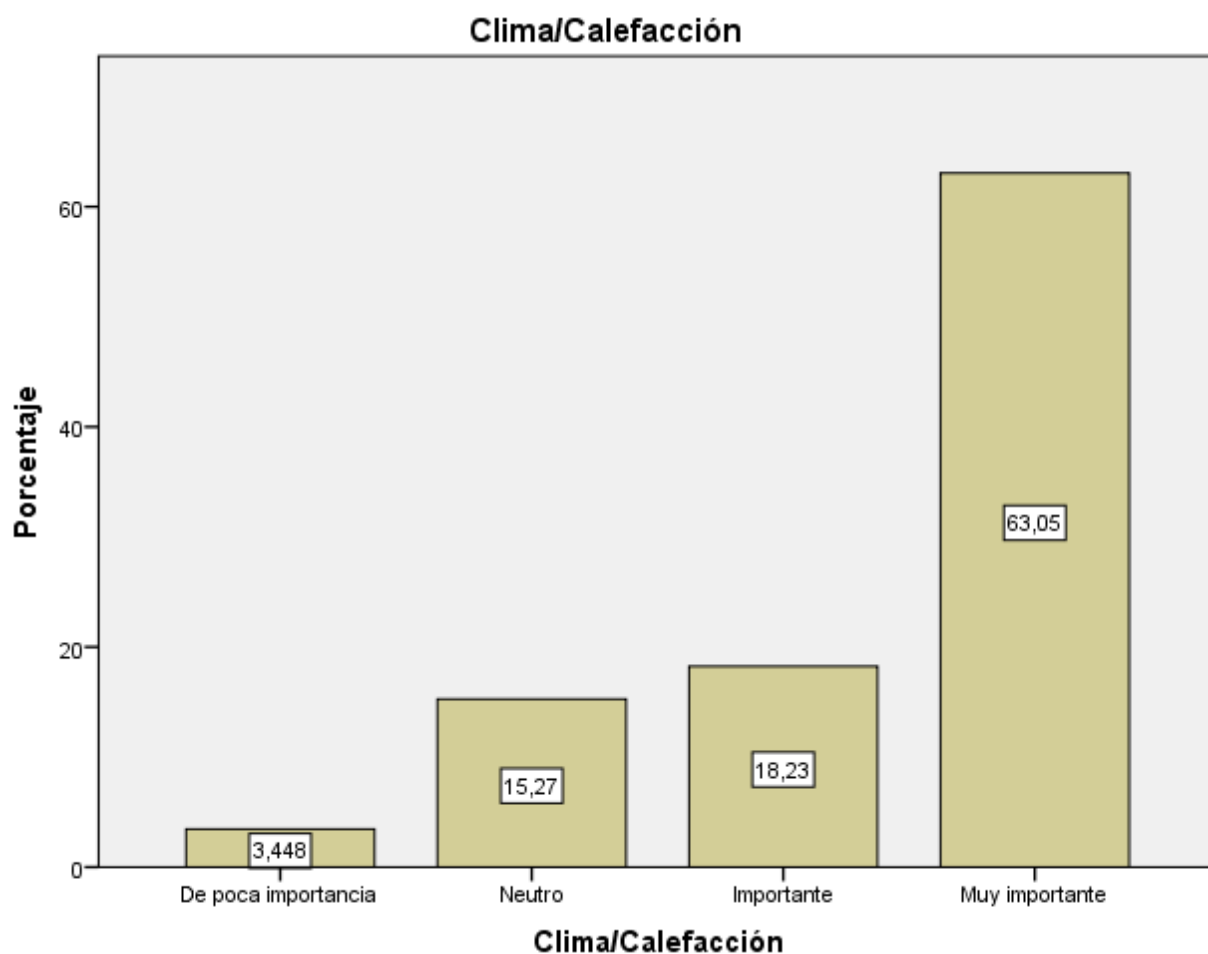
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 63,55% de las personas encuestadas consideran muy importante el tema de la iluminación, el 20,20% lo consideran importante, el 12,81% algo insignificante, el 2,956% algo de poca importancia y por último el 0,493% algo sin importancia, arrojando como resultados que a más de la mitad de las personas encuestadas les interesa el tema de la iluminación que manejen los establecimientos.

## 15. Clima/Calefacción

Figura 18 Calefacción dentro de los establecimientos



Nota. La figura refleja los resultados de la importancia del clima o calefacción de los establecimientos visitados.

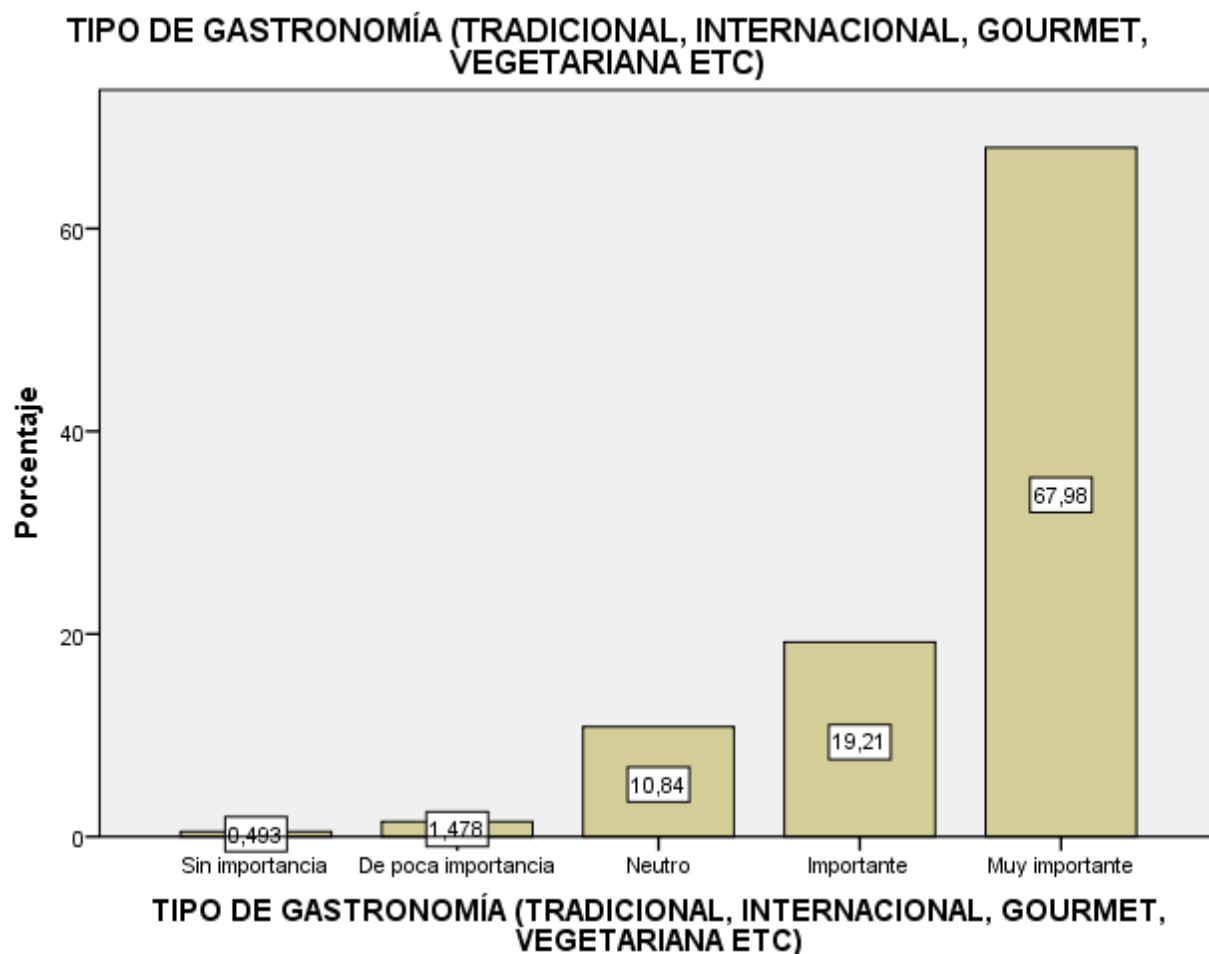
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 63,50% de los encuestados consideran muy importante el tema del clima y calefacción, el 18,23% consideran importante, el 15,27% algo insignificante y por último el 3,488% lo consideran algo de poca importancia, dando como resultados que a las personas les importa el tema del clima que haya y del tema de la calefacción que manejen dentro de los establecimientos.

## 16. Tipo de gastronomía (tradicional, internacional, gourmet, vegetariana etc.)

Figura 19 Tipos de gastronomía



Nota. La figura refleja los resultados de la importancia de lo que es el tipo de gastronomía que prefieren

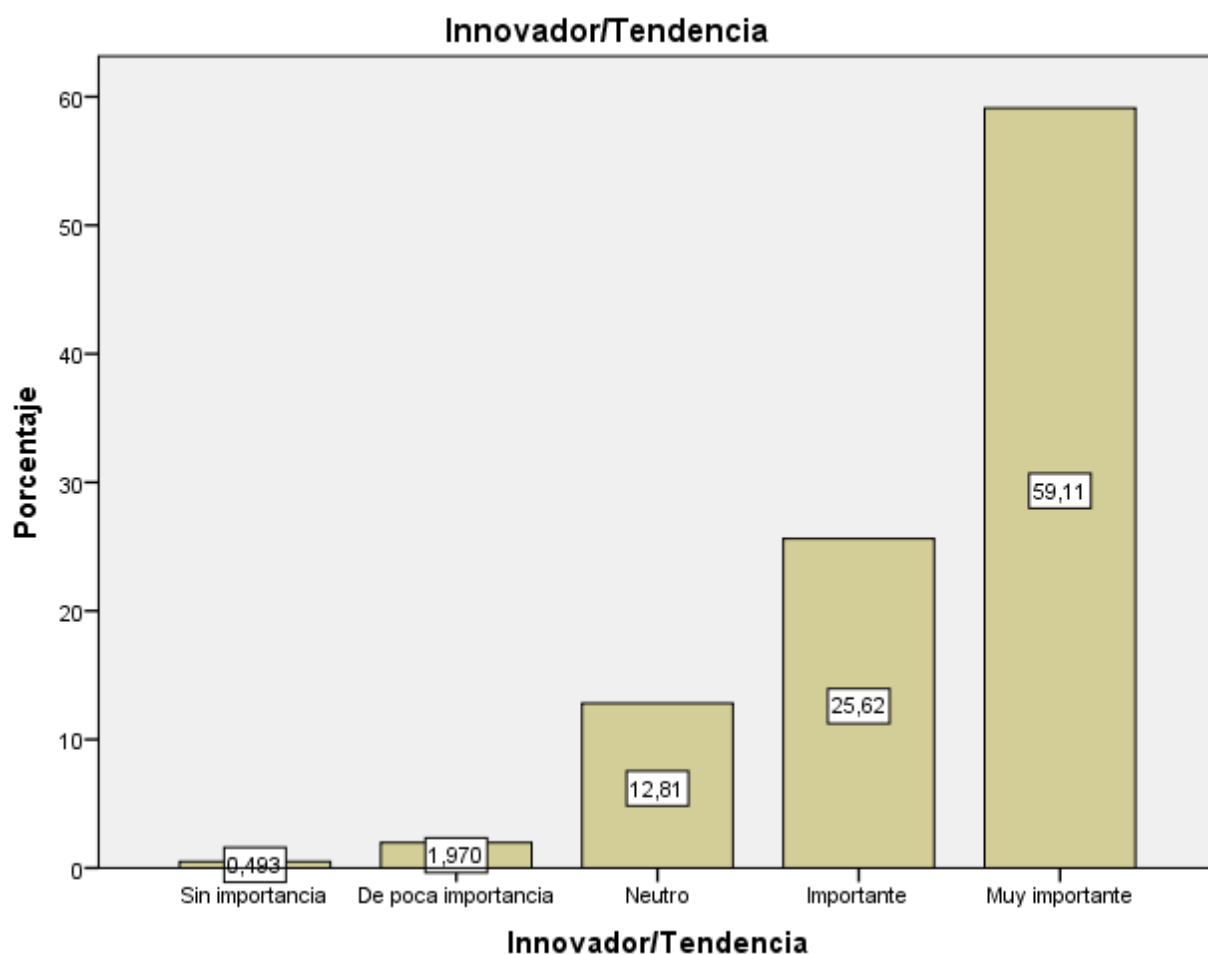
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El 67,98% de las personas encuestadas consideran muy importante el tipo de gastronomía ofertada, el 19,21% lo consideran importante, el 10,84% algo insignificante, el 1,478% algo de poca importancia, y por último el 0,493% de los encuestados consideran algo sin importancia, dando como resultados que a la mayoría de los encuestados si les importa mucho el tema del tipo de gastronomía que ofrecen los establecimientos.

## 17. Innovador/Tendencia

Figura 20 Innovación



**Nota.** La figura refleja los resultados de la importancia sobre las nuevas tendencias que manejen los establecimientos.

**Fuente:** Elaboración propia

### Análisis


El 59,11% de las personas encuestadas consideran muy importante el tema de las tendencias, el 25,62% lo consideran importante, el 12,81% algo insignificante o neutral, el 1,970% algo de poca importancia, y por último el 0,493 lo consideran algo sin importancia, arrojando como resultados que a la mayoría de las personas las cuales fueron encuestadas si les interesa el tema de la innovación y de las nuevas tendencias que manejen los establecimientos



## Análisis de la restauración tradicional

Los resultados que se consiguieron para conocer los platos tradicionales analizados se obtuvieron a través de unas fichas de observación del Atlas alimentario de cada plato típico de la parroquia.


### EL HORNADO

<b>Nombre del plato</b>	Hornado	
<b>Tipo</b>	Criollo	
<b>Período de consumo</b>	Todo el año	
<b>Descripción</b>	Es un plato típico de la parroquia Montalvo, el cual se lo sirve con mote, tortillas de papa, y un encurtido a base de cebolla tomate y lechuga.	
<b>Zonas tradicionales de consumo</b>		
<b>Parroquia, cantón</b>	<b>Época de consumo</b>	Ambato
Montalvo, Ambato	Todo el año	
<b>Ingredientes</b>	<b>Formas de preparación</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pierna de cerdo</li> <li>- Ajo molido</li> <li>- Sal</li> <li>- Pimienta negra</li> <li>- Cebolla blanca picada</li> <li>- Ají sin semillas</li> <li>- Cerveza</li> <li>- Comido Molido</li> </ul>	<p>Se limpia toda la pierna del choncho, se la hace algunos alígeros con un cuchillo hasta que toque el hueso, el aliño constará de la cerveza, el ajo, la pimienta, el Comino, un poco de achiote y la sal al gusto.</p> <p>Hay que dejar refrigerar por lo menos un día para que absorba bien los ingredientes.</p> <p>En un horno al día siguiente a la temperatura de 350* metemos toda la pierna por al menos dos horas y media y cada 15-25 minutos le vamos remojando con la misma grasa que va soltando la pierna, y cuando esté cocinada la bañamos con el aliño que ya preparamos anteriormente.</p>	

Ficha 1 Hornado

Fuente: Elaboración propia

## LA FRITADA

<b>Nombre del plato</b>	Fritada	
<b>Tipo</b>	Criollo	
<b>Período de consumo</b>	Todo el año	
<b>Descripción</b>	Es un plato típico de dicha parroquia, el cual va con tortilla de papas, mote, maduro entre otros ingredientes.	
<b>Zonas tradicionales de consumo</b>		
<b>Parroquia, cantón</b>	<b>Época de consumo</b>	Ambato
Montalvo, Ambato	Todo el año	
<b>Ingredientes</b>	<b>Formas de preparación</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carne de chancho</li> <li>- Comino molido</li> <li>- Ajo entero, Ajo machacado</li> <li>- Cebolla blanca, Cebolla paiteña</li> <li>- Agua</li> <li>- Sal, Pimienta</li> <li>- Jugo de naranja</li> </ul>	<p>La carne del cerdo se la condimenta con el comino, el ajo picado, la sal y la pimienta, se la reserva en el refrigerador al menos 3 horas para que penetre bien todos los ingredientes.</p> <p>En la olla se mezcla toda la carne con la cebolla, los ajos enteros, el agua y deja que se reduzca hasta que quede un poco de agua, luego añadimos jugo de naranja y dejamos reducir nuevamente.</p> <p>Remover constantemente para que la carne no se queme ni se pegue.</p>	

**Ficha 2 Fritada**

**Fuente: Elaboración propia**

## CUI ASADO


<b>Nombre del plato</b>	Cuy asado	
<b>Tipo</b>	Criollo	
<b>Período de consumo</b>	Todo el año	
<b>Descripción</b>	Este plato es típico dentro de la parroquia, este viene acompañado con papas y salsa de maní y una ensalada fresca a base de lechuga y tomate,	
<b>Zonas tradicionales de consumo</b>		
<b>Parroquia, cantón</b>	<b>Época de consumo</b>	Ambato
Montalvo, Ambato	Todo el año	
<b>Ingredientes</b>	<b>Formas de preparación</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuy pelado</li> <li>- Ajo machacado</li> <li>- Comino, Achiote</li> <li>- Papas peladas</li> <li>- Cebolla blanca picada</li> <li>- Cebolla colorada picada</li> <li>- Orégano, Pimienta negra molida</li> <li>- Cilantro, Sal</li> </ul>	<p>Al cuy se lo aliña con el ajo previamente machacado, la sal, el comino, y esto se lo reserva por un día mínimo. En un sartén a día siguiente con aceite previamente caliente con achiote barnizamos al cuy, luego debemos azar el cuy en el carbón, pinchándolo, atravesándolo para que no se haga pequeño y se cocine bien,</p> <p>En una sartén con aceite, la cebolla, el ajo y la cebolla blanca agregamos el cilantro el orégano la pimienta y la sal y así cocinar durante unos 5 minutos, para las papas ponemos en una olla con suficiente agua esperar que hierva y así cocinarlas hasta que estén listas.</p>	



Ficha 3 Cuy asado

Fuente: Elaboración propia


## CALDO DE GALLINA

<b>Nombre del plato</b>	Caldo de gallina	
<b>Tipo</b>	Criollo	
<b>Período de consumo</b>	Todo el año	
<b>Descripción</b>	Este plato es un caldo a base de gallina demasiado simple, pero a la vez delicioso, se lo acompaña con papas, cebolla picada cilantro o perejil finamente picado	
<b>Zonas tradicionales de consumo</b>		
<b>Parroquia, cantón</b>	<b>Época de consumo</b>	
Montalvo, Ambato	Todo el año	
<b>Ingredientes</b>	<b>Formas de preparación</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agua</li> <li>- Gallina criolla</li> <li>- Cebolla paiteña</li> <li>- Apio, Zanahoria</li> <li>- Ajo picado</li> <li>- Comino, Pimienta</li> <li>- Sal, Mantequilla</li> <li>- Achiote</li> <li>- Tomates picados</li> <li>- Arveja, Arroz</li> <li>- Papa chola, Cilantro</li> </ul>	<p>En una olla grande se debe poner achiote y luego agregamos la gallina para dorar toda la piel, se debe poner luego el ajo, los demás vegetales mencionados, y así removiéndoles hasta que se dore, agregamos fondo de pollo, luego agregamos más agua y a fuego medio lo dejamos cocinar por unas dos horas aproximadamente, una vez listo todo retiramos en pollo para así cortarlo y el caldo lo cernimos.</p> <p>Para lo que sería el refrito en una olla caliente se debe saltar las cebollas el ajo y los demás ingredientes, una vez la cebolla esté caramelizada hay que agregar el tomate y las arvejas, añadimos el arroz y se lo revuelve por algunos minutos, luego ponemos el pollo ya previamente cortado y luego también el caldo ya cernido, lo dejamos cocinar por 15min más y listo. Agregar hierbitas al final.</p>	

Ficha 4 Caldo de gallina

Fuente: Elaboración propia

## EMPANADAS DE VIENTO

<b>Nombre del plato</b>	Empanadas de viento		
<b>Tipo</b>	Criollo		
<b>Período de consumo</b>	Todo el año		
<b>Descripción</b>	Son unas empanadas fritas que vienen rellenas de queso y se las sirve con una espolvoreada de azúcar		
<b>Zonas tradicionales de consumo</b>			
<b>Parroquia, cantón</b>	<b>Época de consumo</b>	Ambato	
Montalvo, Ambato	Todo el año		
<b>Ingredientes</b>	<b>Formas de preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harina</li> <li>- Polvo para hornear</li> <li>- Mantequilla</li> <li>- Cebolla blanca</li> <li>- Queso</li> <li>- Azúcar, Sal</li> <li>- Agua</li> </ul>	<p>Para la masa mezclamos la harina con el polvo de hornear, le ponemos mantequilla y un poco de agua hasta que se compacte, la cual la dejáramos reposar mínimo por una hora.</p> <p>Luego de dejarla reposar la amasamos y extendemos con el rodillo para empezar a preparar hay que formar unos círculos o con la ayuda de algo para formar las empanadas, ponemos en el centro la cebolla blanca picada y el queso previamente desmenuzado, para formar la empanada la mojamos los filos y la aplastamos con la ayuda de un tenedor para que se peguen y darle la forma, por último en un sartén con el aceite previamente calentado a 170 grados °C hasta verla ya dorada, se la saca y se la sirve con un poco de azúcar espolvoreada.</p>		

Ficha 5 Empanadas de viento

Fuente: Elaboración propia

## **Análisis de las fichas de los platos típicos de la parroquia**

En la investigación se concluyó que cada plato analizado se elabora siguiendo métodos tradicionales, ocupando técnicas de preparación ancestrales que le otorgan sabores únicos y diferente, por eso se analiza cada plato típico de la parroquia:

**Gallardo, (2015)** señala que el hornado y su historia comienza en el siglo XVI, este plato típico nace de tradiciones europeas, ya que en América no existían los cerdos, y los españoles los trajeron, la gente antes usaba los hornos de leña para realizar pan, hallullas etc. pero viendo las necesidades aprovecharon para preparar las carnes como la del cerdo y de ahí nace el famoso plato del hornado.

El estudio comprueba que dentro de la parroquia existe una manera establecida de preparar dicho plato, puesto que en todo el país tiene diferentes costumbres de como prepara este plato, es decir depende de la región o de igual manera los acompañantes que llevan, aquí este plato se la adoba con chicha, cebolla, comino, ajo y el achiote siendo este un ingrediente que solo se usa dentro del país y más dentro de la parroquia, el acompañante más importante es el mote, cuero del cerdo, lechuga y un agrio con receta de cada cocinero, como se puede prestar atención en la ficha número 1.

La fritada se la elabora dentro de una paila grande de bronce, es la manera más tradicional que existe, con la carne de cerdo, dentro de la preparación de este plato es que la carne se fría a base de su propia grasa, la cual sigue botando mientras se va reduciendo el agua, este proceso se la conoce como mapahuirá. **Gallardo, (2015)** determina que las preparaciones mediante las pailas de bronce son de muchos años atrás y las cuales se las sigue ocupando, este proceso de preparación permite que todos los ingredientes se hagan o cocinen uniformemente, porque es un excelente conductor de calor, y así los alimentos salen con un mejor sabor y son más deseados por los consumidores, este plato dentro de la parroquia como se puede observar en la ficha número 2 se lo acompaña con un curtido a base de tomate y cebolla, tortilla de papas, tostado y maduro frito.

El cuy asado, según **Norte, (2015)** es uno de los platos más tradicionales de la provincia y sobre todo de la parroquia, todo esto representa un origen de trabajo para la mayoría

de campesinos de la parroquia Montalvo, ya que ellos mismo los crían y lo preparan, dicho plato como se puede observar en la ficha número 3 se lo acompaña tradicionalmente con lechuga, tomate, papas cocinadas con su respectiva salsa de maní, y acompañados de la bebida típica de igual manera de la parroquia, la famosa chicha. Para la preparación de dicho plato se lo debe dejar adobado al animal un día antes, para que así el adobo se integre superbién, al momento de cocinarlos se lo atraviesa con un palo todo el cuerpo desde sus patas hasta la cabeza, ya que así se podrá girar constantemente en la brasa al carbón.

Según **Pazos, (2004)** señala que el caldo de gallina es algo que lleva años dentro del país, más o menos desde el siglo XVI que las gallinas llegaron desde el país de España, dicho plato es algo muy simple, pero a la vez algo delicioso y nutritivo. Dentro de la parroquia se lo elabora con la gallina criolla, la cual se demora un poco más en su cocción, pero es más nutritiva y deliciosa, se la acompaña como se puede observar en la ficha número 4 con papa cocinada, cebolla blanca picada y perejil picado, este plato se lo puede encontrar cualquier día de la semana en la parroquia y es uno de los más consumidos.

El **Ministerio de Turismo, (2021)** señala que las empanadas de viento aparecieron en la edad media europea, cuando este producto llegó al país fue un cruce entre estas preparaciones las cuales son las empanadas arábricas y las castellanas, su aparición tuvo zona en la colonización, así logrando ser uno de los platos más importantes del país. Este particular nombre se cree que surgió en la ciudad de Quito y este nombre es porque van llenas de aire, dentro de la parroquia es algo que se puede encontrar todos los días, ocupan una harina de trigo para que cuando se fría se infle, el relleno es algo mínimo de queso como se puede observar en la ficha número 5, estas van espolvoreadas con un azúcar, y ahí se la acompaña con algo muy típico del lugar que es la colada morada o el morocho los cuales se lo encuentran de igual manera todos los días.

## **Discusión**

Desde el enfoque del investigador se concluyó que la experiencia culinaria y la restauración tradicional demuestran un nivel de correlación muy favorable y positiva, ya

que mediante el análisis de chi-cuadrado, se refleja que todo lo que aborda la experiencia culinaria tiene una estrecha relación con los lugares de restauración tradicional en la parroquia Montalvo.

Los datos establecidos por **Ramon et al., (2018)** los cuales concluyeron que la experiencia culinaria y el estatus conmueven o afectan a la finalidad de la constante visita y la recomendación de los establecimientos tradicionales, se afirma, puesto que los establecimientos típicos o tradicionales deben estar adaptados o acorde con el tipo de gente, turistas, consumidores e que los visita, y tener mucha más promoción de ellos llevando de buena manera los protocolos de seguridad, higiene y muchos más los cuales se van mencionando o sugiriendo en el manual de operaciones para establecimientos de restauración tradicional.

Por otro lado, dentro de lo que es la experiencia culinaria, según **López et al., (2019)** los tipos de establecimientos despliegan un cargo importante en la experiencia culinaria y en los restaurantes ya que parten de lo que es la calidad del entorno y de los alimentos, dicho esto identifiqué que son factores importantes que van a influir en lo que es una experiencia culinaria completa, ya que esto aborda muchas cosas que toman en cuenta los consumidores antes de tomar la elección del establecimiento que van a visitar, así como su ubicación, costos, temática, tipo de gastronomía, clima entre otras más que son importantes, de igual manera mostradas en los resultados de las encuestas realizadas.

Finalmente, gracias al criterio de los autores **Rojas y Millán, (2018)**, se estableció que la gastronomía o restauración tradicional van compuestas de recetas que vienen siendo transmitidas de generación en generación, puesto que son motivaciones importantes y principales que los consumidores o turistas buscan que son degustar los alimentos de dicha región, sector, pueblo parroquia etc., siendo todos estos el gran reflejo de toda su cultura y de los ingredientes propios cultivados sembrados por la misma gente del sector y que así se ganan la vida.

Concluyo que la restauración tradicional si viene siendo todas las técnicas culinarias, ancestrales, la producción, el procesado, esto con un gran enfoque en lo que es la tradición y tienden a tener un legado histórico en la gastronomía tradicional, puesto que lo más importante de esta temática es que se trasmite un sentimiento de identidad y continuidad, y es lo que la mayoría de turistas buscan y quieren aprender del tema, y lo



podemos ver dentro los resultados de las encuestas toda la importancia que tiene este tema de la restauración tradicional para los comensales.

### 3.2 Generación de hipótesis

#### Hipótesis

- Se plantea dos hipótesis dentro de la investigación, las cuales son conocidas como hipótesis nula (H0) e hipótesis alternativa (H1):
- Hipótesis nula H0: La experiencia culinaria **NO** incide en la restauración tradicional de la parroquia Montalvo
- Hipótesis Alternativa H1: La experiencia culinaria **SI** incide en la restauración tradicional de la parroquia Montalvo

#### Ilustración 3 Chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,052 <sup>a</sup>	6	,000
Razón de verosimilitudes	10,396	6	,109
Asociación lineal por lineal	7,282	1	,007
N de casos válidos	203		

a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

**Fuente: Elaboración propia**

Los resultados de la prueba del chi-cuadrado indican que se rechaza lo que es la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, puesto que el valor de la significación asintótica es menor a 0,005, lo que significa que la experiencia culinaria SI índice en la restauración tradicional de la parroquia Montalvo.

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

A través de la recopilación exhaustiva de información de fuentes primarias como encuestas, páginas web y tesis, se logró identificar la oferta culinaria en la restauración tradicional de la parroquia de manera precisa y detallada. Este análisis permitió identificar los platos más solicitados dentro de la parroquia, lo cual brinda una base sólida para realizar mejoras y adaptaciones que contribuyan a una experiencia culinaria completa y eficaz. Estos hallazgos son de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de la restauración tradicional, ya que permiten satisfacer las necesidades y preferencias de los comensales, así como impulsar la innovación en el sector gastronómico.

En conclusión, a través de un análisis exhaustivo de los aspectos que conforman una experiencia culinaria completa en los restaurantes locales, se logró identificar los elementos clave que los consumidores consideran de vital importancia al momento de seleccionar un establecimiento gastronómico. Estos aspectos incluyen la calidad de los alimentos, la presentación de los platos, el servicio al cliente, la ambientación del local, la variedad de opciones en el menú, la atención a las necesidades dietéticas especiales, y la relación calidad-precio. La comprensión de estos factores es fundamental para los propietarios y gerentes de restaurantes, ya que les permite adaptar y mejorar sus servicios para satisfacer las expectativas de los consumidores y así aumentar su competitividad en el mercado. Además, este conocimiento puede servir como base para la creación de estrategias de marketing y promoción efectivas, que resalten los aspectos más valorados por los clientes y atraigan a nuevos comensales. En definitiva, comprender y cumplir con los requisitos de una experiencia culinaria completa es esencial para el éxito y la sostenibilidad de los restaurantes locales.

Mediante la elaboración de un manual que evidencie la relación entre la experiencia culinaria y la restauración tradicional de la parroquia, se logra establecer una base sólida para mejorar y enriquecer la experiencia culinaria en este contexto. El manual proporciona recomendaciones y pautas para crear una experiencia culinaria única y diferenciada, que atraiga a turistas y resalte la riqueza cultural y gastronómica de la parroquia. Al identificar los aspectos clave que hacen que la restauración tradicional sea especial y valiosa, se pueden desarrollar estrategias para resaltar y promover estos elementos, como la utilización de ingredientes locales, la preservación de recetas tradicionales, la incorporación de técnicas y métodos de cocina autóctonos, y la creación de ambientes que reflejen la identidad cultural de la parroquia. Además, el manual también puede servir como una guía para los propietarios y gerentes de restaurantes, proporcionándoles herramientas y conocimientos para mejorar la calidad de sus servicios y la satisfacción de sus clientes. En resumen, la creación de este manual es un paso crucial para fortalecer la relación entre la experiencia culinaria y la restauración tradicional, y para impulsar el turismo gastronómico a la par.

#### **4.2 Recomendaciones**

Se sugiere realizar un seguimiento constante de las tendencias y cambios en la oferta culinaria, a través de la actualización regular del manual. Esto implica llevar a cabo investigaciones periódicas para recopilar datos actualizados sobre las preferencias de los comensales, así como realizar visitas a los establecimientos de restauración tradicional para evaluar la calidad de los platos y servicios ofrecidos. También se recomienda establecer alianzas estratégicas con proveedores locales para garantizar la disponibilidad de ingredientes frescos y de calidad, así como fomentar la sostenibilidad y el apoyo a la economía local. Además, se sugiere promover la formación y capacitación continua del personal de los restaurantes, con el fin de garantizar un servicio de excelencia y conocimiento profundo de la gastronomía tradicional de la parroquia. Por último, se recomienda utilizar las plataformas digitales y redes sociales para promocionar la oferta culinaria y atraer a un público más amplio, aprovechando las ventajas del turismo gastronómico y el interés creciente por la autenticidad y la experiencia culinaria local.

También los propietarios, gerentes o personas que deseen emprender dentro de restaurantes locales que presten especial atención a los siguientes aspectos, Calidad de los alimentos: Es fundamental ofrecer productos frescos, de alta calidad y preparados de manera cuidadosa. Esto garantizará que los clientes disfruten de sabores auténticos y se sientan satisfechos con su experiencia culinaria, presentación de los platos puesto que la presentación visual de los platos juega un papel importante en la percepción de calidad por parte de los comensales. Es recomendable invertir en técnicas de presentación atractivas y creativas que resalten los ingredientes y colores de cada plato, el servicio al cliente: Un servicio amable, atento y eficiente es clave para brindar una experiencia culinaria satisfactoria. Capacitar al personal en habilidades de atención al cliente y fomentar una cultura de servicio de excelencia es fundamental, la ambientación del local, incluyendo la decoración, iluminación, música y atmósfera general, contribuye a crear un ambiente agradable y acogedor para los comensales. Es importante cuidar estos detalles para generar una experiencia memorable, la variedad de opciones en el menú, también establecer un sistema de control de calidad riguroso puesto que es fundamental garantizar la calidad de los alimentos ofrecidos en el restaurante. Esto implica trabajar con proveedores confiables, realizar inspecciones regulares de los ingredientes y asegurarse de que los platos se preparen de acuerdo con los estándares más altos de higiene y seguridad alimentaria

Para finalizar es recomendable la utilización de dicho manual puesto que proporcionará recomendaciones y pautas para mejorar y enriquecer la experiencia culinaria, resaltando la riqueza cultural y gastronómica de la parroquia. Se deben identificar los aspectos clave que hacen que la restauración tradicional sea especial, como el uso de ingredientes locales, la preservación de recetas tradicionales y la creación de ambientes que reflejen la identidad cultural de la parroquia. Además, el manual servirá como una guía para los propietarios y gerentes de restaurantes, brindándoles herramientas y conocimientos para mejorar la calidad de sus servicios y la satisfacción de sus clientes. Esta iniciativa fortalecerá la relación entre la experiencia culinaria y la restauración tradicional, y fomentará el turismo gastronómico en la parroquia.

## **Propuesta**

- **Título de la propuesta**

- Manual de operaciones para establecimientos de restauración tradicional.

- **Objetivo de la propuesta**

Contribuir al progreso de establecimientos de restauración tradicional de la parroquia Montalvo.

- **Justificación**

El presente manual se elaboró con el propósito de ayudar a los establecimientos de restauración tradicional o así mismo a las personas que deseen emprender en proyectos similares a este, para obtener un establecimiento de restauración tradicional con una buena atención al cliente y la infraestructura necesaria. La finalidad de este documento es brindar información sobre que podrían implementar en sus establecimientos o emprendimientos para brindar a los consumidores nacionales y extranjeros una experiencia satisfactoria en su visita.

- **Desarrollo de la Propuesta**



# Manual de operaciones para establecimientos de restauración



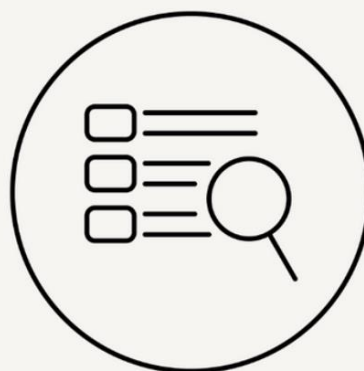
Dirigido a los establecimientos de restauración tradicional de la parroquia Montalvo

Diciembre- 2023



# Índice

Objetivo y justificación.....	1
Turismo gastronómico.....	2
Experiencia del turista.....	2
(BPM).....	4,5
Infraestructura.....	6
Atención al cliente.....	7
Referencias.....	8





# Objetivo

Contribuir al progreso de establecimientos de restauración tradicional de la parroquia Montalvo.

# Justificación

El presente manual se elaboró con el propósito de ayudar a los establecimientos de restauración tradicional o así mismo a las personas que deseen emprender en proyectos similares a este, para obtener un establecimiento de restauración tradicional con una buena atención al cliente y la infraestructura necesaria. La finalidad de este documento es brindar información sobre que podrían implementar en sus establecimientos o emprendimientos para brindar a los consumidores nacionales y extranjeros una experiencia satisfactoria en su visita.



UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
Y DE LA EDUCACIÓN



# Turismo gastronómico



## ¿Qué es?

Es un tipo de turismo cuyas actividades principales se centran en la cultura gastronómica de un determinado destino turístico. Consiste en estudiar y degustar los platos típicos de cada país, así como su arte culinario.

## Experiencia del turista



La experiencia turística es la suma de los sentimientos y emociones que los turistas obtienen de diferentes estímulos en las distintas fases de su exposición a un servicio (en este caso, de restauración).

En el sector turístico, es importante que los turistas guarden un buen recuerdo de los lugares que visitan, fomentando así la publicidad boca a boca. Por lo tanto, debemos crear sentimientos y emociones que hagan que nuestros huéspedes recuerden de forma memorable el establecimiento.

## Beneficios de tomar en cuenta la experiencia del turista/comensal



### • Oferta orientada al público objetivo (comensales)

Las necesidades y deseos del consumidor. Esto significa que las inversiones de la empresa se centran siempre en la marca y en las necesidades del cliente.

Los diseñadores de experiencias suelen diferenciarse de sus competidores expresando y haciendo hincapié en todo aquello que refuerza la narrativa (o los conceptos clave) del restaurante. Como resultado, el producto es coherente de principio a fin, lo que aumenta su valor.



- **Flexibilización de la Oferta**

Los intereses y necesidades de la gente cambian constantemente, por lo que los servicios turísticos deben evolucionar en función de los tiempos.

- **Aumento de Diferenciación y Valor del Producto**

Los restaurantes experienciales buscan diferenciarse de sus competidores haciendo hincapié en todos los elementos que refuerzan la historia del servicio (o concepto central). De este modo, el servicio es coherente de principio a fin, creando mayor valor y beneficios económicos para la empresa o emprendimiento.

- **Flexibilización de la oferta**

A la hora de planificar experiencias, se busca mejorar aspectos, la capacidad de adaptación al cambio a las necesidades e intereses de la gente es importante, puesto que cambian constantemente y es positivo que las propuestas del establecimiento se adapten a ellos.

- **Aumento de la Reputación Online**

La publicidad es más fácil de crear ofreciendo un valor que se ajuste a los intereses y necesidades de los clientes. Esto facilita que la campaña publicitaria controle las expectativas que el restaurante quiere suscitar entre el público. Los clientes atraídos por la publicidad son más propensos a esperar que la realidad satisfaga o supere sus expectativas y, por tanto, es más probable que hagan comentarios positivos en los portales digitales.

- **Aumento de ingresos**

A largo plazo, una combinación de todo lo anterior puede dar lugar a un aumento en los ingresos económicos.



# BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFATURA (BPM)

## ¿Qué es? y su importancia

Son los principios utilizados por la industria para garantizar un estricto control de calidad de los productos alimentarios a lo largo de toda la cadena de producción, distribución y comercialización. También ayuda en la planificación y gestión empresarial para producir alimentos seguros, sanos y nutritivos.

## Es beneficio conocer...



### Seguridad Alimentaria

Esto previene la contaminación de los alimentos. Se protegen los alimentos de organismos patógenos y plagas. Se preservan la seguridad y la salud alimentarias. Esto puede evitarse aplicando Buenas Prácticas de Manufactura.



### Contaminación Cruzada

Se refiere a la transferencia de virus, bacterias y otras sustancias dañinas desde los alimentos o las superficies de trabajo a las comidas. La contaminación cruzada puede ocurrir:

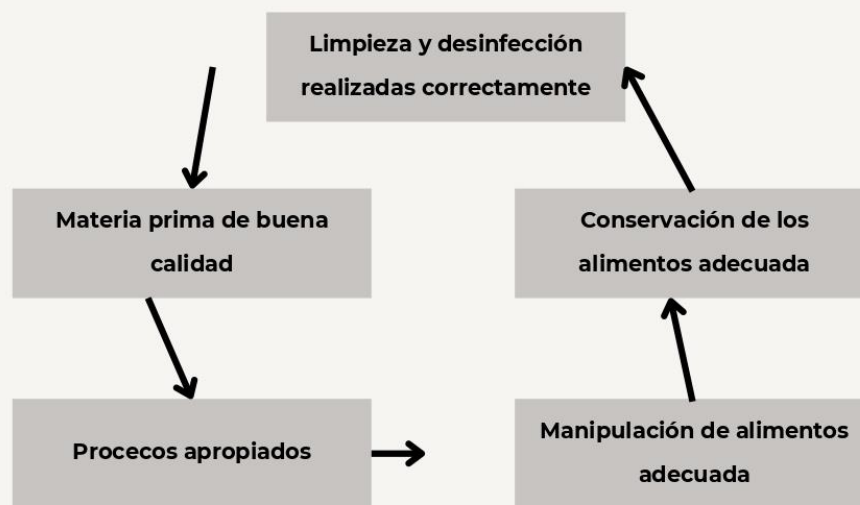
- De comida a comida
- De persona a comida
- De equipo o utensilio a comida



## Limpieza y desinfección

La limpieza y desinfección correcta de utensilios, vajilla e inmuebles es indispensable para evitar o prevenir contaminación en los alimentos. Con ayuda del gráfico a continuación, puede ser más comprensible el proceso de limpieza y desinfección y su utilidad en la preparación de alimentos. También se recomienda tomar en cuenta la higiene personal del personal.

La limpieza aplica a alimentos, utensilios e infraestructura.



## Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETAS)

Un brote de ETA se define como un caso en el que dos o más personas que comieron el mismo alimento contrajeron una enfermedad similar y el análisis epidemiológico sugiere que el alimento fue la causa de la enfermedad.

(OMS)

# INFRAESTRUCTURA



## Ventilación en la cocina

Los sistemas de ventilación no deberán contaminar los alimentos con aerosoles, grasa, partículas u otros contaminantes ( incluso los procedentes de los mecanismos de los propios sistemas de ventilación) y no deberán producir malos olores que afecten a la calidad de los alimentos.

## Drenaje

Los desagües del suelo deberán estar convenientemente protegidos y diseñados para poder limpiarse con facilidad. En la zona de preparación de alimentos se recomienda poner sello hidráulico, trampas para la grasa y otras partículas.

## Alumbrado

Las áreas deben tener una adecuada iluminación, con luz natural siempre que fuera posible, para que garantice que el trabajo se lleve a cabo eficientemente

## Instalaciones sanitarias

Se recomienda y es conveniente que las instalaciones sanitarias estén completamente separadas físicamente (por paredes o puertas) y no estén en contacto directo con las zonas de producción, envasado o zonas en las que este un producto expuesto.

### Tener en cuenta...

- El agua para lavarse las manos debe ser potable.
- El agua para el baño puede no ser potable.
- Debe haber cubos de basura cubiertos accesibles.
- Instalaciones limpias y en buen estado.
- Si tiene una fosa séptica, debe haber un programa de control para comprobar el estado de la fosa.



# Atención al cliente



Comunicarse con los clientes puede ser todo un reto, puesto que en su establecimiento pueden presentarse diferentes tipos de clientes (tranquilos o agresivos). Pero si tiene presente lo siguiente, podrá hacer frente a cualquier situación, ya sea un problema, una queja o una sugerencia.



## Personalización

El servicio personalizado puede crear un vínculo emocional con el comensal, lo que puede conducir a una mayor fidelidad del cliente al establecimiento con el paso del tiempo.



## Integridad

Ser íntegro con los comensales con el fin de que perciban sus buenas intenciones y así el comensal puede generar confianza hacia usted como trabajador y al establecimiento.



## Resolución

Se refiere a convertir una mala experiencia del cliente en el establecimiento en algo bueno, se puede realizar con una cortesía, un descuento o regalo, de forma que el cliente salga del restaurante con una buena impresión y piense en volver.



## Expectativas

El cliente usualmente llega con altas expectativas sobre el establecimiento al que decidió ingresar, por lo que, con la atención al cliente agregado al sabor de la comida, se busca cumplir e incluso superar la expectativa del cliente, lo que puede llevar a fidelizarlo con el establecimiento.



## Tiempo y esfuerzo

El tiempo que conllevan los procesos de elaborar la comida pueden ser amplios, sin embargo, lo recomendable es una demora de máximo veinte minutos en la entrega de los alimentos al comensal, este tiempo se toma en cuenta desde que el mesero toma la orden del cliente, con el fin de que este pueda relajarse y así también se brinda una buena primera impresión.



## Empatía

Lograr un entendimiento sobre las circunstancias del cliente para establecer una relación amena.

# Referencias

- Arie H. Havelar. La carga de los alimentos insalubres para la salud pública: la necesidad de un compromiso mundial. Primera Conferencia Internacional FAO/OMS/UA sobre inocuidad alimentaria Addis Ababa, 12 y 13 de febrero de 2019
- Albán, A. (2017). Las Buenas Prácticas De Manufactura y su impacto en los procesos productivos en la quesera comunal Pímbalo en la comunidad de Pímbalo, parroquia Simiátug cantón Guaranda.
- Vergopoulos, H. (2016). La experiencia turística: ¿una experiencia de los ámbitos de experiencia turística? *Via Tourism Review*, 10. <https://doi.org/10.4000/viatourism.1357>
- Organización Mundial de la Salud. Enfermedades de transmisión alimentaria. [https://www.who.int/topics/foodborne\\_diseases/es/](https://www.who.int/topics/foodborne_diseases/es/). Consultado. Julio 30 de 2019
- HEYMAN, D. El Control de las Enfermedades Transmisibles. Organización Panamericana de la salud. ISBN 978- 92-75-31635-1. 2011
- Organización Panamericana de la Salud. Resumen sobre inocuidad de los alimentos. REF. No.: WHO/NHM/FOS/RAM/18.1. febrero de 2018. Consultado diciembre 2023 en: [https://www.who.int/foodsafety/FSDigest\\_Aflatoxins\\_SP.pdf](https://www.who.int/foodsafety/FSDigest_Aflatoxins_SP.pdf)
- Center for Disease Control and Prevention. Food Safety. Brucellosis. Diciembre de 2023. Consultado en: <https://www.cdc.gov/brucellosis/transmission/index.html>
- Quishpe, M. (2022). Implementación de buenas prácticas de manufactura (B.P.M.) según la resolución ARCSA-de-067-2015-GGG en la microempresa “Selvawa Amazonía” de la ciudad de Tena. Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8382>.

## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### Referencias bibliográficas

Ramon, D.N., Rossel, F.B., Fransi C.E., y Roig, F.V., (2018). *¿Postureo o disfrute de la experiencia gastronómica? Efectos de la reputación y la experiencia en la recomendación de los restaurantes de alto nivel.* <https://revistas.um.es/turismo/article/view/353421>

Rojas, H.D.R., y Millán, D.G.M., (2018). *Turismo gastronómico, La gastronomía tradicional de Córdoba (España).* [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322018000200012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322018000200012&script=sci_arttext)

Ramos, G.E., (2019). *La experiencia de cliente en el sector gastronómico.* <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27262/TFG%20-%20Gonzalez%20Ramos%2c%20Elisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y%20Ramos,%20G.E.,%20>

Gama, G. P. C., y Vargas, V. S. A., (2018). *Gastronomía tradicional, atractivo turístico en la provincia centro de Boyacá.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7883816>

Panosso, N. A., y Lohmann, G., (2012). *Teoría del turismo, conceptos, modelos y sistemas.* <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>

Larrosa, J., (2006). *Sobre la experiencia.* <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/96984>

Saldarriaga, R. J. G., (2008). *Gestión humana: tendencias y perspectivas.* <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592308700408>

Oliveira, S., (2006). *La importancia de la gastronomía en el turismo.* <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n3/v16n3a01.pdf>

Fernández, M. M. A., y Motto., L. M (2014). *Servicio y atención al cliente en restaurante.* [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MwMfBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=tipos+de+servicio+en+un+restaurante&ots=3g\\_RfMbkyi&sig=zEujRFDEijGjVrn9PHhZJeCdNtA#v=onepage&q=tipos%20de%20servicio%20en%20un%20restaurante&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MwMfBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=tipos+de+servicio+en+un+restaurante&ots=3g_RfMbkyi&sig=zEujRFDEijGjVrn9PHhZJeCdNtA#v=onepage&q=tipos%20de%20servicio%20en%20un%20restaurante&f=false)

Martínez, P. M., (2014). *Atención al cliente, 02-07.* <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WWWgBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+&ots=63f6fiBPfU&sig=SPk9->



rFbN8q6rHTfGCOz8XYtSIY#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente&f=false

Pachón, A., (2018). *Montaje de platos*. <https://prezi.com/p/zj4cxriuizac/montaje-de-platos/>

"Experiencia". Autor: Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. Para: Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/experiencia/>. Última edición: 5 de octubre de 2020. Consultado: 12 de diciembre de 2023. <https://concepto.de/experiencia/#ixzz8LmwZ8bpX>

Cuevas, A. M. C., Mendoza, P. M., y Covarrubias, P. E., (2018). *Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico*. <https://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/2520>

GAD MONTALVO., (2023). *Montalvo tierra productiva y de oportunidades*. <https://gadparroquiamontalvo.gob.ec/>

La hora., (2021). *En Montalvo se promociona la Ruta del Agroturismo*. <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/en-montalvo-se-promociona-la-ruta-del-agroturismo/>

Pérez, P. M. A., (2021). *Análisis del perfil, la motivación y la satisfacción de los turistas en la costa del sol (málaga) en relación con la gastronomía*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=298776>

Vivanco, M. F., (2021). *Turismo Gastronómico*. <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>

Millán, V. T. G., y Morales, F. E., (2014). *Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual, 113-137*. <file:///C:/Users/Dany%20Arias/Downloads/1746-Texto%20del%20artículo-1730-1-10-20160229.pdf>

Otero, O. A., (2018). *Enfoques de investigación*. [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

Robles, P. B. F., (2019). *Población y muestra*. <http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269/0>

Ochoa, S. C., y Arias, M. M., (2018). *Estadística. Tipos de variables. Escalas de medida*. <https://evidenciasenpediatria.es/articulo/7307/estadistica-tipos-de-variables-escalas-de-medida>

- Infocentro Montalvo, (2019). *Montalvo-Ambato-Tungurahua*.  
<https://tungurahuamontalvo.wixsite.com/parroquiamontalvo/turismo>
- Muguirra, A., (2021). *¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla?*  
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>
- Rojas, G., (2022). *¿Qué es una experiencia gastronómica?*  
<https://bagre.life/contenido/opinion/experiencia-gastronomica-cangrejos-musica/>
- Loaiza, J. C., (2018). *La Gastronomía Experiencial como Oportunidad de Innovación*.  
<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5882/1/DDEGPDI44.pdf>
- Maldonado, D., (2020). Una experiencia gastronómica que inspira.  
<https://enlacehoreca.com/una-experiencia-gastronomica-que-inspira/>
- Tandazo, Alfonso., (2014). *El cuy, una tradición gastronómica de Ecuador*.  
<https://es.linkedin.com/pulse/20140911150120-27090234-el-cuy-una-tradici%C3%B3n-gastron%C3%B3mica-de-ecuador>
- "Observación". Autor: Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. Para: Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/observacion/>. Última edición: 29 de septiembre de 2020. Consultado: 13 de diciembre de 2023. <https://concepto.de/observacion/#ixzz8LnDdZkOI>
- OllanaLojana., (2017). *RESEÑA HISTÓRICA: La Fritada Ecuatoriana*.  
<https://ollalojana.wordpress.com/2017/08/19/resena-historica-la-fritada-ecuatoriana/>
- MINTUR., (2021). *DISFRUTEMOS DE LOS DELICIOSOS MANJARES DE BOLÍVAR*.  
<https://www.turismo.gob.ec/disfrutemos-de-los-deliciosos-manjares-de-bolivar/>
- MINTUR., (2018). *Múltiples sabores en un solo banquete, asiste a la Primera feria Internacional del Cuy*. <https://www.turismo.gob.ec/multiples-sabores-en-un-solo-banquete-asiste-a-la-primera-feria-internacional-del-cuy/>
- MINTUR., (2023). *La fritada ecuatoriana destaca en el ranking de los platillos favoritos del mundo*. <https://www.turismo.gob.ec/la-fritada-ecuatoriana-destaca-en-el-ranking-de-los-platillos-favoritos-del-mundo/>
- Menor Campos, A., Hidalgo Fernández, A., López Felipe, T. y Jara Alba, C. (2022). Gastronomía local, cultura y turismo en Ciudades Patrimonio de la Humanidad: el comportamiento del turista extranjero. *Investigaciones Turísticas* (23), pp. 140-161  
<https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.7>

## ANEXOS

### ANEXO A. Carta Compromiso

  
**Universidad Técnica de Ambato**  
**Consejo Académico Universitario**  
Av. Colombia 92-II y Chile (Cdo. Ingabaco) - Teléfonos: 393 (02) 2121-081 / 2822-960; correo-e: [consejoacademico@uta.edu.ec](mailto:consejoacademico@uta.edu.ec)  
[www.uta.edu.ec](http://www.uta.edu.ec) - Ecuador

**ANEXO 22**  
**CARTA DE COMPROMISO**

Montalvo, 29/09/2023

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

Yo, Alexander Ivan Arias Sanchez en mi calidad de Gerente de la Empresa Casa Quinta Clementina, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación: "LA EXPERIENCIA CULINARIA Y LA RESTAURACIÓN TRADICIONAL EN LA PARROQUIA MONTALVO" propuesto por el estudiante Esteban Andreé Arias Calderón , portador de la Cédula de Ciudadanía 1803893641, 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,  
  
Alexander Ivan Arias Sanchez  
1802661155  
032456652  
0997363571  
[earias3641@uta.edu.ec](mailto:earias3641@uta.edu.ec)

## Anexo B. Instrumentos

### Encuesta de la escala de Likert

	Ítems
<b>Importancia</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. GÉNERO</li><li>2. ¿QUE TAN IMPORTANTE CONSIDERA USTED LA RESTAURACIÓN TRADICIONAL (COMIDA TÍPICA)?</li><li>3. COSTOS/PRECIOS</li><li>4. LOCACIÓN</li><li>5. MONTAJES/DECORACION DE LOS PLATOS</li><li>6. AMBIENTE</li><li>7. POPULARIDAD DEL ESTABLECIMIENTO</li><li>8. CALIDAD (PLATOS)</li><li>9. SERVICIO (DEL ESTABLECIMIENTO)</li><li>10. DECORACIÓN (DEL ESTABLECIMIENTO)</li><li>11. EFICACIA/RAPIDEZ</li><li>12. SANIDAD/HIGIENE</li><li>13. ACCESIBILIDAD/ESTACIONAMIENTO</li><li>14. TEMATICA DEL ESTABLECIMIENTO</li><li>15. ILUMINACIÓN</li><li>16. CLIMA/CALEFACCIÓN</li><li>17. TIPO DE GASTRONOMÍA (TRADICIONAL, INTERNACIONAL, GOURMET, VEGETARIANA ETC)</li><li>18. INNOVADOR/TENDENCIA</li></ol>

GÉNERO \*

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

¿QUE TAN IMPORTANTE CONSIDERA USTED LA RESTAURACIÓN TRADICIONAL (COMIDA TÍPICA)?

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

1. COSTOS/PRECIOS \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

2. LOCACIÓN \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

3. MONTAJES/DECORACIÓN DE LOS PLATOS \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

4. AMBIENTE \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

5. POPULARIDAD DEL ESTABLECIMIENTO \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

6. CALIDAD (PLATOS) \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

7. SERVICIO (DEL ESTABLECIMIENTO) \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

8. DECORACIÓN (DEL ESTABLECIMIENTO) \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

9. EFICACIA/RAPIDEZ \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

10. SANIDAD/HIGIENE \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

11. ACCESIBILIDAD/ ESTACIONAMIENTO \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

12. TEMÁTICA DEL ESTABLECIMIENTO \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

13. ILUMINACIÓN \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

14. CLIMA/CALEFACCIÓN \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

15. TIPO DE GASTRONOMÍA \*  
(TRADICIONAL, INTERNACIONAL, GOURMET, VEGETARIANA ETC)

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante

---

16. INNOVADOR/TENDENCIA \*

	1	2	3	4	5	
Sin importancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy importante



## Anexo C. Instrumentos

### Instrumentos de Recolección de Información Formato de Ficha Atlas de la Restauración Tradicional de la Parroquia Montalvo

<b>Nombre del plato</b>		Foto
<b>Tipo</b>		
<b>Período de consumo</b>		
<b>Descripción</b>		
<b>Zonas tradicionales de consumo</b>		
<b>Parroquia, cantón</b>	<b>Época de consumo</b>	
<b>Ingredientes</b>	<b>Formas de preparación</b>	
-		

## Anexo D. Validación por expertos Encuesta

Ambato, 18 de Noviembre del 2023

Jefferson Rochina  
Chef  
La Vaca Tuerta servicio de catering y eventos

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, poner en su conocimiento que, siendo estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, requiero validar el instrumento con el cual realizaré el levantamiento de información necesaria para poder desarrollar mi investigación, mismo con el cual optaré por el título de Licenciado en Turismo.

El tema del proyecto de desarrollo es "LA EXPERIENCIA CULINARIA Y LA RESTAURACIÓN TRADICIONAL EN LA PARROQUIA MONTALVO" y siendo imprescindible contar con la aprobación de personas especializados en el tema para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de investigación.

El expediente de validación contiene:

*Anexo 1: Instrumento para la validación*  
*Anexo 2: Instrumento a validar*

Atentamente



Esteban Andrés Arias Calderón  
ESTUDIANTE

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN**

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

**Apreciación General:**

*Ninguna*  
**Observaciones:**

**Opinión de aplicabilidad:**

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

**Validado por:** Jefferson Pachinu    **Firma:** *[Firma]*

**Lugar de trabajo:** Universidad Técnica de Ambato

**Cargo que desempeña:** Docente-Investigador

**Fecha:** 11-2023

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

ESCALA				
Pregunta	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1. GÉNERO				
2. ¿QUE TAN IMPORTANTE CONSIDERA USTED LA RESTAURACIÓN TRADICIONAL (COMIDA TÍPICA)?	x			
3. COSTOS/PRECIOS	x			
4. LOCACIÓN	x			
5. MONTAJES/DECORACION DE LOS PLATOS	x			
6. AMBIENTE	x			
7. POPULARIDAD DEL ESTABLECIMIENTO	x			
8. CALIDAD (PLATOS)	x			
9. SERVICIO (DEL ESTABLECIMIENTO)	x			
10. DECORACIÓN (DEL ESTABLECIMIENTO)	x			
11. EFICACIA/RAPIDEZ	x			
12. SANIDAD/HIGIENE	x			
13. ACCESIBILIDAD/ESTACIONAMIENTO	x			
14. TEMATICA DEL ESTABLECIMIENTO	x			
15. ILUMINACIÓN	x			
16. CLIMA/CALEFACCIÓN	x			
17. TIPO DE GASTRONOMÍA (TRADICIONAL, INTERNACIONAL, GOURMET, VEGETARIANA ETC)	x			
18. INNOVADOR/TENDENCIA	x			

**Opinión de aplicabilidad:**

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

Validado por: Jefferson Rodriguez

Especialidad del evaluador: chef

Lugar de trabajo: La vaca loca

Cargo que desempeña: chef

Fecha: 18/11/2023

Firma:  \_\_\_\_\_

## Anexo E. Carta entrega recepción del producto al beneficiario

### CARTA DE ENTREGA DE RECEPCIÓN DEL PRODUCTO

Ambato, 22 de diciembre del  
2023

Ing. Alexander Arias  
Gerente  
Casa Quinta Clementina

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo por parte del señor Esteban ~~Andrés~~ Arias Calderón, estudiante de la carrera de turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato, quien se dirige a usted para realizar la entrega del producto del proyecto de investigación "La experiencia culinaria y la restauración tradicional en la parroquia Montalvo". El cual es un manual de operaciones para establecimientos de restauración, esperando que dicho manual sea de utilidad para contribuir al progreso de establecimientos de restauración tradicional de la parroquia Montalvo. Por la favorable atención que se dé al presente, agradezco y suscribo.

Entregado por:



Esteban ~~Andrés~~ Arias Calderón  
C.I. 1803893641  
[earias3641@uta.edu.ec](mailto:earias3641@uta.edu.ec)

Recibido por:



Ing. Alexander Arias  
C.I. 1802661135  
[comercial.casaquintaclementina@gmail.com](mailto:comercial.casaquintaclementina@gmail.com)

**Anexo G. Evidencias**







