



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE GRADO

**ALTERNATIVAS DE DIVERSIFICACION EN LA OFERTA
GASTRONÓMICA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE
NATABUELA CANTÓN ANTONIO ANTE**

Previo a la obtención del Título de Ingeniería en Turismo

AUTOR:

ORTEGA LUNA CARLOS ALONSO

DIRECTOR:

ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO, MSC

IBARRA, 2019

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Galo Oswaldo Echeverría Cachipueno, en calidad de director de Trabajo de Grado, titulado "ALTERNATIVAS DE DIVERSIFICACIÓN EN LA OFERTA GASTRONÓMICA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE" de autoría del Sr. Carlos Alonso Ortega Luna, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.

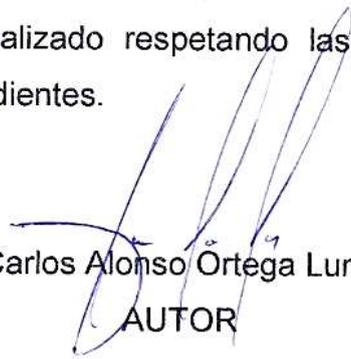
Ibarra, 24 abril 2019.



Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo MSc.
DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Carlos Alonso Ortega Luna, con número de cédula 0400998472, declaro que este documento de tesis de grado titulado: "ALTERNATIVAS DE DIVERSIFICACION EN LA OFERTA GASTRONÓMICA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE" es de mi autoría y ha sido realizado respetando las normas de referenciación y bibliografía correspondientes.



Carlos Alonso Ortega Luna

AUTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0400998472		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Ortega Luna Carlos Alonso		
DIRECCIÓN:	Maldonado y Pedro Moncayo		
EMAIL:	carlosorteluna@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	xxx	TELÉFONO MÓVIL:	0984236522

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Alternativas de diversificación en la oferta gastronómica tradicional en la parroquia de Natabuela, cantón Antonio Ante”
AUTOR (ES):	Ortega Luna Carlos Alonso
FECHA: DD/MM/AAAA	24 / 04 / 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	

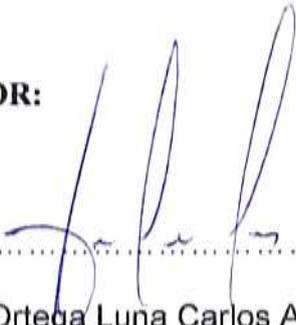
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Oswaldo Cachipueno Galo Echeverría. Msc

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de mayo de 2019

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Ortega Luna Carlos Alonso

DEDICATORIA

A la Parroquia de Natabuela, a todas las personas que colaboraron en la investigación.

A la Universidad Técnica del Norte. FACAE, Escuela de Turismo, al MSc. Oswaldo Echeverría. DIRECTOR DE TESIS y maestros, quienes han sido los artífices de mi formación profesional, pues con sus enseñanzas y orientación supieron encaminarme al logro de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Con inmenso cariño a mi hija KARLA VICTORIA, por iluminar mi vida y ser la inspiración motivadora, a mi padre y familiares, por apoyarme incondicionalmente en mis proyectos, quienes supieron comprenderme en los aciertos y desaciertos, a mis amigos por alentarme a seguir adelante siempre. Pero muy especialmente a mi Madre que está en el cielo.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE.....	viii
CAPITULO I.....	1
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes del problema.....	2
1.3. Formulación del problema	3
1.4. Objeto de estudio	3
1.5. Descripción del área de estudio	3
1.6. Objetivos.....	3
1.7. Justificación	5
CAPÍTULO II	7
2. MARCOTEÓRICO	7
2.1. Cocina ancestral.....	7
☐ Restaurantes de primera clase	22
☐ Restaurante de segunda clase	22
☐ Restaurante de tercera clase.....	23
☐ Restaurante de cuarta clase	24
☐ Restaurante gourmet	24
☐ Restaurante de especialidad	25
☐ Restaurante familiar.....	25
☐ Restaurante buffet	26
☐ Restaurante de comida rápida.....	26
3. METODOLOGÍA	41
3.1. Investigación documental	41
3.2. Investigación de campo descriptiva.....	42
CAPITULO IV.....	49
4. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	49
CAPITULO V.....	100
5.- CONCLUSIONES YRECOMENDACIONES	100

5.1. Conclusiones.....	100
5.2. Recomendaciones.....	102
5.3. Bibliografía	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Gastronomía de Natabuela	52
Tabla 2 Entorno cultural y gastronomía	54
Tabla 3 Productos Gastronómicos típicos de la zona	56
Tabla 4 Formas de preparación tradicional.....	54
Tabla 5 Pregunta No 1	61
Tabla 6 Pregunta No 2.....	61
Tabla 7 Pregunta No 3.....	62
Tabla 8 Pregunta No 4.5.6.....	62
Tabla 9 Oferta gastronómica	63
Tabla 10 Platos típicos q más vende	63
Tabla 11 Comida típica para ofertar en su restaurante.....	63
Tabla 12 Plato típico de la zona que oferta su restaurante	64
Tabla 13 Promedio de costo de un plato típico que oferta.....	64
Tabla 14 Costo de una bebida típica	64
Tabla 15 Costo de un postre típico	65
Tabla 16 Formas de preparación	65

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Viaje aEcuador	67
Figura2.Preferencias de comida	68
Figura 3. Compañía de visita	69
Figura 4. Medios de información.....	71
Figura5. Características de un restaurante.....	72
Figura 6. Platos típicos	74
Figura 7. Disposición de pago.....	76

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Instrumentos de validación	107
Anexo 2 Glosario de términos	108
Anexo 3 Interrogantes de la investigación	109
Anexo 4 Entrevista gastronomía tradicional	111
Anexo 5 Preguntas de entrevista a propietarios de locales	112
Anexo 6 Encuesta dirigida a visitantes	113
Anexo 7 Matriz de validación de los instrumentos de información	116
Anexo 8 Fichas técnicas de cocina	112

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo general identificar las alternativas de diversificación en la oferta gastronómica tradicional de la Parroquia de Natabuela. Su metodología se sustenta en la investigación descriptiva, la instrumentación del método analítico.

Los resultados teóricos y prácticos obtenidos determinan la problemática existente en cuanto a la identificación de nueva oferta gastronómica turística, el proceso de comercialización y promoción, la accesibilidad de la Parroquia, limpieza e higiene, seguridad, diversificación del menú, servicios básicos, información y señalización turística, formación y capacitación, acceso a nuevas tecnologías, infraestructuras y relación calidad-precio, entre otras deficiencias; además se logra la medición de un conjunto de variables socio-psicológicas que se relacionan con el perfil del visitante como: Formación académica, ocupación, número de personas que lo acompañan, frecuencia de visita, medios de comunicación, motivaciones para la visita, principales ofertas integradas, satisfacción con la oferta en los puntos de venta, presupuesto de gasto, frecuencia y sugerencias, como principal atractivo de la parroquia de Natabuela.

Palabras clave: Diversificación, Señalización Turística, Socio psicológicas, Satisfacción, Eficiencia.

ABSTRACT

This work has as a general objective, the characterization of the profile of the gastronomic visitor that arrives at the parish of Natabuela and its methodology is based on descriptive research, the instrumentation of the analytical method. The theoretical and practical results obtained determine the existing problems in terms of: customer service, identification of new gastronomic offer, the marketing and promotion process, accessibility to the parish, cleaning and hygiene, security, menu diversification, services basic, information and tourist signage, training and access to new technologies, infrastructures and value for money, among other deficiencies; In addition, it is possible to measure a set of socio-psychological variables that are related to the profile of the visitor such as: academic training, occupation, number of people accompanying him, frequency of visit, means of communication, motivations for the visit, principal integrated offers, satisfaction with the offer at points of sale, spending budget, repetition and suggestions; what allows the direction of tourism of the locality, the elaboration of an improvement program, for the meters of satisfaction, efficiency and quality of the gastronomic service, as main attraction of the parish of Natabuela.

Keywords: Diversification, Tourist signage, Psychological partner, Satisfaction, Efficiency.

CAPITULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Introducción

El presente trabajo es una investigación referente a las costumbres y tradiciones relativas a la gastronomía de la parroquia de Natabuela para la propuesta del posicionamiento de este estudio, como una nueva oferta en los establecimientos de alimentación locales de modo que constituya una estrategia de rescate de la cocina ancestral.

La investigación presenta características socio-económicas, características históricas, origen cultural, origen étnico y movilidad de otros grupos humanos que influyeron en el modo de vida y gastronómico de estudio, para identificar las raíces culturales.

La investigación de costumbres, hábitos, necesidades de la población del lugar de estudio, respecto del uso de utensilios para la cocina ancestral ecuatoriana.

En el estudio de la zona, se encuentra información acerca de los ingredientes, productos, platos, utensilios específicos por plato, y técnicas de preparación ancestrales utilizados en la cocina ecuatoriana de la provincia, cantón y comunidad de estudio.

1.2. Antecedentes del problema

Natabuela parroquia del cantón Antonio Ante, su diversidad gastronómica no ha sido analizada contando como aportes la tradición oral y la memoria histórica de pobladores que encierran el conocimiento a través de generaciones, son elementos importantes para su diversificación en la nueva oferta que investigó.

En este trabajo a desarrollar se analizó los productos gastronómicos que las personas consumen y que los restaurantes no han tomado en cuenta para su oferta, elementos que los constituyen como ingredientes y formas de preparación con el fin de establecer cuáles son los productos gastronómicos que no se han ofertado, con la propuesta de caracterización de un nuevo producto puesto a oferta especializado en cocina ancestral ecuatoriana se pretende tomar las medidas posibles que permitan salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial relacionado con la cocina ancestral considerando que en la actualidad la oferta gastronómica del sector está centralizada en determinados productos.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo diversificar la oferta gastronómica tradicional en la parroquia de Natabuela?

1.4. Objeto de estudio

La Oferta gastronómica tradicional de la Parroquia Natabuela Cantón Antonio Ante.

1.5. Descripción del área de estudio

Parroquia de Natabuela Cantón Antonio Ante, Provincia Imbabura.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Identificar las alternativas de diversificación en la oferta gastronómica tradicional de la Parroquia de Natabuela.

1.6.2. Objetivos específicos

1. Determinar los productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural.
2. Destacar las preferencias de consumo de platos tradicionales en la parroquia Natabuela.
3. Rescatar preparaciones tradicionales e identificar las alternativas de diversificación, que se integren a la oferta gastronómica en los restaurantes de Natabuela.

1.7. Justificación

La parroquia de Natabuela ha sido un pilar fuerte en la industria de la madera y la metalurgia, pero como factor adicional surge la gastronomía dando un punto referencial de importancia en el mapa turístico de la provincia de Imbabura. La información sobre la gastronomía del sector mencionado corresponde a la monotonía que deriva de la oferta de algunos locales establecidos, en la investigación que se realizó, se destacó otros productos como sopas, platos fuertes, bebidas y postres que los pobladores preparan y no se han ofertado.

En los resultados de la investigación que se desarrolló, se identifica los productos autóctonos, elementos que los constituyen, como ingredientes y formas de preparación con el fin de establecer cuáles son los productos gastronómicos no comercializados; con la propuesta de la nueva oferta en cocina típica ecuatoriana se pretende tomar las medidas posibles que permitan salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial relacionado con la actividad turística considerando que en la actualidad la oferta gastronómica del sector está centralizada en determinados productos.

La gastronomía típica es un factor importante de la cultura ecuatoriana, por lo que es conveniente rescatar dichas tradiciones; de manera que, se realizó una investigación específicamente de la cocina tradicional y técnicas de preparación.

En la actualidad la oferta gastronómica se encuentra centralizada en pocos platos, con este objetivo se propone la caracterización de la investigación de productos autóctonos que no se han ofertado. Una de las principales razones es la monotonía y la forma como se han venido presentando los productos gastronómicos, en la actualidad existen personas que son propietarias de locales de preparación de comida típica que tienen escaso conocimiento en la manipulación de alimentos e higiene alimentaria, por descuido de autoridades o por los propios dueños de los establecimientos que no capacitan a los ofertantes del servicio de alimentos.

El grado de novedad también es importante cuando se quiere instalar un negocio de expendio de alimentos preparados, ha pasado un tiempo considerable que en la mayoría de los centros de expendio la comida no ha sufrido considerables cambios para su oferta, afectando así a los beneficiarios y consumidores.

CAPÍTULO II

2. MARCOTEÓRICO

2.1. Cocina ancestral

La alimentación es una parte fundamental de la cultura de cualquier sociedad, la relación con los recursos naturales comestibles y el desarrollo tecnológico han ido evolucionando e incidiendo en lo que comemos, en cómo obtenemos nuestros alimentos y hasta en cómo los preparamos. La manera en la que estos aspectos se han ido transformando no es ajena a los cambios que ha sufrido la división internacional del trabajo, el desarrollo de nuevos mercados y el avance de la industria alimentaria que ha hecho posible la aparición de nuevos alimentos y nuevas formas de conservación, producción y preparación de productos alimenticios industriales. (Duhart, 2014)

La transformación también se expresa en los tiempos de consumo, los horarios de las comidas, en dónde comemos y en compañía de quién. Asimismo, en el surgimiento de otros espacios de socialización en torno a nuestra alimentación relacionados con el ocio, o la convivencia fuera del hogar. En la actualidad el trabajo, la moda y la mercadotecnia son aspectos que inciden de manera importante en nuestra forma de comer y en nuestra cocina.

Por otra parte, para la caracterización y evolución de nuestra alimentación y cocina es necesario conocer cómo éstas se vinculan a la producción, a las formas de obtención de los

productos comestibles y del consumo y distribución de alimentos; así como a los escenarios sociales, económicos y culturales que los sustentan. Es decir, requerimos del conocimiento del sistema alimentario regional del que depende nuestro repertorio de alimentos y de los distintos aspectos históricos, sociales, económicos y políticos que junto con procesos más amplios, como la globalización, han influido en la alimentación y las prácticas culinarias de los pueblos, y que han coadyuvado en la imposición por parte de grandes corporaciones transnacionales de nuevos patrones de producción, comercialización y consumo. Ejemplo de ello es que en el mercado se encuentra ahora una gran diversidad de productos, muchos de ellos de origen extranjero, lo que ha influido en el surgimiento de nuevas preferencias y prácticas alimentarias y culinarias. (Meléndez & Cañez, 2009)

La cocina ancestral se deriva de muchas culturas y regiones que a través de la aparición del hombre en la tierra, la necesidad de alimentarse como primera actividad que el cuerpo humano necesita, las proteínas, y nutrientes, ha permitido la supervivencia del hombre, a lo largo de la historia las civilizaciones dando surgimiento a diversas formas de preparaciones.

El descubrimiento del fuego y la aparición de diferentes formas de preparar alimentos distintas maneras de cocción de sabores, de texturas de cada región y de cada etnia.

2.1.1. Cocina precolombina

Se conoce como gastronomía al grupo de procesos que transforman los ingredientes para darles una diferente apariencia, sensación, sabor, color y presentación, así como lo relativo a la ciencia de la alimentación, más allá de lo básico o de los productos como los da la naturaleza. La gastronomía es el componente o expresión cultural más importante y determinante de una sociedad, después del idioma. La gastronomía prehispánica está constituida por todos aquellos ingredientes, propios o endémicos, comestibles de la región mesoamericana antes de la Conquista, e incluye las formas de preparación, con sus particularísimos utensilios. (Alvarez, 2012)

La mezcla de ingredientes y estilos que generaron la comida mexicana actual es el lenguaje previo al primer gran mestizaje cultural. Han pasado más de 500 años y probablemente no tengamos historias familiares que nos narren la manera precolombina de ver la vida diaria y su cosmovisión, pero la comida y los platillos que han perdurado, las formas de cocinar y los utensilios usados, afortunadamente hablan solos y nos narran esas historias.

La actividad científica e investigadora de relacionar el ingrediente con un grupo poblacional o cultural particular, correspondiente a una región ya un sistema de creencias, es lo que se conoce como rescate etno gastronómico. Documentarlo, conocerlo, fotografiarlo, prepararlo y recrearlo es indispensable para la salvaguarda de la cocina tradicional pre-hispánica y tradicional. Esto no lo hacen los chefs con frecuencia,

aunque rescatan el sabor y lo usan para posicionar de nuevo al ingrediente y con ello su producción y cultivo.

2.1.2. El maíz, rey de la gastronomía prehispánica

El eje de la cocina y la gastronomía prehispánicas se forma por la trilogía sagrada del maíz, el frijol y el chile, aunque no podemos dejar fuera a la calabaza. Somos los herederos del Pueblo del Maíz. Cada pueblo del mundo es asociado a un grano: como el oriente al arroz y Europa al trigo y cebada. Existen evidencias de hace 7,000 años de domesticación del maíz, relacionado en la concepción mesoamericana con el origen mismo del hombre. La creencia maya, por ejemplo, es que estamos hechos del maíz. A diferencia de otros granos, que pueden caer de sus espigas, regarse y encontrar condiciones propicias para volver a nacer y reproducirse, con el maíz eso no ocurre. El grano del elote o mazorca nunca cae solo, ni aún seco. Su cubierta de hojas en capas sucesivas que protegen la mazorca del clima, la humedad y las plagas, hacen necesario retirarla de manera manual. Es el único grano que necesita. (Pérez, 2013)

La evolución del hombre permitió que aparezca la agricultura diferentes especies de flora y fauna, el descubrir formas de cocción y sabores el apareamiento del hombre en América dio diferentes características a su gastronomía varias regiones herencias culturales gastronómicas del Asia en un lento peregrinar fueron poblando América recolectores cazadores y luego aparecería la agricultura como la primera actividad del hombre con la necesidad de alimentarse, en México y América central, una sucesión de imperios deja cierta homogeneidad cultural una como constructores de pirámides su base

alimentación era el maíz. (Camou, 1990)

2.1.3. La cocina en la colonia

A lo largo de los tres siglos coloniales la cocina fue uno de los espacios fundamentales de la casa, no solo por su importancia para la preparación de los alimentos, sino por los usos adicionales que llegó a tener; sirvió tanto como comedor como para las reuniones de la familia y no pocas veces también para recibir a visitantes con quienes no se deberían tener mayores formalidades, como eran los mandaderos, empleados y sirvientes. A lo largo de todo ese tiempo la cocina experimentó también diversas transformaciones para servir a las necesidades cambiantes de la familia, las nuevas costumbres y utensilios que se empleaban en ellas.

Aunque las transformaciones de orden arquitectónico no fueron demasiadas al interior de la cocina, pues su equipamiento fijo se reducía a un brasero y más adelante a una pila para lavar los trastes, hubo cambios importantes en la relación del recinto de la cocina con otros espacios de la casa. Estos cambios fueron principalmente el resultado de la evolución de algunos valores dentro de la sociedad, como la intimidad y el confort; las modas y los utensilios que se fueron agregando con el fin de dar mayor eficiencia a la cocina.

(Giard, 2015) Menciona que:

“En su origen, la cocina colonial, al igual que el resto de la casa,

estuvo muy cercana a sus antecesoras españolas e indígena, pero también tuvo que adaptarse a las circunstancias que implicaba el proceso de conquista”.

Por el lado español se nutrió de las casas castellanas, extremeña y andaluza, que fueron los hogares de los hombres que hicieron la conquista y fueron los primeros colonizadores. En estas casas las cocinas no eran muy homogéneas, en las casas populares extremeñas y castellanas, se ubicaban en un recinto especial independiente de las demás habitaciones, aunque adosado a ellas; mientras que en la casa andaluza, no había un lugar particular para la cocina, y ésta se reducía a un hornillo transportable que se instalaba para ser usado en cualquier lugar del patio y en torno a él se comía.

En las casas del siglo XVI construidas por los españoles, la cocina formó parte de la construcción., aunque es posible que en las más modestas se tratara de un recinto con acceso independiente, utilizado también como comedor. Mientras que en las casas de los conquistadores y de la gente adinerada las cocinas tenían comunicación con el resto de la casa a través de puertas interiores, principalmente con la despensa, que además de servir para guardar las provisiones se utilizaba para comedor de la servidumbre, pues no existía aún este recinto.

Otros espacios de la casa, como las salas y las recámaras, podían servir también para comer. Era frecuente que el desayuno y el almuerzo se comieran en la cama o se usara

alguna mesa dentro de ésta. Los banquetes que ocasionalmente se ofrecían en la casa eran servidos en la sala del estrado, que estaba destinada a la recepción, y se utilizaban mesas y bancos desmontables. (Ayala, 2018).

La etapa colonial es decisiva en la cocina actual la mezcla la fusión el significado de mestizaje o la imposición de técnicas culinarias importadas de diferentes productos. La cocina impuesta era la debía ser servida aprendida y adoptada como modelo importante para la sociedad durante casi cinco siglos descartada totalmente y menospreciada la cocina ancestral y relegada de servirla detrás de la mesa a escondidas y con miedo de ser sepultada por la colonia y su mestizaje culinario.

2.1.4. Cocina ecuatoriana

Ecuador ha sido un país de cazadores, recolectores y pescadores de manera que siempre buscó tener productos frescos y naturales. Con el paso del tiempo los pobladores ecuatorianos empezaron a explorar el mundo de la agricultura, la domesticación de animales e incluso el intercambio de productos entre las tres principales regiones de Ecuador Continental: Costa, Sierra y Amazonía. (Jaramillo, 2012).

La gastronomía ecuatoriana ha logrado mantener muchas de sus recetas y de sus productos nativos, sin embargo, hay que tener muy en cuenta que la alimentación en el país tanto de manera cultural como nutricional ha sufrido varios cambios como resultado los tiempos actuales. En la actualidad se está poniendo mucho interés en recuperar nuestra

identidad gastronómica a través de la investigación nutricional de productos nativos, recordando que las recetas tradicionales y ancestrales cuentan una historia y muestran la cultura del país.

Los chefs han puesto un granito de arena en este proceso de recuperar identidad a través de la gastronomía, gracias al desarrollo de recetas tanto dulces como saladas y las dan a conocer a través de diferentes medios que pueden ser virtuales, en conferencias, entre otros. El objetivo final de este proceso es que cada familia pueda recuperar productos y recetas típicas que son ricas y con un gran valor nutricional. (Montenegro, 2016).

La cocina tradicional ecuatoriana fue transformándose poco a poco con el periodo histórico en el que se desarrollaba los platos de la cocina prehispánica , cuyo elementos característicos fueron el maíz, el frejol, la quinua, el zambo, el cuy, las papas entre otros los españoles los utilizaron para crear lo que hoy es la comida criolla los conquistadores fusionaron sus recetas con los ingredientes y formas de preparación que ya existían en los territorios durante el periodo colonial se adoptó el estilo barroco en los territorios conquistadores cuya particularidad fue la fusión de detalles tanto en el arte como en la arquitectura y la gastronomía.

2.1.5. Arte culinario

La gastronomía está íntimamente ligada a la cultura, tanto es así que incluso los antropólogos contemporáneos consideran que la utilización del fuego para cocinar y la memorización de

técnicas culinarias son el punto de partida para la cultura humana. (Neirinck, 2001)

De este modo se fue trazando el camino para la construcción de las formas de alimentación actuales, sin embargo, es importante mencionar que para este logro transcurrieron miles de años. En tiempos más recientes, la historia de la gastronomía se debe a las aportaciones de cocineros que dejaron por escrito sus preparaciones y vivencias: Uno de los primeros grandes cocineros fue Taillevent (1310-1395), quien unió por primera vez la literatura con la cocina, codificando en libros todas sus recetas desarrolladas dentro de la cocina al servicio de la corte de Francia y plasmando en su obra *Le viandier* una descripción de la renovación de la cocina en la edad media del siglo XIV. En esta época se considera el uso excesivo (o exagerado) de especias como parte de la cocina de los nobles, ya que su precio elevado remarcaba su estatus económico dentro de la sociedad. Entre otras cosas la identidad gastronómica francesa también se construyó gracias a la influencia e impulso de artistas pasteleros italianos quienes eran maestros en el arte de la confitura e introdujeron sus técnicas a la cocina francesa. Además, los italianos hicieron, en esta época, un gran aporte principalmente en el servicio de los alimentos, en el arte de la mesa y en las formas de comer, introduciendo refinamiento a través de la loza y el uso del tenedor, con la finalidad de sublimar el arte de comer. (Hernández, MejíaCatillo, & Mejía López, 2013).

El arte culinario es la forma de preparar de una manera creativa los diferentes alimentos su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida no hay que confundirlo gastronomía que englobaría a esta en un campo más general dedicado a

todo lo relacionado con la alimentación.

Existe un arte culinario característico en cada pueblo o cultura o región hoy en día el fenómeno de la globalización con la continua comunicación de millones de personas y la influencia de los medios de comunicación así como del comercio han conducido a un mayor facilidad para acceder a su preparación sin embargo una gran mayoría de esas recetas y sus variaciones tienen sus orígenes en las cocinas tradicionales desarrolladas a lo largo de mucho tiempo con rituales de preparación transmitidos a lo largo de varias generaciones.

El arte de preparar y cocinar los alimentos incluye la variedad de productos típicos de una zona, la manera en que se cocinan, la presentación de la comida la fotografía, la hotelería, los restaurantes. Podemos decir que el arte culinario son una expresión las ideas artísticas a través de alimentos o medios relacionados con la alimentación Con relación a los restaurantes, el arte culinario genera una impresión en los clientes o comensales, pues se espera que los platillos de la selección o menú se preparen de acuerdo a altos estándares de calidad con todas las precauciones que rigen las normas de higiene y de manipulación de alimentos y con decoraciones para hacer más atractivo el plato.

2.1.6. Gastronomía

(Monroy, 2004), Afirma: la gastronomía es también una disciplina que estudia la relación del ser humano con su

alimentación, el entorno natural del cual obtiene los recursos alimenticios y la manera en que los utiliza, así como los aspectos sociales y culturales que intervienen en la relación que cada sociedad establece con su gastronomía. (p. 21).

La gastronomía es una cultura importante porque a través de ella se conoce la relación del hombre con su entorno las diferentes formas de preparaciones de platos que hacen de la dieta diaria de las personas lasa regiones naturales en este caso Ecuador nos despliegan una amplio horizonte y una gama amplia de productos gastronómicos las regiones naturales cargadas de muchas especies de flora y fauna son el origen de la construcción y diseño de una gastronomía muy amplia en las zonas.

2.1.7. Gastronomía tradicional

La gastronomía tradicional la preparación del plato, comida o bebida que representa los gustos particulares de una nación, región o comunidad. Se puede ver que en la mayoría de los casos el plato nacional contiene ingredientes fácilmente elaborados o cultivados en la región, o a lo sumo con ingredientes con los que se sienten identificados los habitantes de estas naciones. Se emplea frecuentemente como un cliché de una cultura o pueblo. (LLopis, 1998 - 2000).

La gastronomía tradicional representa la identidad de una ciudad en la actualidad la base de la preparación de la mayoría de los platos recoge elementos esenciales que vienen y se conservan por tradición acompañados por las festividades que celebran cada uno de los pueblos y costumbres familiares.

2.1.8. Turismo

Arthur Bormann (2004), define el turismo como el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo. (pag. 15).

(Borman & Hunziker , 2004, 1997) "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa". (pág. 6).

Nos dice Todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas. (Ledhesma, 2000).

El turismo actividad que se inicio a mediados del siglo XIX que se identifica con los diferentes desplazamientos que realizan las personas cuando estas viajan de un lugar a otro con objetivos de diversión, ocio, conocimiento o estudio.

El turismo en la actualidad se ha convertido en una de las principales actividades que genera ingresos económicos a los países o ciudades.

2.1.9. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico se presenta como una nueva opción para adentrarse en el mundo culinario donde podemos experimentar miles de los sabores que caracterizan a una región y el cual está dirigido tanto a personas conocedoras como son los chefs o personas que trabajan en esta área, así como a todo tipo de personas dispuesta a tener una nueva experiencia de sabores. (MONROY, 2004)

Existen diferentes clases de turismo en el cual una de las que más destaca es el turismo gastronómico el cual se enfoca a conocer los diferentes productos de las regiones y sus diferentes métodos de preparación los innumerables grupos de personas que dedican a realizar sus viajes con el propósito de estudiar y conocer diferentes culturas gastronómicas.

2.1.10. Restaurante

(Monroy, 2004) Menciona que:

“Un restaurante o restorán es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local”.

Restaurante dispone de una utilización recurrente en nuestro idioma ya que se usa para denominar a uno de los lugares que más visitamos las personas para comer, beber y por qué no también para celebrar y encontrarnos con amigos” (Juárez, 2017)

La palabra restaurante tiene origen francés 1765 describe como un lugar con características especiales para preparar comida, su historia desde uno de los principales hechos históricos que marco la historia del mundo la revolución francesa , de ahí en la actualidad existen muchos y variados productos que se exponen y comercializan generando una buena rentabilidad.

2.1.11. Historia de los restaurantes

Es en este punto donde cabe definir la palabra restaurante con una aproximación histórica:

En 1765, un hombre llamado Boulanger (Panadero) vendía sopas bajo un letrero en latín: “Venite adme omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos” (“Venid a mi casa

hombres que tenéis el estómago débil y yo os restauraré”). De esa frase viene el nombre de los establecimientos que venden comida. Así podemos apreciar que el restaurante, es el (nte), agente el que hace la acción) que vuelve (re-) a parar (stare) a los caídos de hambre. Restaurante viene del francés “restaurant”, y este del latín “restaurare”, reparar. La idea es que la comida “repara el estómago vacío”. (Puyuelo, Montañes, Garmendia, & Sanagustín, 2017).

Otra versión del origen de la palabra restaurante para denominar las casas de comidas la encontramos también en Francia. En castellano, «restaurant» significa «restaurativo», refiriéndose a la comida que se ofrecía en el siglo XVIII (un caldo de carne).

En las páginas de la historia de los restaurantes manifiesta que los primeros lugares de atención a personas eran los monasterios y las iglesias tenían la costumbre de albergar los viajeros y peregrinos aceptando donaciones a cambio ocasión que aprovechada por comerciantes de la época para aprovechar y generar más recursos en la venta de comidas y bebidas. Pero el punto de partida del verdadero servicio de restaurantes inicia desde la revolución francesa donde la mayoría de empleados de la monarquía empiezan abrir restaurantes para atención al público con el servicio un poco más estilizado.

2.1.12. Tipos de restaurante

- **Restaurantes de primera clase**

Según (Torruco, 1987)

Este tipo de restaurante, conocido también como „full service“ (servicio completo), tendrá un toque completo de servicios, de acuerdo con la categoría del establecimiento. La diferencia con el anterior se encuentra en su herramienta de ventas -la carta o menú-; ésta presentará de cinco a siete tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas.

Se caracteriza por su estrategia de venta lo cual es distinto a los restaurantes de lujo donde se ofrecen los alimentos en un menú o a la carta incluyéndose tiempos de servicio distintos también se ofrece una variedad de bebidas.

- **Restaurante de segunda clase**

Según (Torruco, 1987) Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Puede tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizado por el personal de servicio, exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma restricción se hará el abastecimiento de los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos. (pág.19)

Estos restaurantes son fáciles de distinguir al compararlos con los

restaurantes de cinco y cuatro tenedores ya que carece del acceso especial para empleados y proveedores ya que acceden por la misma puerta la carta de los restaurantes se estable en seis tiempos de servicio.

- **Restaurante de tercera clase.**

(Torruco, 1987), Menciona que:

“El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal de servicio; su mobiliario será apropiado; loza irrompible; plaqué inoxidable (cubiertos y/o utensilios), cristalería sencilla y en buen estado, servilletería y mantelería presentables”.

Deberá tener servicios sanitarios independientes para damas y caballeros. La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con buena ventilación o en su caso, con un extractor de humo. El personal portará uniforme sencillo bien aseado (camisa, zapatos de vestir) y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta presentará cuatro tiempos de servicios.

Llamado restaurant de dos tenedores aquí no se recae al lujo solo se piensa tener a disposición los insumos resistentes y se llega a ofrecer hasta cuatro entradas en este restaurant solo se accede a una sola entrada y la disponibilidad de los balos especializados para hombres y mujeres.

- **Restaurante de cuarta clase**

(Torruco, 1987) Este establecimiento tendrá su comedor independiente de la cocina, plaqué inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y su carta o menú, aunque sencilla, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos. (pág. 8).

A estos se le conoce como restaurante de un tenedor. Estos se distinguen porque el comedor se encuentra separado de la cocina, así mismo únicamente se sirve un menú sencillo con cuatro entradas. En este tipo de restaurante la cristalería, la vajilla y la mantelería son limpias, sencillas y a la vez resistentes. Así mismo el servicio es informal, o sea, que los meseros no están uniformados.

- **Restaurante gourmet**

(Morfin, 2004), Menciona que:

“Ofrece platillos que atraen a personas aficionadas a comer manjares delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes suelen ser costosos” (pág.15 y 16).

Refiere a los restaurantes donde se sirven los alimentos directamente a la mesa, y los mismos son de muy alta calidad. Este en cuanto a menú y servicio es muy parecido al de la primera clase. Se preparan platos

exquisitos y poco comunes, que requieren de una gran elaboración.

- **Restaurante de especialidad**

Ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles. Existe otro tipo de restaurante, que es fácil de confundir con el de especialidades como es el restaurante étnico, el mismo que ofrece lo más representativo de la cultura gastronómica de algún país. (Dupré, 1997)

En esta solo se limita a la preparación de platos de algunos estilos de cocina, donde se preparan distintos platillos acordes a su especialidad. Este es muy parecido al restaurante étnico, ya que aquí se ofrecen los platillos que más representan a la región.

- **Restaurante familiar**

Sirve alimentos sencillos, a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo general, estos establecimientos pertenecen a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización. (Dupré, 1997)

Aquí se llegan a servir alimentos que tienen un precio bien económico y que su preparación es sencilla. Su servicio es bien confiable y suelen

aparecer varias franquicias.

- **Restaurante buffet**

La principal atracción de este tipo de servicio se basa en brindar la posibilidad de tener una mayor variedad de la oferta gastronómica, presentada de una manera agradable teniendo en cuenta toda una combinación de color y textura de los alimentos, permitiendo que cada cliente pueda comer a voluntad y satisfacer sus necesidades según sus exigencias en cada momento. (Gaviota S.A., 2009).

Es uno de los restaurantes más recurridos por los que trabajan largas horas de trabajo, donde llegan a elegir sus platos entre una gran diversidad de platos que son cocinados y luego colocados para autoservicio. Su precio varía según el peso de la comida, o la cantidad de platos.

- **Restaurante de comida rápida**

La comida rápida o Fast Food, cuenta con diversas definiciones, ponemos en contexto de la definición hecha por la revista colombiana La Barra "Es importante volver a lo básico. La comida rápida es toda la comida que pueda ser preparada y servida en poco tiempo. De esta forma, es un formato en el que pueden incluirse hamburguesas, pizza, pasta, pollo, mexicana, oriental, por ejemplo. Otra de las condiciones de la comida rápida es que cuente con una preparación de menor calidad en comparación a la comida casual, pero, por obvias

razones con los ingredientes adecuados. Debe obedecer, igualmente, al desarrollo urbano de las ciudades, cuyos habitantes necesitan restaurantes donde puedan comer con velocidad” (Fischler, 1995).

También es muy utilizado en la actualidad, ya que suele visualizarse como un restaurante informal, donde se llegan a ofrecer productos de fácil preparación y que son muy simples, como son las pizzas, las papas fritas, las hamburguesas, y el pollo frito.

2.1.13. Tendencias gastronómicas

Las tendencias son ideas aplicadas a la vida cotidiana por gusto o atracción hacia un objeto, un modo de comportamiento y gastronómicamente hablando la forma de preparar y comer los alimentos; es un cambio o evolución adaptado a la vida de la sociedad, con gustos individuales que se conjuntan para hacer preferencias colectivas.

Las tendencias muestran la capacidad de las masas por ser mejores, por individualizarse e imponer su propio estilo. Sin embargo “existe cierto apego del hombre hacia lo tradicional, ya que la conquista sobre las cosas y los procesos se da con mucho esfuerzo, haciendo creer que el cambio debe traer mayores ventajas “(Simón, 2009).

La búsqueda de los productos locales, provenientes de los entornos más cercanos, que permitan conocer la cultura gastronómica de la región, que contribuyan a la sostenibilidad y que ayuden a desarrollar las

economías locales. Este aspecto es valorado sobre manera por la demanda que sabe que en ningún lugar encontrará el producto de un modo tan cercano.

2.1.14. Marketing

¿Qué debemos entender entonces por marketing? De forma amplia, debemos entenderlo como una filosofía de negocio que se centra en el cliente. En concreto en el centro de la teoría y la práctica del marketing se sitúa el afán por proporcionar valor y satisfacción a sus mercados. Para ello, es esencial que la empresa sea capaz de identificar las necesidades de su cliente, de diseñar y desarrollar ofertas ajustadas a las mismas y de transmitir las y acercarlas de forma efectiva hacia su mercado. En base a ello, esta filosofía de negocio se fundamentará en un conjunto de técnicas de investigación asociadas al análisis estratégico de los mercados, así como de un conjunto de técnicas de comercialización asociadas a la operativización de acciones de respuesta hacia los mercados. (Monferrer, 2013).

Marketing es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales.

El marketing es un proceso social y administrativo, esto es, es un proceso social porque interviene grupo de personas y porque necesitan y desean ofrecer e intercambiar productos con la colectividad y administrativo porque se necesita planificar, organizar e implementar las

diferentes ideas para lograr el éxito de la empresa.

2.1.15. Marketing de servicios

Kotler & Armstrong. (2007), nos dice que:

Se tiene que partir de una definición súper sencilla que es la siguiente: El marketing es la administración de relaciones perdurables con los clientes. La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes al promover un valor superior, conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción. El marketing no es solo vender y anunciar. Hoy en día, es preciso entender el marketing no el sentido antiguo de logra una venta “hablar y vender” sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades del cliente.

Las organizaciones de servicios son aquellas que no tienen como meta principal la fabricación de productos tangibles que los compradores vayan a tener siempre, por lo tanto, el servicio es el objeto del marketing, es decir, la compañía está vendiendo el servicio como núcleo central de su oferta al mercado.

2.1.16. Marketing para bar y restaurante

(Padilla, 2016) Dice que:

“La mercadotecnia ayuda a los restaurantes a orientar sus productos y servicios con base en las necesidades de sus clientes, garantizando así su satisfacción que a la larga se traduce en cierta lealtad”.

La competencia ya no sólo es nacional sino también internacional con precios muy competitivos, y para rematar Estrategias efectivas de mercadotecnia para restaurantes La mercadotecnia ha sido concebida en sus aplicaciones más visibles: publicidad, promoción, merchandising, entre otras, ignorando que ésta es un proceso y no un evento de “comercialización”. los consumidores son cada vez más exigentes, buscadores de servicio, convenencieros en la elección de los restaurantes ya que buscan más los valores agregados que la marca misma, léase promociones, premios, puntos, entre otros. En medio de este nuevo contexto, los restaurantes se han visto obligados a entrar en un proceso de actualización continua dentro de su organización, en ocasiones con una clara concepción y en otras realmente sin tener una guía de acción.

Todas las marcas y empresas tienen al alcance herramientas. Solo necesitan una buena estrategia, razón por la que muchas empresas que intentan hacer marketing de contenidos por su cuenta fracasan. Muchas veces se necesita a un profesional.

No importa el sector, la temática o el público al que te dirijas, tu marca puede ser visible y diferenciarse por el contenido que creas en torno a ella. Da igual lo alocada que sea tu empresa, en Internet hay hueco para todos.

Para tener éxito en el marketing de un restaurante y bar servicio de bebidas primero que nada debemos contar con un buen producto los platos, un ambiente cálido mobiliario, iluminación, decoración, música, etc. y un equipo capacitado cocineros, meseros, etc.

2.1.17. Marketing relacional

El marketing relacional, también llamado marketing de relaciones, es un concepto que nace a partir de un cambio en la orientación estratégica de marketing, que va de la búsqueda por captar clientes (transacciones) a la búsqueda de su satisfacción integral en el largo plazo (relaciones).

Se puede decir que el marketing relacional, en términos generales, es el proceso que integra al servicio al cliente con la calidad y el marketing, con el fin de establecer y mantener relaciones duraderas y rentables con los clientes. (López-Pinto, 2007).

Las organizaciones buscan así que los clientes tengan un papel más participativo. El marketing tradicional había olvidado las verdaderas necesidades de los consumidores, asumiendo el rol pasivo de éstos y creando un mensaje masificado de forma unidireccional. El marketing relacional apuesta por el “tú a tú”, creando experiencias únicas en cada cliente para que, además de disfrutar del producto o servicio, puedan recordarla como algo memorable.

2.1.18. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado. (Mugliza, 2009).

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica también proyectara una visión a futuro sobre la rentabilidad de la empresa y sobre los productos que se ofertaran y de los que ya no son consumidos.

2.1.19. Análisis de consumidores

El estudio del comportamiento del consumidor es de interés para toda la sociedad, dado que todos somos consumidores. Desde la perspectiva de la empresa, los responsables de marketing deben conocer todo lo que afecta a su mercado para diseñar políticas comerciales exitosas. El conocer los gustos y preferencias de los consumidores ayudará a segmentar correctamente el mercado.

Comportamiento hace referencia a la dinámica interna y externa del individuo, que tiene lugar cuando busca satisfacer sus necesidades con bienes y servicios. Aplicado al marketing, es el proceso de decisión y la actividad física para buscar,

evaluar y adquirir bienes y servicios para satisfacer las necesidades. (Rivera, Arellano , & Morelo, 2013).

Estudiar el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

2.1.20. Estrategia

El marketing estratégico es una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto de competidores. (Espinosa, 2016).

Concepto breve pero imprescindible que marca el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos, estudios del mercado y de la competencia, debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Siempre se adoptara planes estratégicos para mejorar el servicio y superar las ventas.

2.1.21. Liderazgo en costo

La estrategia competitiva basada en costes es una de las estrategias básicas que puede llevar a cabo una

empresa a la hora de competir y consiste en que una empresa logra unos costos totales inferiores a los de la competencia, sin que ello afecte a la calidad del producto o servicio que ofrece la empresa. Esta estrategia se convertirá en ventaja competitiva cuando a los competidores les resulte difícil disminuir sus costes para igualarlos a los de dicha empresa. (Chanes, 2014).

Consiste en mantenerse en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de ventajas a la competencia en materia de costos la diferenciación de la empresas parte desde la competencia el incremento de productos en el mercado hacen de que una empresa mejore o se vaya a la quiebra.

2.1.22. Oferta

Al igual que en el caso de la demanda, señalaremos un conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer. (Almonte, 2011).

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida.

2.1.23. Demanda

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión. (Almonte, 2011).

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

2.1.24. Provincia de Imbabura

Datos generales

Ubicación geográfica

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura pertenece a la Región Norte (Ecuador) comprendida también por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas. La capital, Ibarra, es a su vez capital de la provincia y de la región.

Extensión:

(Montesdeoca, s.f.) Dice que:

“En la actualidad tiene una extensión aproximada de 4.523 Km², y limita al norte con la provincia de Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas, ocupando gran parte de lo que es la hoya de Ibarra”.

En el territorio imbabureño habitan 398.244 personas, según el último censo nacional (2010), siendo la décimo tercera provincia más poblada del país. La Provincia de Imbabura está constituida por 6 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura pertenecerá a una región comprendida también por las provincias de Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos, aunque no esté oficialmente conformada, denominada Norte.

Población Provincial

P.E.A.: 115.085

Resto de Población: 230.696

TOTAL: 345.781

(2017 Prefectura de Imbabura)

- **Cantón Antonio Ante**

Cabecera cantonal: Atuntaqui

Ubicación: Noroeste de Imbabura

Límites: Norte: Cantón Ibarra Sur: Cantón Otavalo Este: Cerro Imbabura

Oeste: Cantones Cotacachi y Urcuquí.

Superficie: 78.26 km²

Parroquias: Urbanas: Atuntaqui y Andrade Marin, Rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela, Imbaya.

Población: 41.388 habitantes

(Tugumbango, 2010) Menciona que:

“Antonio Ante es un cantón de Ecuador, localizado en la provincia de Imbabura. Su cabecera cantonal es la parroquia de Atuntaqui. Su población en el censo de 2010 es de 45.184 habitantes. Tiene una superficie de 79km². Densidad de 456,36hab/km²”.

2.1.25. Actividad Turística

El turismo es una actividad asociada al descanso, a la diversión y al acceso a la cultura y a la naturaleza, puede constituirse en un medio de desarrollo local si se potencian los atractivos turísticos de un lugar para convertirlos en oferta turística. La vegetación nativa del cerro Imbabura es una de las atracciones turísticas, posee una sorprendente belleza paisajística, incentiva a hacer también actividades al aire libre como ciclismo de ruta y de montaña, baño en aguas naturales, caminatas, observación de aves. (Francesc, 2010)

2.1.26. Parroquia Natabuela

Etimología.- La palabra Natabuela, según el idioma Cayapo-Corolado,

proviene de dos vocablos: NATA = antepasados; BUELA de BULA= Unidad colectiva.

En el idioma Quechua se deriva de NATA=primitivo, aborigen, propio del lugar; y BUELA= árboles, bosque, vegetación.

La parroquia de Natabuela según el libro I. Eclesiástico de partidas de bautismos de San Francisco de Natabuela, se fija el 9 de noviembre de 1932 como día de la fundación de la parroquia.

Natabuela y sus tierras tiene el privilegio de haber dado paso a las tropas comandadas por el Libertador Simón Bolívar y el gran Mariscal de Ayacucho Antonio José de Sucre. Existe todavía el camino real como testimonio histórico, ubicado en las faldas del cerro Imbabura, predios de propiedad de la familia Cevallos y Recalde. (Alarcon, 2009)

Está compuesta por mestizos e indígena, la población mestiza comúnmente está ubicada en el centro de la parroquia reducido grupo que se encuentra en el sector de la Flores Vásquez, la comunidad de los Óvalos y en la Tola; la población indígena que es la de mayor número está concentrada en los sectores periféricos y por consiguiente la de mayor fuerza de trabajo se dedican a la actividad agrícola, construcción, artesanías, comercio informal, quehaceres domésticos y turismo en pequeña escala.

- **Ubicación**

San Francisco de Natabuela parroquia rural perteneciente Antonio Ante de la Provincia de Imbabura, ubicada a 2,50 km de la capital provincial y a 174 km de la capital ecuatoriana.

La cabecera parroquial consta con de las siguientes coordenadas geográficas: 0° 20' 8,86" de latitud norte y 78° 11' 38,54" de longitud oeste.

- **Límites**

La Parroquia de Natabuela limita al norte con la parroquia de San José de Chaltura del Cantón Antonio Ante, al oeste con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Antonio Ante, al este con la parroquia de San Antonio del Cantón Ibarra y al sur con las parroquias del Cantón Otavalo, principalmente San Pablo.

- **Superficie**

14,799Km² (Catorce con setecientos noventa y nueve kilómetros cuadrados).

- **Altura**

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 2360 y 4621 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 2420m.s.n.m.

- **Características del clima**

La Parroquia de Natabuela presenta un clima frío en la parte alta de los Páramos, los mismos que se encuentra desde los 3060 hasta los 4621 m.s.n.m, y templado desde los 2360 hasta los 3060 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 650 a 1000 mm, su temperatura promedio anual es de 8oC en la parte alta y alcanza los 16oC en la parte baja.

El centro poblado presenta un clima templado con una temperatura media aproximada de 15oC y una pluviosidad de 635 mm. Otro factor importante es el número de meses secos ya que en toda la franja noreste de la parroquia existe un máximo de 7 meses secos, así como también en todo el centro poblado de la parroquia se tiene 6 meses secos y en la parte alta y suroeste de la parroquia existe un mínimo de 5 meses secos esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción (agricultura, ganadería, etc.) en épocas de estiaje; las alternativas pueden ser la construcción de reservorios de agua, proteger las fuentes de agua y realizar un manejo adecuado del uso del agua, etc. (GAD Municipal de Antonio Ante,2019).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

En el capítulo III se dio a conocer los métodos de investigación y el procedimiento que se llevó en el proceso de recolección de la información de acuerdo a los objetivos planteados en la parte inicial del documento.

3.1. Investigación documental

En el desarrollo de la investigación documental, se requiere, como condición necesaria, un tema seleccionado y delimitado, justificado, producto de la documentación o de la reflexión personal. Igualmente se requiere plantear un marco de referencia preliminar que permita orientar la recolección de la información y la redacción posterior de la monografía o informe de la investigación. Para el desarrollo, propiamente dicho, es imprescindible ser preciso, claro y sintético, lo cual puede permitir abordar sólo lo contemplado, lo pertinente, lo que responda a los propósitos de la investigación. Finalmente, para la redacción se requiere agotar varias versiones, experimentar, totalmente, el proceso de escritura. A través del proceso, con las acertadas observaciones de los pares y del profesor, se podría lograr un producto mejor estructurado, más coherente y, en consecuencia, más comprensible. (Morales Oscar Alberto, 2015).

Se realizó una investigación documental tomando en cuenta factores

de análisis para recoger la información detallada respecto al objetivo planteado de determinar productos gastronómicos de la zona, llevando a cabo una selección de personas que tengan los componentes idóneos para la investigación.

3.2. Investigación de campo descriptiva

La investigación descriptiva opera cuando se requiere delinear las características específicas descubiertas por las investigaciones exploratorias. Esta descripción podría realizarse usando métodos cualitativos y, en un estado superior de descripción, usando métodos cuantitativos. Estos últimos tienen como función esencial medir (de la forma más precisa posible) las características, propiedades, dimensiones o componentes descubiertos en las investigaciones exploratorias; de esta manera, los estudios exploratorios se interesan por descubrir, mientras que las investigaciones descriptivas, en última instancia, se interesan en medir con la mayor precisión posible. (Víctor Patricio Díaz-Narváez Aracelis Calzadilla Núñez 2015).

Una investigación de campo descriptiva por la situación geográfica donde se asienta la población identificando su entorno cultural, etnológico y gastronómico, dividiendo en sectores denominados para el efecto como barrio, encontrando como fuente de sectorización, los croquis y mapas que se encuentran en el edificio de la Junta Parroquial.

3.3. Técnicas e instrumentos

El método es el camino teórico, las técnicas constituyen los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr información. Los métodos son globales, generales, las técnicas son específicas tienen un carácter práctico, operativo. Las técnicas se subordinan a un método y éste a su vez es el que determina qué técnicas se van a usar. Aunque el método y la técnica se encuentran íntimamente ligados no se identifican, pues ambos se complementan y son necesarias en la investigación.

(Abril, 2016) Dice que:

“Las técnicas de investigación de campo, dirigidas a recoger información primaria son: la observación la entrevista la encuesta el test y el experimento”

Se designó a personas que tengan un perfil en cercanía con relatos y el conocimiento vivo de tradición oral, gastronómica en edades comprendidas entre los 60 y 70 años de edad. Se analizó la técnica para recoger la información como entrevista se realizó un cuestionario de preguntas de investigación acerca de alimentos que se preparaban que se han perdido, ingredientes y técnicas de cocción.

Una segunda entrevista en la cual se tomó en cuenta a otra población

de personas que ofertan comida típica en restaurantes de la parroquia de Natabuela tomando en cuenta 5 restaurantes que contemplen servicios completos para la atención de turistas y visitantes.

Se elaboró un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas en las que se detalló la recolección de información de la trayectoria del negocio y platos típicos que se oferten, se encontró un pequeño problema de apatía de algunos propietarios al brindar información de sus negocios. Pero en grado de satisfacción se logró con lo determinado en el objetivo.

Se desarrolló la investigación, se utilizó métodos que permitieron obtener datos confiables, a partir de la investigación descriptiva, la cual facilitará la descripción del lugar objeto de estudio, se analizó la información recopilada y finalmente se hizo la interpretación de los resultados obtenidos.

Método analítico-sintético

Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. (Rodríguez, A. y Pérez, A. O, 2017).

La aplicación del método analítico, permite analizar la naturaleza, peculiaridades y la relación que existe entre los elementos que componen

el área de estudio a través de la observación, descripción y clasificación de la información disponible.

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo.

Técnica: entrevista personal directa a personas seleccionadas que con información de la temática a tratarse sobre tradición gastronómica.

La entrevista dirigida consiste en un cuestionario de preguntas abiertas donde existe un importante grado de direccionalidad en la formulación y el orden de las preguntas pues éstas están preestablecidas, pero no la respuesta, ni su extensión ni la posibilidad de intervención del entrevistador, por lo que permite enriquecer y profundizar en el tipo de información que se busca. (López & Fachelli, 2015).

Con relación a las fuentes de investigación primarias, se debe señalar que la información se debe considerar a las actividades turísticas, ya que, de una manera u otra, es parte imprescindible del proceso productivo turístico.

La información que se logró recopilar, se obtuvo de fuentes directas,

mediante la aplicación de encuesta a turistas y visitantes locales que asisten a satisfacer determinadas necesidades de alimentación, en cada uno de los restaurantes de la parroquia que oferten comida típica.

La modalidad que se implementó dentro de la investigación, es la observación de campo porque se basa en el estudio; el cual, permite la participación real del investigador, desde el mismo lugar donde ocurren los hechos.

3.3.1 Población y muestra

Muestreo NO PROBABILISTICO: No se conoce la probabilidad que tienen los diferentes elementos de la población de estudio de ser seleccionados.

Muestreo por conveniencia. Es la muestra que está disponible en el tiempo o periodo de investigación. Ejemplo: Todos los pacientes que asistan a una clínica en particular cierto día, semana, pueden ser requeridos para participar. (Salvado, 2016)

DESVENTAJA: la muestra puede ser poco representativa de la población que se desea estudiar.

Definición

Los muestreos pueden ser de diferentes tipos:

Muestreo aleatorio simple: es aquel en el cual se eligen al azar n individuos de la muestra; todos los individuos de la población

tienen igual probabilidad de ser elegidos.

Muestreo aleatorio estratificado: Es el caso en el que la población se divide en grupos homogéneos (que presentan características similares) llamados estratos, y posteriormente se extrae una muestra aleatoria simple de cada uno.

Muestreo aleatorio sistemático: se ordenan numéricamente todos los individuos de la población; se divide el tamaño de la población entre el tamaño de la muestra, resultando un cociente k ; finalmente, se elige al azar un elemento de la población, y a partir de él se seleccionan de k en k todos los elementos siguientes.

Muestreo por conglomerados y áreas: se divide la población en distintas secciones o conglomerados, es decir, subconjuntos de la población donde la variabilidad de características es similar a la de la población entera; se eligen al azar unas pocas de estas secciones, y se forma la muestra con todos los elementos de las secciones elegidas. (Hernández Abreu Domingo, 2013).

En la investigación se consideró como muestra al grupo de personas que prestan el servicio de venta de comida de los diferentes establecimientos que ofertan productos y a la vez también están considerados las personas de la tercera edad que con su memoria histórica dieron a conocer sobre la tradición oral de la gastronomía del sector. Se realizó el levantamiento de información a 5 personas que atienden en los establecimientos investigados, y a los adultos mayores de la parroquia, que fueron en un número de 32, personas que se relacionan con actividades gastronómicas.

En cuanto a la encuesta a los turistas, se efectuó analizando a los restaurantes que se encontraban en las cercanías como las principales competencias cercanas a Natabuela como es en Atuntaqui y Chaltura, cerca de 15 restaurantes donde se determinó el promedio de visitas los fines de semana; es decir, una población estratificada, cada fin de semana por el lapso de dos meses; así entonces, se determina la población a quienes se aplica la fórmula y se tiene como resultado un número total de encuestas aplicables. Se entrevistó a 361 visitantes, un promedio de 9 por semana. Aplicando la siguiente fórmula.

Fórmula

Muestra

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(n-1) \cdot E^2 + d^2 + z^2}$$

$$(n-1) \cdot E^2 + d^2 + z^2$$

n= muestra

N=población total

d=0.5 varianza

z= nivel de confianza.

E= margen de error

$$n = \frac{6000 \cdot 0.25 \cdot 1.96}{(n-1) \cdot 0.05 + 0.25 + 1.96}$$

n= 361

N	361		
N	Total de la población	6.000	
D2	Variabilidad de la Población	0,25	
E	Margen de Error	0,05	5%
Z	Nivel de confianza de los datos	1,96	95%

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

La gastronomía forma parte de la identidad cultural de los pueblos, y por tanto un atractivo turístico para las personas no residentes del lugar. Para conseguir que el turismo gastronómico sea un producto diferenciado y de calidad se necesita la participación conjunta de todos los agentes implicados (restauradores, hoteleros, comerciantes, etc.).

Natabuela Parroquia caracterizada por una variada y rica gastronomía, donde confluyen platos culinarios con mezcla del indigenismo y el mestizaje hace de esta parroquia un lugar de deleite del paladar para el turista.

4.1. Gastronomía de Natabuela

Análisis

No existen estudios de previsión de demanda de turismo gastronómico en la Parroquia de Natabuela, de ahí, la novedad de este estudio; para la realización del mismo se obtuvo información de campo en la recolección de entrevistas a personas de la tercera edad residentes que han tenido que ver con estos aspectos gastronómicos, se ha recogido una información en tradición oral de los últimos análisis que llegan a reflejar una procedencia de hace 80 años atrás en productos que se ha perdido y

otros que se mantienen.

Natabuela posee una variada cultura gastronómica, una comida auténtica con ingredientes propios y técnicas de cocina que vienen de tiempos memorables la fusión del indigenismo y el mestizaje han desarrollado productos gastronómicos como: la boda, plato de sopa compuesto de harina de maíz papas y trozos de carne de chanco condimentado por hiervas de la zona como cilantros, perejiles cebollas y ajos, servido en ocasiones especiales como Fiestas del Inti raymi, de las festividades de matrimonios ahí el origen de su nombre, las actividades ganaderas hacen la producción de crianza de cerdos de ahí se derivan una variada gastronomía como fritada, hornado, chicharrones, pernils, la crianza de animales domésticos y la agricultura es causa de combinación de ingredientes como el caldo de gallina, el yahuarlocro, la chuchuca, entre los platos fuertes está el cuy, los postres el dulce de higo, colada morada.

Los métodos y técnicas de preparación son diferentes a los que existen en la actualidad las técnicas de mantener los alimentos como el ahumado y salazón en especial en el cuidado de las carnes con este método se mantenían libre de bacterias que dañen los alimentos, entre las formas de cocción o de preparación estaban el fogón o Koncha era un pequeño horno hecho a base de barro en su interior se introducía la leña con un orificio pequeño para poder atizar , en la parte superior se ponían las ollas en las cuales iban a preparar los alimentos, era una costumbre

indígena en el cual se ahorraba más leña que en las cocinas de los españoles, por lo regular estaban ubicadas dentro de la casa.

La tulpa era otra manera de cocinar los alimentos, consistía en poner de tres a cuatro piedras selladas con barro alrededor del fuego para colocar las ollas encima, la manera de encender estas cocinas era a base de combustibles como la leña, estiércol de animales, pajas secas, chamizas secas.

Los utensilios que eran utilizados están las ollas hechas a base de barro, las grandes para hacer guisos o la chicha, medianas para comidas que iban hacer trasportadas, las pequeñas para guardar o calentar, los mates eran a base de cualquier calabaza que servían en forma de vajilla para poner la comida preparada o para poner bebidas.

Las tostadoras como utensilio principal aquí se preparaba el tostado, en Kallana eran tiestos o cazuelas llanas de forma ovoide con abertura oblicua, la misma que no permitía que los granos salgan al momento de reventar. El horno de leña hecho de barro y adobe estiércol melaza para la preparación de porciones grandes de carne, y preparación de pan.

La base de toda civilización andina será el maíz como fuente y derivado de algunos productos, la papa como cultivo y acompañante de todos los platos, las bebidas que nunca faltan en las celebraciones esta la chicha, el Yahuarmisqui la fusión de dos culturas el indigenismo y el

mestizaje genera una actividad gastronómica que en el presente se mantiene como baluarte para el desarrollo de la actividad turística.

Tabla 1. *Gastronomía de Natabuela*

Sopas	Platos fuertes	Postres	Bebidas
La boda	Medianos	Dulce de higo	Chichas
La chuchuca	Gallina	Colada morada	Aguados de limón
Caldo de gallina	Cuy	Empanadas rellenas	Hervidos de frutas
yahuarlocro	Hornado	Morocho	
	Fritada		

Fuente: investigación de campo

4.1.1 Entorno cultural del pueblo Natabuela, asociado con las prácticas gastronómicas

Análisis

La cultura Natabuela se caracteriza principalmente por sus tradiciones y celebraciones culturales, manifestadas en los meses de abril, julio y octubre. Se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, las parroquias que lo conforman son Andrade Marín, San Francisco de Natabuela, San José de Chaltura, zona urbana marginal de Atuntaqui; y en el cantón Ibarra, parroquia San Antonio.

En el idioma Quechua se deriva de NATA=primitivo, aborígen, propio del lugar; y BUELA= árboles, bosque, vegetación.

La población de Natabuela está compuesta por indígenas que están ubicados en las partes rurales o periféricas que es la mayoría de la población donde desarrollan actividades agrícolas, ganaderas, textiles,

artesanías, construcción y mestizos estos ubicados en las partes del centro de la ciudad en actividades de comercio.

Dentro de un aspecto social del pueblo Natabuela es que la mujer mantiene fuerte los lazos familiares con sus hijos tratando de no alejarse de ellos sin depender que tengan edades adultas.

Con el proceso socio histórico de la cultura Natabuela ha desarrollado nuevas adaptaciones desde el mismo hecho de aculturación con la llegada de los Incas, la colonización española que trato de extinguir su cultura y con la concertación del mestizaje dando como resultado nuevas realidades y cambios, en sus labores agrícolas ganaderas, su vestimenta, sus costumbres, sus fiestas, sus alimentos y su gastronomía. La religión y sus celebraciones y la tradición oral han mantenido viva su cultura hasta las presentes generaciones.

Las costumbres y tradiciones que se practican van más allá de cantos, ritos, danzas o manifestaciones folklóricas. Son expresiones artísticas las que hoy se practican como en la vestimenta, en la preparación de sus alimentos y en labores diarias la aplicación a la vida diaria produce interculturalidad.

Las ceremonias o festejos hacen permanecer unidos se mantienen fiestas como el Intiraymi con su expresión de ofrenda es el mediano, las fiestas patronales donde hoy en, la actualidad se realizan ferias gastronómicas con más un ciento de platos donde está presente el Hornado, la fritada, el cuy, la celebración de la semana santa la

integración de una fusión de granos como es la fanesca, las fiestas de navidad y fin de año con preparación de pavos, hornados, cuy, empanadas buñuelos etc.

Fechas en las cuales las personas se preparan para recibir a sus familias y amigos organizando los más ricos banquetes con formas de preparación manteniendo costumbres que se transmiten de generación en generación.

Tabla 2. *Entorno cultural y gastronomía*

Entorno cultural y gastronomía		
Fiestas y ceremonias	Fechas	Gastronomía
Semana santa	Abril - marzo	Fanesca
Parroquialización	Noviembre	Hornado fritada
Intiraymi	Junio	Mediano, gallina , cuy, granos
Navidad y fin de año	Diciembre	Cuy, hornado, pavo,

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: Carlos Ortega.

4.1.1. Productos Gastronómicos típicos de la zona

Análisis

La gastronomía típica es el sustento de las combinaciones locales con productos que se producen en cada región siendo representativos o promocionados por las personas.

Entre sus principales actividades esta la agricultura y la ganadería, productos como aguacates, guabas granadilla, ají, taxo, mora , pepino,

maíz , frejol, calabazas, habas , cebada con variedad de hortalizas como la cebolla, col remolacha, rábano que constituyen la dieta del pueblo de Natabuela.

El maíz como, base de la dieta y sus variedades chulpi canguil, maíz amarillo, maíz blanco, morocho es el componente más importante de la gastronomía del pueblo de Natabuela , de su maduración es componente de más de cincuenta productos gastronómicos como el mote la colada morada, chicha, pan , tostado, mote, humitas, arepa, la boda, chuchuca, tortillas.

Entre los platos más importantes o consumidos que respondieron las personas entrevistadas son: el Cuy como principal fuente de la dieta y de las celebraciones más importantes de los habitantes es el que predominio ha tenido en la historia ya que data su consumo desde fechas preincaicas consumo de este animal por su sabor ha sido fuente de producción en la crianza para sus habitantes por tener mucha demanda en la región.

El cuy frito acompañado de mote aguacate papas queso y vaso de chicha es un plato muy apetecido en diferentes eventos o fiestas de la parroquia de Natabuela.

El hornado plato venido de España con nombre de cochinitillo hecho en horno de leña y aliñado con chicha tomo gran importancia de la gastronomía como uno de los platos mejor promocionados en el país.

La fritada como uno de los platos más consumidos a diario por los habitantes que ha llegado a convertirse en una ruta gastronómica en esta región su preparación es a base de carne de cerdo traído desde España en la época de la colonia fusionando con elementos endémicos como la chicha, el mote, la papa produciendo un sabor inigualable.

Tabla 3. *Productos Gastronómicos típicos de la zona*

Sopas	Platos	Postres	bebidas
La boda	Cuy frito	Dulce de higos	chicha de jora
La chuchuca	Fritada	Ocas	chicha de maíz
Yahuarlocro	Hornado	Dulce mora	chicha de arroz
Caldo de gallina	Pernil	Dulce guayaba	chicha de frutas
Arroz de cebada	Pavos	Empanadas	Aguados limón
Quinua	morcillas	Colada morada	Hervidos frutas
Locro de papas			

Fuente: investigación de campo

4.1.2. Formas de preparación tradicional de la gastronomía de Natabuela

Análisis

En la actualidad son los indígenas quienes han sabido mantener las tradiciones y las formas de preparar los alimentos la utilización de varias técnicas como los ahumados y la conservación de las carnes en sal de grano puestos en tulpas o cocinas de leña.

La boda es una sopa que se acostumbraba a servir mucho en todas

las festividades que tenían los habitantes hecha con harina de maíz reventada, la carne de chancho se la corta en trozos y se la pone a cocinar durante 24 minutos, la harina se pone en agua fría y se revuelve para que no se haga grumos, esta se la agrega a la olla donde está la carne de chancho agregando hiervas que son aliños y papas después que se cocina se sirve por lo regular se usa tulpa o cocina de leña para dar un sabor ahumado exquisito.

La chuchuca sopa donde se utiliza el morocho molido puesto a cocinar en agua, la carne de chancho se corta en trozos y se cocina aparte en el momento que esta cocinado el morocho se agrega a la carne, se agrega papas picadas y leche acompañado de cebolla perejil ajo en algunos casos se cocina se sirve. Igual la preparación en tulpa o cocina de leña para que desprenda ese sabor ahumado.

Caldo de gallina animal doméstico que tiene mucha demanda constituye un plato de la dieta diaria la crianza es doméstica y orgánica la tradición, marca como forma de preparación desde la muerte del animal haciendo un corte en su cuello para proceder a desangrar al mismo instante se tiene una olla de agua hirviendo se mete al animal para poder desprenderle las plumas hacemos un corte para sacar su aparato digestivo y ponemos en otra olla a cocinar ponemos hiervas para su sazón igual la técnica de cocinar en tulpas procede a dar ese sabor de ahumado.

Cuy frito muy en particular y receta propia de la región a igual manera uno de los platos que tiene mucha demanda. El procedimiento de preparación es de la muerte del animal aplastando su cabeza se desangra y se pone en agua hirviendo para quitar su pelaje se tiene que sazonar con sal, a veces comino, se pone paila con aceite caliente y se pone al cuy ahí a fuego lento y se tapa para que se cocine luego de diez minutos se alza el fuego para que se dore se lo puede hacer en tulpa.

Hornado un plato apetecido a nivel nacional por su sabor la forma de preparación es con el cerdo completo se lo aliña con ajo, ají sal cilantro, comino, chicha, se pone esto licuado y se agrega a la lata donde está el cerdo, y se mete en un horno de leña durante 12 horas muy consumido en fiestas.

La fritada es, muy popular en esta región de la provincia de Imbabura la carne de cerdo se aliña con ajo, cebolla, comino, jugo de naranja, pimienta, se pone a cocinar en una paila de agua con todos los aliños hasta que se reduzca el agua, se pone a dorar en su propia grasa la utilización de tulpa produce un sabor diferente.

El turismo gastronómico es una tendencia en auge y de valor agregado que viene a enriquecer el turismo cultural de alto nivel adquisitivo. Se ha manifestado como un pilar para el crecimiento económico de los países, representando un porcentaje cada vez más elevado del gasto turístico total.

El turismo gastronómico revaloriza las tradiciones culinarias y al utilizar productos de origen local. El turismo gastronómico en definitiva se convierte en el potencial que muchas ciudades y provincias necesitan para la mejora de la situación económica actual.

La gastronomía está formada en sus bases por productos o materias primas. No tiene sentido hablar de la gastronomía de una ciudad sino es con ingredientes o productos del entorno.

El turismo gastronómico una de los principales alicientes es poder conocer, degustar y poder adquirir los diferentes productos, platos, materias primas de la tierra objeto del turismo. Esta investigación tiene por objeto estudiar la comercialización en restaurantes de la localidad la presencia de productos autóctonos de las distintas localidades de la Parroquia.

Tabla 4. *Formas de preparación tradicional*

Producto	Preparación.
La boda	Cocina de leña
La chuchuca	Cocina leña
Caldo de gallina	Cocina leña
Cuy	Frito cocina de leña
Hornado	Horno de leña
Fritada	Tulpa o cocina leña

Fuente: investigación de campo

En las entrevistas realizadas para el levantamiento de la información acerca de la gastronomía típica de la parroquia de Natabuela, se procedió la investigación con personas que tengan conocimiento o alguna experiencia con los métodos de preparación, nuestra principal fuente fue el GAD Parroquial donde llevan un listado de personas que responden a las características señaladas para levantar dicha información, personas que tiene negocios y que asisten a las ferias gastronómicas organizadas en la parroquia en sus celebridades, un numero de 32 personas comprendidas de 65 a 80 años, determinamos una zonificación y dividimos a la Parroquia en dos sectores, tomando como línea divisoria la autopista panamericana, el sector de los Ovalos habitada por la mayor parte de la población indígena y el sector de San francisco que tiene mayor población mestiza. En lo que respecta al primer guion de entrevista acerca de la gastronomía tradicional, formas y preparación de Natabuela.

El 2do Guion es la entrevista realizada a propietarios de lugares de restauración de la Parroquia de Natabuela hemos identificado 5 restaurantes que reúnen condiciones para el desarrollo turístico local establecimientos que tiene años de experiencia, el servicio que brindan reúnen el condicionamiento para la atención de turistas, certificados por el MINTUR.

En las preguntas que siguen a continuación expresamos las respuestas mediante tablas de representación donde indican contestación al guion de preguntas cerradas que realizamos a los

propietarios.

- **Pregunta No 1**

Responde a los años que funciona la empresa realizamos una lista de restaurantes y determinaremos las respuestas

Tabla 5. *Pregunta No 1*

Empresa	Funcionamiento
Parrillada de la Che	13 años
Hostería Natabuela	29 años
Hostería Pueblo Viejo	17 años
Rancho Victorias	1 año
Los tres guabos	6 años

Fuente: Investigación de campo

- **Pregunta No 2**

Involucración en el negocio de gastronomía

Tabla 6. *Pregunta No 2*

Empresa	Involucramiento experiencia
Parrillada del Che	13años
Hostería Natabuela	29 años
Hostería Pueblo Viejo	17 años
Rancho Victorias	7 años
Los tres guabos	13 años

Fuente: Investigación de campo

- **Pregunta. No 3**

Preferencia de perfil de cliente que visita los lugares de expendio

Tabla 7. *Pregunta No 3*

Empresa	cliente
Parrillada de la Che	Nacional
Hostería Natabuela	Nacional
Hostería Pueblo Viejo	Extranjero
Rancho Victorias	Nacional
Los tres guabos	Nacional

Fuente: Investigación de campo

- **Pregunta. No 4.5.6**

Se realizó una matriz que contenga resultados de tres variables. Plato fuerte, bebida, que más prefieren los clientes.

Tabla 8. *Pregunta No 4.5.6*

Empresa	Plato	Bebidas
Parrillada del Che	Parrillada ,cuy	Jugos naturales
Hostería Natabuela	Locro de papas , carnes coloradas	Jugos naturales
Hostería Pueblo Viejo	Trucha, carnes coloradas, fritada trucha, cremas, sopa de quinua.	Jugos naturales
Rancho Victorias	Fritada	Jugos naturales
Los tres Guabos	Fritada	Jugos naturales

Fuente: Investigación de campo

- **Pregunta No 7**

Los problemas que más frecuentes que han enfrentado es la demanda de visitantes en feriados.

8.- ¿Cuál es su oferta gastronómica?

Tabla 9. *Oferta gastronómica*

Empresa	Oferta gastronómica
Parrillada del Che	Parrilladas y cuy
Hostería Natabuela	Comida típica e internacional
Hostería Pueblo Viejo	Comida típica e internacional
Rancho Victorias	Comida típica y parrilladas
Los tres guabos	Comida típica

Fuente: Investigación de campo

9.- ¿Cuáles son los platos típicos q más vende?

Tabla 10. *Platos típicos q más vende*

Empresa	Plato típico
Parrillada del Che	Parrilladas y cuy
Hostería Natabuela	Comida típica
Hostería Pueblo Viejo	Comida típica
Rancho Victorias	Fritada, caldo de gallina y parrilladas
Los tres guabos	Cuy , gallina

Fuente: Investigación de campo

10.- ¿Por qué escogió la comida típica para ofertar en su restaurante?

Tabla 11. *Comida típica para ofertar en su restaurante*

Empresa	Oferta comida típica
Parrillada del Che	Mayor demanda
Hostería Natabuela	Menús a selección del visitante
Hostería Pueblo Viejo	Menús a selección del visitante
Rancho Victorias	Menor inversión mayor rentabilidad
Los tres guabos	Mayor demanda de la población

Fuente: Investigación de campo

11.- ¿Cuál es el plato típico de la zona que oferta su restaurante?

Tabla 12. *Plato típico de la zona que oferta su restaurante*

Empresa	Plato típico
Parrillada del Che	Parrilladas cuy
Hostería Natabuela	Locros de papas
Hostería Pueblo Viejo	Sopa de quinua y trucha
Rancho Victorias	Yahuarlocro. fritada
Los tres guabos	Cuy

Fuente: Investigación de campo

12.- ¿Cuál es un promedio de costo de un plato típico que oferte en su negocio?

Tabla 13. *Promedio de costo de un plato típico que oferta*

Empresa	Precio promedio de plato
Parrillada del Che	17.00usd a 25.00usd
Hostería Natabuela	15.00usd a 25.00usd
Hostería Pueblo Viejo	8.00usd a 25.00usd
Rancho Victorias	4.50usd a 12.00 usd
Los tres guabos	7.00usd a 18.00usd

Fuente: Investigación de campo

13.- ¿Cuál es el costo de una bebida típica que oferte su negocio?

Tabla 14. *Costo de una bebida típica*

Empresa	Precio de bebidas.
Parrillada del Che	2.50 a 5.00 usd
Hostería Natabuela	5.00 a 8.00usd
Hostería Pueblo Viejo	3.00 a 6.00usd
Rancho Victorias	1.00 a 2.50usd
Los tres guabos	1.50 a 3.00usd

Fuente: Investigación de campo

14.- ¿Cuál es el costo de un postre típico que oferte su negocio?

Tabla 15. Costo de un postre típico

Empresa	Precio de postre
Parrillada del Che	3.00 a 5.00
Hostería Natabuela	6.00 a 8.00
Hostería Pueblo Viejo	3.00 a 6.00
Rancho Victorias	2.00 a 4.00
Los tres guabos	3.00 a 5.00

Fuente: Investigación de campo

15.- ¿Cuáles son las formas de preparación que Ud. utiliza en su negocio?

Tabla 16. Formas de preparación

Empresa	Formas de preparación.
Parrillada del Che	Cocina a gas y carbón
Hostería Natabuela	Cocina a gas
Hostería Pueblo Viejo	Cocina a gas
Rancho Victorias	Cocina a gas y leña
Los tres guabos	Cocina a gas y carbón

Fuente: Investigación de campo

Los resultados que respondieron los ofertantes ante las preguntas los restaurantes han establecido sus negocios a más de veinte y cinco años donde el desarrollo y la rentabilidad ha sido creciente, el nivel de la oferta de sus productos ha sido variado entre la gastronomía nacional típica y la internacional, la procedencia de sus visitantes hay un mayor porcentaje de turistas nacionales, luego locales y extranjeros, los promedios de los precios de sus ofertas son accesibles a diferencia del servicio y de los años de experiencia. Con la propuesta del proyecto de diversificación de la oferta

gastronómica en Natabuela los propietarios de los establecimientos aceptaron de una manera positiva la ejecución del proyecto.

4.2. Preferencias del consumo de platos tradicionales en Natabuela

4.2.1. Generalidades del público encuestado

El trabajo de investigación se desarrolló en la parroquia de Natabuela cantón Antonio Ante, para la realización de la encuesta se tomó en cuenta a empresas constituidas en el marco legal de la ley de turismo seleccionando a cinco restaurantes de mayor acogida.

Analizando sus clientes externos y posibles competencias de las localidades e Chaltura y Atuntaqui, seleccionando a 15 centros de alimentación y expendio de comida durante dos meses todos los fines de semana se ha llegado al número de 6000 personas y aplicada la formula se aplica las 361 encuestas. Hombres mujeres de edades entre los 30 años hasta los 65 años que es un rango de la población económicamente activa.

4.2.2. Preferencias del mercado consumidor

Pregunta No 1.

1.- ¿En sus viajes de turismo por el Ecuador consume comida típica?



Figura 1. Viaje a Ecuador

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

La mayoría de personas encuestadas cuando realizan sus viajes de turismo por el Ecuador tienen una preferencia por consumir comida típica.

Los datos reflejan el resultado de preferencia que el mayor número de personas encuestadas en los diferentes restaurantes de Natabuela tienen un alto grado de preferencia por la comida típica y restante deciden por otras opciones o por otras comidas cuando realizan viajes de turismo por el Ecuador en otras regiones del País las razones de preferencia son algunas el sabor, la preparación los ingredientes y el costo accesible para toda persona que tiene esta inclinación por la gastronomía típica del Ecuador.

En los viajes de turismo por Ecuador que realiza, ¿Qué preferencia de comida tiene?



Figura2. Preferencias de comida

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

Las personas encuestadas en los diversos lugares de restauración de la parroquia responden a una preferencia en elegir la comida típica como la proponente en los viajes que realizan con motivación turística.

Los datos mostrados indican que la mayoría de las personas que eligen realizar viajes de turismo por el Ecuador prefieren la comida típica ecuatoriana los niveles culturales demuestran al lugar donde pertenecen, la frecuencia de viajes obedece a que en los últimos 10 años exista un desarrollo favorable en la gestión turística gubernamental y también

motivación en la empresa privada de promocionar los lugares y atractivos una obligación es la satisfacción de servicios recibidos uno de los más importantes es la alimentación, la gastronomía del Ecuador es un atractivo.

La variedad de platos es muy amplia en la oferta de cada región sabores únicos presentaciones, ingredientes que se articulan al lugar a la región se diferencia de que en Ecuador existan 4 regiones diferentes origina la diversidad de flora, fauna y así la cultura gastronómica se fusiona para dar sabores distintos.



Figura 3. Compañía de visita

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

El notable crecimiento de los lazos familiares hace crear eventos especiales donde se fortalece la unión familiar las fiestas, los aniversarios, los actos religiosos, las festividades de cada hogar son transmitidas a requerir de servicios de alimentación, las familias locales acuden a estos restaurantes buscando el servicio de su oferta gastronómica y servicios adicionales de diversión, las personas turistas que realizan sus viajes lo hacen siempre con sus familias componentes del hogar.

Lo importante de los viajes que realizan es mantener los rasgos familiares unidos las fechas especiales hacen que se mantengan las costumbres y en si también los banquetes gastronómicos contemplando como resultado de este estudio deriven al consumo de la comida típica que la mayoría de familias del Ecuador tiene esa preferencia.

Para Echeverría O, (.2018; La ley que propone impulso para los feriados es favorable para la reactivación económica de los destinos turísticos que tendrían una planificación anticipada para poder atender a los distintos turistas internos que se desplazan por el país motivados a diferentes maneras de ocio, diversión, viajes familiares o visitas.

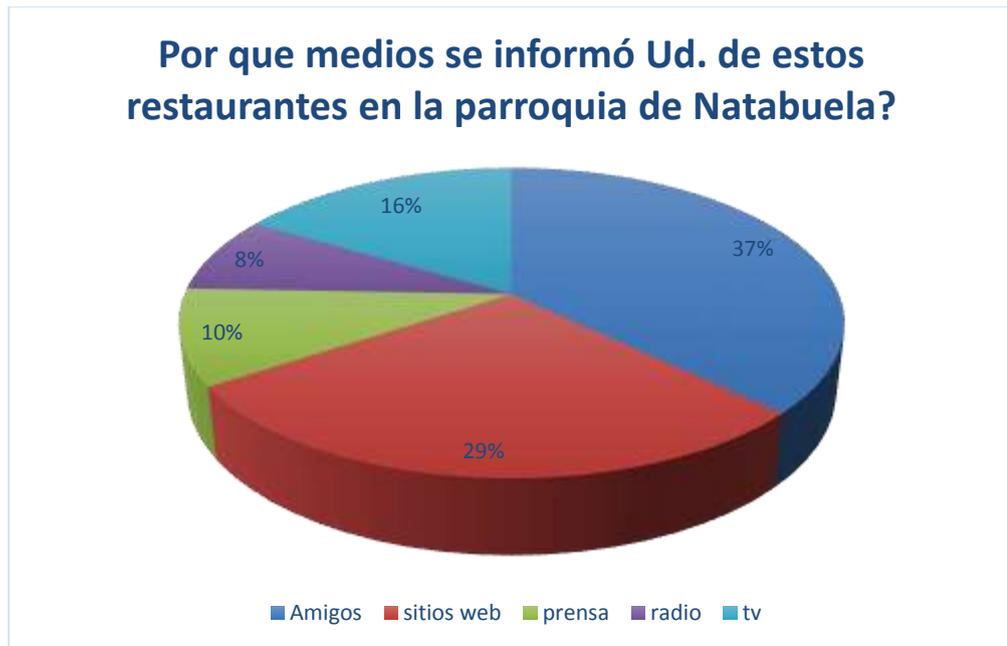


Figura 4. Medios de información

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: El autor

Análisis

De las personas encuestadas que responden a la mayoría de consumidores locales, los cuales la principal fuente de información acerca de la oferta de los productos gastronómicos ha sido a través de la boca a boca, informados por la secuencia de lazos familiares, lazos de amistad que recomiendan visitar los centros de atención, el comentario positivo de las personas hace que la visita se multiplique.

Las campañas publicitarias que realizan los gerentes o propietarios fortalecen la preferencia de visita lo que implica un juego entre precio , producto, imagen, facilidades que presentan los locales para que se construya una percepción en las personas que visitan , últimamente los

medios de comunicación han quedado en el retraso , las nuevas tecnologías informáticas crean productos publicitarios más acertados y menos costosos como se lo hace a través de las redes sociales , la televisión, la radio y la prensa quedaron a segundo plano, para los inversionistas el alto costo y la menor cobertura han sido determinantes para esta elección de campañas publicitarias.



Figura5. Características de un restaurante

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis

Los restaurantes que se seleccionaron para el estudio, son locales que cumplen con la vigente legalidad del Ministerio de Turismo, en los últimos 10 años el desarrollo turístico del país ha desarrollado grandes avances en el cambio de cultura de atención.

Los centros de atención al turista como hoteles y restaurante han tenido que estructurar sus áreas para su mejor atención, el Área de cocina que es lo vital para un restaurante recibe atención mayor en capacitaciones de manipulación de alimentos, la persona que visita en la actualidad ha cambiado su forma de proceder y se ha vuelto más exigente en el servicio ya que hoy tenemos un turista más educado.

Las nuevas generaciones de investigadores gastronómicos, el crecimiento de una competencia es causa de que exista varios niveles de satisfacción como lo podemos observar en esta pregunta que la mayor parte de personas exigen el sabor de las comida como principal hecho para visitar un restaurante, y los demás niveles están atados proporcionalmente como lo explica en este grafico todos se vuelve un conjunto de grados de satisfacción.

Schluter y ThielEllul (2008) manifiestan que:

El turismo gastronómico ha generado mayor interés en los investigadores de diferentes países desde la organización del congreso mundial de turismo gastronómico realizado por la OMT en el 2000, debido a la gran demanda que genero el turismo gastronómico a nivel mundial es necesario conocer cuáles son las variables más valoradas en la satisfacción de los servicios para potenciar como atractivo turístico de destino y para que los prestadores de servicios de restauración puedan idear estrategias que reaccionen a la demanda.

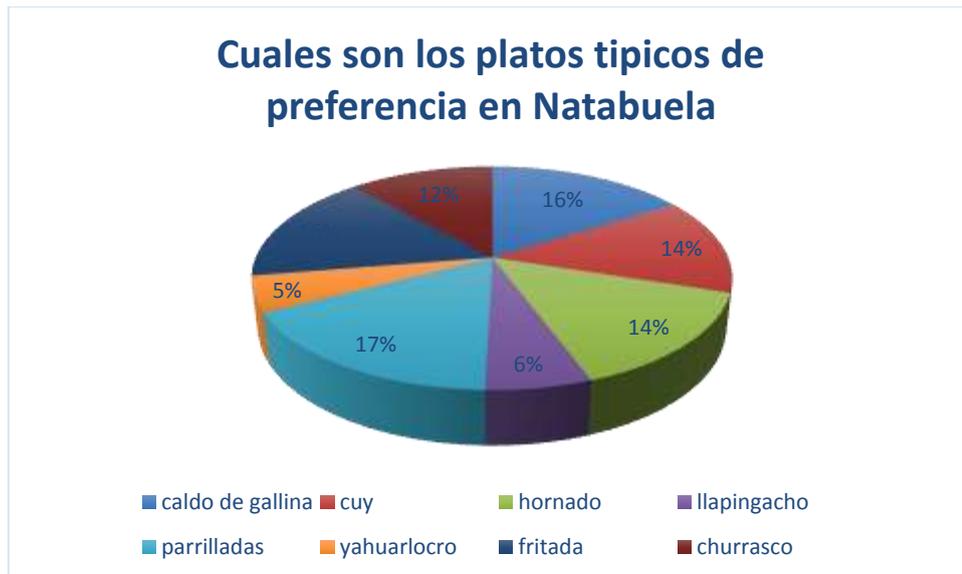


Figura 6. Platos típicos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

La selección de restaurantes que se determinó en la parroquia de Natabuela se la hizo analizando la oferta, el servicio que brindan y que estén en la normativa legal, certificación por parte del Ministerio de Turismo, la mayoría de restaurantes ejercen su actividad comercial a partir de los fines de semana ya que existe mayor demanda que entre semana, la aplicación de esta encuesta se realizó a doscientas cincuenta personas que acuden a los centros de atención gastronómica durante los fines de semana.

Los datos recogidos a través de las encuestas se las hizo en restaurantes con ofertas de especialidad como vamos a explicar el Restaurante La parrillada del Che tiene especialidad a la parrilla, en la

hostería Natabuela su menú es variado que de lo internacional a lo típico y solo atiende la mayoría de compromisos por reserva, la Hostería Pueblo Viejo su atención solo se hace solo bajo reservaciones y no se abre al público en general sus menús son bajo pedido y hace una fusión entre lo internacional y lo típico ecuatoriano, el restaurante los Tres guabos se especializa en comida típica en fritadas, cuyes, sopas típicas, y el Restaurante Rancho Victorias es un establecimiento nuevo que investigo la demanda que existía en ese sector y priorizo sus menús en parrilladas y comida típica, es por decir que los datos se pueden contrariar a la demanda que existe en los puestos informales que se extienden en todo la vía Panamericana que ofertan fritada y caldo de gallina locales que son también visitados por personas que no requieren diferentes formas de atención e higiene.

El chef Juan Carlos Ordoñez (2017) Manifiesta que:

La cultura marcada desde los inicios de cada persona, por decir desde siglos permite mantener una preferencia por los sabores de platos ecuatorianos, mucho más de las celebraciones, las familias ecuatorianas deciden comer una vez por semana consumir comida típica, y a veces se ven en la necesidad de visitar restaurantes que oferten una variada carta de menús de comida típica.



Figura 7. Disposición de pago

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis

En lo que representa el gráfico los datos recogidos en la investigación señala que los doscientos cincuenta personas que asisten a consumir la oferta de los restaurantes de la parroquia de Natabuela, tiene una preferencia de pago de platos que van desde, el prefiere pagar un precio por plato que vaya desde los 2.50 hasta los 5.00 dólares, tiene una preferencia de 5.50 hasta 7.50 dólares, y de 6.00 a 12.00.

La decisión de los ecuatorianos por elegir un plato de comida va desde la promoción y estrategia que llegue por parte de los propietarios de los restaurantes donde publiquen sus mejores ofertas para poder cautivar a ese futuro cliente es donde se pone en práctica el marketing mix el

precio, la plaza, la promoción y el producto, pero a veces es también la decisión de sentimientos encontrados en la familia o con amigos, son ratos decisivos de elección y de preferencia de restaurantes.

Dentro de las familias ecuatorianas que visitan o frecuentan estos sitios de comida analizan los precios y su estabilidad económica es por lógica que las personas que tiene más ingreso van a tener mayor capacidad de pago que los que tiene menos.

Schiffman y Kanuk (2010) manifiestan que:

Las reducciones en la deserción de clientes generan más ganancia debido a que los clientes leales de la empresa o restaurantes consumen en mayor proporción y son menos sensibles a los precios resultan menos costosos atenderlos y son posibles captadores de más clientes.

4.3. Alternativas de rescate de las preparaciones tradicionales de Natabuela

4.3.1. Recetas tradicionales de Natabuela

Sopa de chuchuca. Es uno de los platos que están desapareciendo de la tradición gastronómica de Natabuela, que en los restaurantes no se prepara, según la investigación es un plato cargado de proteínas y buen sabor, en algunos hogares todavía se prepara.

Hecho a base de su ingrediente principal que es el morocho molido puesto a cocinar en tulpa antes se lo hacía en ollas de barro pero con el pasar del tiempo en ollas de hierro y últimamente en ollas de aluminio, la carne de chanco habitual en esta región cortada en trozos y puesta a cocinar, los demás ingredientes como la sal la cebolla, el perejil. La leche y las papas cortadas en trozos se colocan a la olla de la carne agregando la cocción de chuchuca y revolviendo hasta quedar una composición casi espesa par luego servir en la mesa.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Sopa de Chuchuca

Apellidos:	Categoría: sopa de chuchuca	Raciones: 1
Nombre:		
Partida: sopa	Aplicaciones:	
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
200grs	Morocho molido o chuchuca	20grs	Hiervas perejil, cebolla
100 grs	Carne de chancho		
50grs	papa		
½ litro	leche		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Cocinar la carene de chancho durante 20 minutos.
2	Cocinar la chuchuca hasta generar espesura
3	Poner la carne a la mescla chuchuca leche y agua, poner la hiervas
4	Cocinar hasta realizar una sopa espesa durante 10 minutos
5	Rectificar sabores y sal

OBSERVACIONES Y VARIACIONES



La boda. Sopa que ya no se prepara en la tradición de la parroquia se acostumbraba a servir este plato en festividades consiste en la harina de maíz reventada o tostada puesta en agua fría para disolver y luego llevada al fuego lento, la carne de chanco se la corta en trocitos y se cocina en agua, se pone el resto de ingredientes en la mezcla de harina las papas cortadas en trozos y las hierbas picadas como el perejil la cebolla, y la albaca se espera se deja hervir se rectifica sal y se sirve, es un plato que en la mayoría de entrevistas que se realizaron coincidieron en la preparación y consumo .

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Sopa la Boda

Apellidos:	Categoría: sopa	Raciones: 2 pax
Nombre:		
Partida:	Aplicaciones:	
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1 lib	Carne de chanco	20grs	papa
½ lib	Harina reventada de maíz		
1	Taza de agua		
1	Taza de leche		
10grs	Hiervas picadas		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Cocinar la carne chanco por 24 minutos
2	Revolver la harina en agua fría y revolver para evitar grumos
3	Agregar la harina a la carne y revolver
4	Agregar papas picadas
5	Poner hiervas picadas
6	Esperar a 10 minutos para servir

OBSERVACIONES Y VARIACIONES



Caldo de gallina. Consistencia sabor el plato más consumido en todo el país la gran diferencia es de la gallina a diferencia de otras aves que son de criadero y alimentadas con balanceados y químicos, este plato está hecho con gallina de campo de criaderos con alimentación orgánica y natural el sabor inconfundible que desprende es si igual se pone la gallina a hervir en abundante agua hasta que este blanda se va poniendo uno a uno los ingredientes las papas , las alverjas, zanahoria, cebolla , perejil y esperar hasta que este cocinado todo y se sirve, según la demanda existente en Natabuela este plato es consumido por su alto nivel de nutrientes y su preparación no necesita de elementos químicos ni saborizantes.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Caldo de gallina criolla

Apellidos:	Categoría:	Raciones: 3
Nombre:		
Partida:	Aplicaciones:	
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1/2	Gallina criolla		
1 litr	Agua		
20grs	hiervas		
10grs	alverjas		
30grs	papas		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Cocinar la gallina
2	Agregar las papas
3	Poner las alverjas
4	Esperar y rectificar sal y sabor
5	Servir



Gallina frita. Otra de las predilecciones esta la gallina frita algunas personas prefieren que la gallina se fría en aceite acompañando de papas, arroz amarillo, y ensalada, se pone una salsa de maní para

levantar el sabor del plato la gallina criolla es muy consumida y variada como en esta presentación que pocos restaurantes o puestos informales la ofertan.

FICHA TÉCNICA COCINA

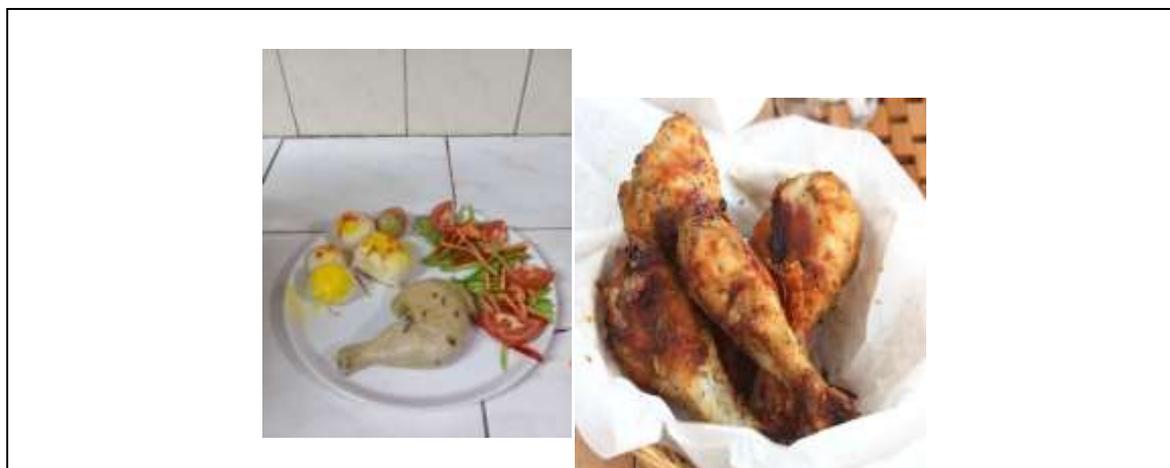
RECETA: Gallina con papas y ensalada

Apellidos:	Categoría: Plato fuerte	Raciones: 2
Nombre:		
Partida:	Aplicaciones:	
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1/4	Gallina		
1lib	Papas		
30grs	Tomate, pimiento, lechuga, zanahoria		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Cocinar gallina
2	Cocinar las papas
3	Picar las verduras
4	Freír la gallina hasta dorar



Cuy frito. Es uno de los platos más representativos de la zona y conocido en el sector de Chaltura cientos de personas acuden a consumir, su preparación es muy simple. El cuy animal que por su proceso histórico ha estado presente desde las culturas pre incaico.

Su método de preparación es muy simple, sea adoba el cuy con sal comino y un poco de ajo luego en una paila grande en bastante aceite a fuego lento se pone a freír lentamente durante un tiempo considerado par que se cocine sus carnes y cuando ya esta se alza el fuego para que se dore, se sirve con papas, con mote, tostado, aguacate la guarnición es a veces el gusto, un plato que ha permanecido de generación en generación.

El cuy asado. Otra de las preparaciones que no puede faltar es el cuy asado una receta que no ha sido explotada en esta región la costumbre es de la provincia del Carchi con más preferencia de consumo el cuy se adoba con comino sal y ajo existe utensilios para asar introduciendo palos de madera en su interior para albardar sus patas y proceder a ponerlo en las brasas esperar hasta que deje de caer agua que este el cuero del cuy casi tostado y reventado se procede a servir caliente acompañado con papas y la salsa hecha con sus viseras , leche ,maní y ají para resaltar el sabor.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Cuy asado

Apellidos:	Categoría: Plato fuerte	Raciones: 1
Nombre:		
Partida:	Aplicaciones:	
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1	cuy		
40grs	Papas		
50grs	Verduras		
10grs	comino		
1 taza	aceite		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Asar cuy en carbón
2	Cocinar papa
3	Cortar las verduras
4	Montar platos



Fritada. La provincia de Imbabura se lleva la autoría, por el mayor y elevado consumo, ha sido promocionado como plato originario de esta zona estableciéndose como ruta gastronómica de la fritada en lo que respecta a la situación geográfica de la parroquia de Natabuela.

La carne de chanco se la corta en trozos se la deja marinar en jugo de naranja en ajo cebolla comino y pimienta para luego en una paila llena de agua se pone a cocinar hasta reducir el agua , en la misma grasa del cerdo se pone a freír hasta dar un punto de doración se realiza en tulpas a leña para que desprenda ese sabor ahumado, se sirve con tortillas de papa, maduro frito mote tostado queso, ensalada, la fritada está presente en la dieta de los Imbabureños y por lo general de los turistas que visitan esta región.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Fritada

Apellidos:	Categoría: Plato fuerte	Raciones: 2
Nombre:		
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1 lib	Carne chancho	1	pimiento
1 litr	aceite		
1 lib	papas		
1	Cebolla larga		
1	comino		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Cocinamos la fritada en agua
2	Ponemos a sofreír con el aceite
3	Agregamos la cebolla el pimiento, comino revolviendo
4	Rectificamos sal
5	Servimos con cualquier guarnición



El mediano. Es un plato ceremonial que se ofrece como ofrenda en el Intiraymi los priostes tienen que devolver el doble los próximos años. Para la nueva oferta gastronómica se hace una combinación de platos el cual ya sea frito o sea asado con la gallina frita y una porción de fritada

que lleve las tres carnes con guarnición de mote, papas, tostado, ensalada, un plato que puede ser ofertado y que la gente lo hace solo en fiestas de Intiraymi podría ser un nuevo producto para los restaurantes.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Mediano gallina, chancho, cuy

Apellidos:	Categoría: Plato fuerte	Raciones: 1
Nombre:		
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1 1/4	gallina		
1/2	cuy		
1/2lib	Fritada		
1/2lib	Papas		
40grs	verduras		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Cocinar gallina y luego pasar por la parrilla
2	Asar el cuy
3	Cocinar la carne de chancho y pasar a freír
4	Cocinar las papas
5	Cortar las verduras para guarnición

OBSERVACIONES Y VARIACIONES

1	El mediano es una ofrenda que se realiza en fiestas del inti raymi
2	Se lo ejemplificado así para generar una nueva oferta gastronómica.



La Chicha de frutas. Esta bebida generalmente ha estado dentro del menú de los ecuatorianos, de origen indígena ancestral utilizada en todas las ceremonias, para este caso de la chicha de frutas comenzamos con

cortar la frutas la piña la maracuyá el chilacuan dejarlas en agua, las hiervas dulces la hierba luisa, cedrón, la manzanilla hacer hervir en suficiente agua y dejarla enfriar, luego se mezcla los dos contenidos cerniendo el de las frutas agregar azúcar o panela, y servir helada.

La diferencia de esta chicha que las otras son hechas a base de maíz para esta preparación no lleva más tiempo porque hay que esperar que se germine el maíz. Como la chicha de jora o la que se realiza en las fiestas del Yamor. En especial la chicha es una bebida que tiene demanda y podría ser ofertada en los restaurantes de Natabuela.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Chicha de frutas

Apellidos:	Categoría: bebida	Raciones: 1
Nombre:		
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1	piña		
1	maracuyá		
30grs	Hiervas dulces		
3 grs	azúcar		
2	chilacuanes		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Picar las frutas y dejar en agua
2	Hervir las hierbas y dejar que se enfríen.
3	Mesclar los dos contenidos cerniendo
4	Agregar azúcar o panela



Hervido de fruta. Dentro de las celebraciones y festividades a nivel nacional, provincial y de la parroquia de Natabuela existe las bebidas alcohólicas que llevan una preparación sin igual el hervido de frutas es

una combinación entre la frutas que puede ser maracuyá, naranjilla, mora, limón, el procedimiento para realizarlo es el siguiente se pica las frutas y se cocina con la hiervas dulces como hierva luisa, cedrón, manzanilla, se agrega azúcar al gusto y por último se pone una cantidad de aguardiente en este caso algunas poblaciones utiliza el puro o las puntas que es el extracto de la caña .para las festividades es una tradición en las regiones rurales del país.

FICHA TÉCNICA COCINA

RECETA: Hervido de frutas

Apellidos:	Categoría: bebida	Raciones: 1
Nombre:		
Partida:	Aplicaciones:	
Fecha:		

Cantidad	Ingredientes	Cantidad	Ingredientes
1	piña	1 lib	naranja
1	maracuyá	½ litro	Aguardiente de caña
30grs	Hiervas dulces		
3 grs	azúcar		
2	chilacuanes		

MÉTODO DE ELABORACIÓN

1	Picar las frutas y dejar en agua
2	Hervir las hierbas y dejar que se enfríen.
3	Mesclar los dos contenidos cerniendo
4	Agregar azúcar
5	Servir caliente y agregar al último el aguardiente.



4.3.2. Estrategias de integración de las recetas tradicionales de Natabuela en los establecimientos de alimentación

En la parroquia de Natabuela existen atractivos gastronómicos culturales que se pueden transformar en productos turísticos, en la actualidad la oferta de servicios ha hecho crecer la competencia según la promoción que le quieran dar al lugar y al producto.

Lista de alternativas a implementar

- Elaboración de ruta gastronómica de comida típica en Natabuela implicando a los principales restaurantes.
- Creación del premio “Leña, sabor y tradición” que se incentivara a los restaurantes y pequeños emprendimientos.
- Las mejores sopas según los productos investigados la boda, Chuchuca y el caldo de gallina.
- Los mejores platos fuertes el cuy frito, cuy asado, la fritada, la gallina, el mediano, el hornado.
- Los mejores postres colada morada, dulce de higos, dulces de frutas tradicionales.
- Las mejores bebidas tradicionales, la chicha como bebida tradicional.
- La exposición y presentación del proyecto en cada uno de los restaurantes para que se comprometan en la oferta de los productos.

Lista de estrategias

Realizar distintas actividades para introducir la oferta gastronómica en Restaurantes y pequeños emprendimientos mediante estrategias promocionales y campañas publicitarias en coordinación con instituciones corresponsables.

- El lanzamiento de nuevos productos a la oferta gastronómica se realizará con la organización de ferias gastronómicas y promoción en restaurantes.
- Los resultados de la investigación serán socializados a los restaurantes para su introducción a su oferta, mediante capacitaciones y exposiciones del proyecto a presentar.
- Es factible que el producto sea visible, colocación de vallas publicitarias identificando plaza, producto, precio, promoción de la oferta en restaurantes y en ferias gastronómicas colocadas en la vía con mensajes de aproximación a la parroquia de Natabuela.
- La utilización de medios de comunicación masivos como radio, periódicos, tv y publicidad exterior para que lleguen a mayor número de personas y tengan conocimiento de la oferta gastronómica de Natabuela.

Tabla 17 *Lista de actores con quienes trabajar*

Lista de actores			
No.	Institución	Tipo de actor	Grupo social
1	GAD Municipal	Institucional	Gubernamental
2	GAD Parroquial	Institucional	Gubernamental
3	MINTUR	Institucional	Gubernamental
4	Restaurantes	Privados	Comercial
5	Hosterías	Privados	Comercial

Fuente: investigación documental

Promoción y marketing de los nuevos productos a ofertarse en los establecimientos

- Para promocionar la nueva oferta gastronómica en la parroquia de Natabuela es necesario tomar la importancia de promoción a través de ferias gastronómicas pretendiendo realizarlas los fines de semana.
- La planificación a la realización de estos eventos es con el carácter de promoción, venta de esta nueva oferta con el objetivo de que se institucionalice y los emprendimientos gastronómicos se apoderen de estos productos.
- Función de involucramiento del GAD Municipal Antonio Ante y el GAD Parroquial en la promoción, publicidad, logística de las ferias gastronómicas y comprometimiento con restaurantes y hosterías de Natabuela para la inserción de los productos gastronómicos.

Nombre de la Feria Gastronómica “Leña, Tradición y sabor”

En estos eventos se pone en práctica directa como lo es el producto, la plaza, el precio y la promoción directa al contacto con el cliente.

Las estrategias con los medios de difusión masiva que lleguen a más y segmentos de mercados.

Estrategias de marketing en medios de comunicación social (Facebook, twitter, linkedin y otras redes).en la actualidad es el recurso más importante para poder promocionar un producto o servicio en el mundo, la conexión a través de la información crea efectos dominantes en ventas tener fácil acceso a redes de clientes potenciales es menos costoso la cobertura ante los otros medios de comunicación ambiguos.

Tabla18Cuadro de estrategias

Medios	Estrategia	Actividades
Estrategias de marketing en medios de comunicación social	Facebook, twitter, linkedin y otras redes.	Se construye redes con clientes potenciales y consumidores directos de los productos.
Marketing de contenidos	Crear artículos, videos infografías, información	Se brinda información del producto a promocionarse.
TELEVISION	Spots verdaderos	Canales mayor rating imágenes y mensajes precisos que cautiven la atención cliente sin contenidos que alteren la verdad.
Radio	Programas Radiales	Realizar spots con mensajes precisos a

		determinadas horarios que las personas escuchen
Medios Impresos	Folletos, trípticos, tarjetas, etc.	Deben de contener información necesaria como ubicación fechas del evento contactos.

Fuente: investigación documental

Quienes lideran este proceso

- Los pobladores de Natabuela
- Los dueños de los restaurantes
- El coordinador del proyecto

Para realizar la integración de los platos seleccionados por la investigación primero se socializara el proyecto con los resultados obtenidos a todos los moradores de Natabuela entre los canales de distribución de la información, se encuentran como transmisores el GAD Parroquial de Natabuela , GAD Municipal de Antonio Ante, las diversa ferias o festivales gastronómicos que se realizan en las ceremonias o festejos de la parroquia y la presentación de la propuesta de la oferta gastronómica a los restaurantes del lugar.

CAPITULO V

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se valoró la situación turística de la Parroquia de Natabuela, describiendo la oferta, evidenciándose que la parroquia tiene un potencial de recursos y atractivos gastronómicos, cuenta con diversos servicios turísticos como alojamiento, alimentación. Posee una buena infraestructura que sirve de acceso al uso de la oferta.
- Los atractivos gastronómicos ocupan la jerarquía más alta, para distribuir apropiadamente y vender productos gastronómicos en los respectivos restaurantes.
- Para realizar el análisis de la oferta gastronómica de la Parroquia de Natabuela, los datos investigados descifran componentes necesarios para la activación de un producto gastronómico para la parroquia el desarrollo sustentable de la actividad turística siendo la mejor carta de presentación la gastronomía autóctona de Natabuela.
- Uno de los aspectos más importantes fue determinar el comportamiento de la colectividad turística o visitante en el consumo de comida típica en la parroquia en centros considerados como

restaurantes. El 100% de los encuestados el 72% prefieren consumir comida típica autóctona ecuatoriana preferiblemente aceptación en la localidad de zona sierra. Según los datos de las encuestas a turistas o visitantes nacionales, locales e internacionales.

- Para mencionar el grado de apreciación de consumo de comida típica, los días más preferentes para consumir la gastronomía de Natabuela según las personas encuestadas con un 68% lo hace los fines de semana, con el 79% de los visitantes que frecuentan la mayoría lo hacen en compañía de su familia.
- Se realizó la medición de un conjunto de variables socio-psicológicas que se relacionan con el visitante como: ocupación, número de personas que lo acompañan, frecuencia de visita, medios de comunicación, motivaciones para la visita, principales ofertas integradas, satisfacción con la oferta en los puntos de venta, presupuesto de gasto, frecuencia y sugerencias, los cuales contribuyen a la caracterización del perfil del visitante gastronómico que llegan a la parroquia de Natabuela.
- Los principales resultados de la investigación concluyen que los visitantes que llegan a Natabuela, se refieren a visitantes con un nivel económico medio, formación preferentemente superior, que visitan la zona como consecuencia de la recomendación de amigos y familiares. Por otro lado, la motivación principal es degustar la gastronomía propia de la zona, a través del correcto maridaje entre el producto

gastronómico y los recursos naturales y culturales.

- Se evidenció lo imperioso de emprender un programa de difusión del producto culinario que se oferta en el lugar, así como de su importancia gastronómica, que motive la llegada de nuevos visitantes a espacios constituidos, con fines de preservación, recreación y degustación responsable de esta nueva modalidad turística y para el mejoramiento de la actividad económica y de los ingresos familiares de los proveedores de esta actividad en la localidad.

5.2. Recomendaciones

- Entre las recomendaciones emitidas por los turistas y visitantes de la parroquia de Natabuela, con el objetivo del mejoramiento de la oferta gastronómica emitieron las siguientes recomendaciones: mejorar en la prestación de servicio la atención al cliente ,identificar nuevos atractivos para incorporar a la nueva oferta turística y gastronómica, la pertinente comercialización y promoción de la oferta gastronómica actual, el mejoramiento de la accesibilidad a los puntos de ventas gastronómicos, restaurantes, patios de comidas y paraderos , el adecuado manejo de la salubridad de locales y área gastronómicas y la necesaria seguridad ciudadana tan exigida por nuestros clientes y visitantes en la parroquia
- Se observó que los turistas y visitantes, expresan en sentido general, que este tipo de oferta gastronómica, en su integración debe ser

mejorado, a partir de las propias potencialidades que en el ámbito turístico se identifican en el territorio, el aspecto de la seguridad, requiere de un programa de acción, con la participación de los actores sociales, instituciones públicas y privadas, promocionar los valores de la gastronomía típica, como motivación para visitar la localidad, y fortalecer la restauración, así como, incrementar las capacidades de alojamiento, para lograr satisfacer la demanda, en momentos de feriados y vacaciones.

- Es necesario realizar continuamente estudio de mercados, con el fin de conocer las preferencias de la demanda; desarrollando y potencializando nuevos productos gastronómicos orientados a la inclusión de la oferta que brinda Natabuela.
- Se debe de desarrollar alianzas con los servidores públicos, con empresas privadas y ONG, que posibilite el crecimiento turístico, manejado de manera organizada por la comunidad dedicada a prestar servicios turísticos.
- Es importante aplicar las estrategias propuestas para el desarrollo del turismo gastronómico en Natabuela, priorizando los mercados que están en crecimiento como el vacacional.
- Para ser competitivo en Natabuela, es necesario que se brinden servicios turísticos de manera organizada, ofertando productos de

manera sostenible y sustentable.

- Es recomendable realizar un plan estratégico para el desarrollo de la actividad turística con el objeto a que el plan se encauce a la generación de empleo, ingresos económicos, al uso sostenible de los recursos naturales y a mejorar las condiciones sociales de los habitantes de la comunidad.
- En la elaboración de platos tradicionales tanto como principales bebidas y postres se recomienda la buena manipulación de sanización por organismos de control que garanticen la calidad de la alimentación: Por lo que recomendamos la diversificación de la oferta gastronómica como atractivo turístico.
- Realizar ferias gastronómicas por parte de autoridades para incentivar más la participación de la colectividad mediante la oferta gastronómica que se ha mantenido tradicionalmente mediante medios de difusión.
- Las características de la realización de los platos, están considerados como parte fundamental de la tradición es recomendable la educación para que se logren transmitir.

5.3. Bibliografía

- Abril, V. H. (2016). *Técnicas de la investigación*.
- Alarcon, P. (2009). *Metodología de la Investigación*. Graficolor, Ibarra.
- Almonte, K. (2011).
- Alvarez, M. (2012). "El gusto es nuestro. Modelos alimentarios y políticas de patrimonialización" en Conferencia dictada en la sesión Patrimonio, culturas nacionales y turismo del II Congreso Internacional Cultura y desarrollo. La Habana: Fundacion Fernando Ortiz.
- Ayala, A. E. (2018). "Cocina colonial", *Claustronomía*. . Mexico: Universidad del Claustro de Sor Juana.
- Borman, & Hunziker , W. (2004, 1997).
- Camou, E. (1990). *Cocina sonorense*. Sonora: Instituto Sonorense de Cultura.
- Chanes, D. (2014). *Claves del éxito de IKEA*.
- Duhart, F. (2014). "Consideraciones transcontinentales sobre la identidad cultural alimentaria" . Guadalajara: Duhart, F. (2004) "Consideraciones transcontinentales sobre la identidad cultural alimentaria" en SincronDepartamento de Letras/Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades/Universidad de Guadalajara. .
- Espinosa, R. (2016). *In marketing* .
- Fischler, C. (1995). *El (h) omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Ed. Anagrama, Trad.
- Francesc, J. (2010). *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio*.
- Giard, L. (2015). "Artes de alimentarse" en Michael De Certeau, Luce Giard y Pierre Mayol, *La invención de lo cotidiano*. Mexico: Universidad Iberoamericana .
- Hernández, R., MejíaCatillo, S. E., & Mejía López, L. S. (2013). *Cocina y arte: la doble significación de la gastronomía*.
- López , P., & Fachelli, S. (2015).
- Meléndez, J. M., & Cañez, G. M. (2009). *Estudios Sociales vol.17*. México.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing* .
- Montenegro, E. (2016). *Cocina Tradicional Ecuatoriana*.
- Montesdeoca, C. (s.f.). *Monografías de Ibarra*. Ibarra: Flacso Andes.

Padilla, C. (2016). *"Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico"*, ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural. Quito, Ecuador.

Puyuelo, J., Montañes, J., Garmendia, J., & Sanagustín, V. (2017). *Introducción a la historia de bares y restaurantes*.

Rivera, J., Arellano, R., & Morelo, V. (2013).

Salvado, D. (2016). *Tipos de muestreo*.

Tugumbango, A. (2010). *Natabuelas resistencia y dolor*. Ibarra: Diario La Hora .

Anexos

Metodología para la utilización de instrumentos y herramientas para la realización del trabajo de grado.

Anexo 1 Instrumentos de validación

<ul style="list-style-type: none">• Determinar los productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural.	Instrumento <ul style="list-style-type: none">• Entrevista	Se realizara preguntas a personas seleccionadas que tengan conocimiento en la memoria histórica y tradición oral.
<ul style="list-style-type: none">• Realizar el estudio de mercado preferencial de consumo tradicional de los viajeros.	<ul style="list-style-type: none">• Encuestas	Se realizara un formato de preguntas dirigidas a personas visitantes y propietarios de los locales de expendio de comida típica para extraer información de platos más consumidos, y que no están ofertados.
<ul style="list-style-type: none">• Rescatar preparaciones tradicionales que se integren a la oferta gastronómica en los restaurantes de <u>Natabuela</u>.	<ul style="list-style-type: none">• <u>Linea</u> Base	Con los resultados obtenidos se procederá a las prácticas de preparación en laboratorio de cocina para estandarizar recetas de platos para realizar una nueva propuesta de oferta.

Anexo 2 Glosario de términos

Albardar: Envolver en una lámina delgada de tocino un género para evitar que éste se seque al cocinarlo.

Bouquet-garni: Consiste en atar en un ramillete hierbas aromáticas. Se utiliza para que no queden restos de hierbas en el preparado.

Camisar: Untar un molde con mantequilla, glucosa u otros productos para evitar que el producto del interior se pegue en la cocción.

Caramelizar: Derretir el azúcar hasta adquirir un color dorado para luego untar en un preparado o molde.

Freír: Introducir en una sartén con grasa caliente un género para su cocinado, debiendo formar costra dorada.

Punto: Cuando un artículo alcanza un grado justo de cocción o razonamiento, se dice que está a punto para su utilización.

Racionar: Dividir un género en porciones o fracciones para su distribución.

Reforzar: Añadir una salsa, sopa o similar, un preparado que intensifique su sabor o color natural.

Refrescar: Poner en agua fría un género; inmediatamente después de cocido o blanqueado, para cortar la cocción de forma rápida. Añadir pasta nueva a una ya trabajada.

Risolar: Dorar a fuego vivo, con grasa, un género que resultara totalmente cocinado.

Anexo 3 Interrogantes de la investigación

Determinar los productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural

Para la recopilación de la información se efectuará mediante el instrumento de la entrevista con un formulario de preguntas en orden lógico para que las personas no se cansen en el momento de realizar ni obstruir su tiempo dando como resultado datos veraces que ayudaran en el desarrollo del proyecto logrando satisfacer una necesidad a través de su relato.

Realizar el estudio de mercado preferencial de consumo tradicional de los viajeros

Para realizar el estudio de mercado y la realización de este proyecto se utilizará como instrumento de investigación la encuesta a los visitantes y consumidores que acuden a estos centros de expendio para poder analizar los gustos y preferencias tendencias de consumo de los adultos entre 35 y 65 años

Se utilizará un banco de preguntas como encuesta formada de trece preguntas las cuales serán de tipo cerradas, respuesta múltiple, estas preguntas permitirán revelar grados de satisfacción.

Rescatar preparaciones tradicionales que se integren a la oferta gastronómica en los restaurantes de Natabuela

El procedimiento para establecerla estandarización de recetas se realizará mediante tres pasos que permitirán elaborar los principales contenidos, procedimientos y técnicas como elemento importante se incorpora el análisis de costos, la estandarización aporta a la tecnificación de la oferta gastronómica de la zona.

Primero identificar y reconocer desde la práctica y los conocimientos empíricos de la localidad. La entrevista a realizar como instrumento de investigación es a los cocineros de los lugares de expendio y personas empíricas a través de la tradición oral.

Segundo realizar análisis técnico y procedimiento en donde se desarrolla la técnica en el procedimiento, insumos y técnicas de producción.

Tercero se realizará un análisis de costos de las recetas, en donde se elabora los costos de insumos y técnicas de insumos para determinar el costo real, para permitir una ayuda a los locales de expendio de comida.

Anexo 4. Entrevista gastronomía tradicional

Preguntas para entrevista para recolectar información de gastronomía tradicional en la Parroquia de Natabuela, Cantón Antonio Ante

El objetivo de la entrevista es la realizar la investigación para determinar productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural.

Guion de la entrevista dirigida a personas, mercados y lugares de expendio de comida típica.

La información que Ud. me proporcione será tratada para fines de investigación y no será utilizada para terceros.

Nombre del entrevistado.

Fecha de entrevista.

Nombre del narrador.

Ocupación

Experiencia

Domicilio.

Edad.

Estado civil:

Profesión:

Guion de preguntas:

- 1.- ¿Cuáles son las tradiciones gastronómicas de la Parroquia de Natabuela?
- 2.- ¿Que platos típicos cree que se han perdido?
- 3.- ¿Que platos se mantienen en la actualidad?
- 4.- ¿Qué sopas típicas se preparaban en la parroquia?
- 5.- ¿Que platos fuertes se preparaban?
- 6.- ¿Qué bebidas se preparaban?
- 7.- ¿Qué postres se preparaban?
- 8.- ¿Qué ingredientes se utilizaban para elaborar los platos típicos?
- 9.- ¿Cuál era la manera tradicional de preparar los alimentos?
- 10.- ¿Qué alimentos están asociados a las tradiciones locales?

Anexo 5. Preguntas de entrevista a propietarios de locales

Entrevista para propietarios de locales de expendio de comida típica de la parroquia de Natabuela.

El objetivo de la entrevista es la realizar la investigación para determinar productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural.

La información que Ud. me proporcione será tratada para fines de investigación y no será utilizada para terceros.

ENTREVISTA

- 1.- ¿Cuántos años funciona su restaurante?
- 2.- ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en este tipo de negocio?
- 3.- ¿Cuál es el perfil de cliente que comúnmente visita su negocio?
- 4.- ¿Que plato típico prefieren más sus clientes?
- 5.- ¿Qué bebida prefieren más sus clientes?
- 6.- ¿Qué postres prefieren más sus clientes?

- 7.- ¿Que problemas ha tenido con sus clientes y como los ha solucionado?
- 8.- ¿Cuál es su oferta gastronómica?
- 9.- ¿Cuáles son los platos típicos q más vende?
- 10.- ¿Por qué escogió la comida típica para ofertar en su restaurante?
- 11.- ¿Cuál es el plato típico de la zona que oferta su restaurante?
- 12.- ¿Cuál es un promedio de costo de un plato típico que oferte en su negocio?
- 13.- ¿Cuál es el costo de una bebida típica que oferte su negocio?
- 14.- ¿Cuál es el costo de un postre típico que oferte su negocio?
- 15.- ¿Cuáles son las formas de preparación que Ud. utiliza en su negocio?

Anexo 6. Encuesta dirigida a visitantes

PREGUNTAS PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES

El objetivo de la encuesta es realizar el estudio de mercado preferencial de consumo tradicional de los viajeros que visitan la parroquia de Natabuela. La información que Ud. me proporcione será tratada para fines de investigación y no será utilizada para terceros.

Género

LGBTI

Turista o visitante

Local

Nacional

Internacional

Sexo

Masculino ()

Femenino ()

Edad:

30 a 45 ()

46 a 65 ()

Más de 65. ()

1.- ¿En sus viajes de turismo por Ecuador consume comida típica?

Sí

No

2.- ¿En los viajes de turismo por Ecuador que realiza que preferencia de comida tiene?

En escala 1 al 4

Comida típica ecuatoriana

Comida china

Comida rápida

Otra

3.- ¿Cuántas veces consumió comida típica el anterior mes en la parroquia de Natabuela?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

Mas ()

4.- ¿En qué días a la semana visita la parroquia de Natabuela?

Lunes a jueves
Viernes a Domingo

5.- ¿En compañía de quien visita la parroquia de Natabuela?

Familia
Amigos
Pareja
Otros

6.- ¿Por qué medios se informó Ud. de estos restaurantes en la Parroquia de Natabuela?

Prensa
Radio
Televisión
Amigos
Información de Internet.
Otros

7.-Por favor, enumere en orden de importancia los siguientes atributos al momento de elegir un restaurante que ofrece comida típica en la parroquia de Natabuela.

Siendo 1 el más importante y 7 el menos importante:

- El sabor y la calidad de la comida
- La variedad de los platos
- Servicio y cortesía de los empleados
- Rapidez con lo que lo atendieron
- Ambiente del establecimiento
- Las instalaciones
- El nivel de los precios

8.- ¿Cuáles son los platos típicos de su preferencia en Natabuela? (Escoja máximo 3 opciones):

Fritada
Caldo de gallina
Yahuarlocro
Llapingacho
Parrilladas
Hornado
Churrasco
Cuy
Otros

9.- ¿Por favor, escriba el nombre de los restaurantes que más frecuenta al momento de visitar la parroquia de Natabuela?

10.- ¿Cómo calificaría de 1 a 5, su grado de satisfacción general con la gastronomía típica en Natabuela? (señale con una X).

1

2

3

4

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida típica?

2.50usd a 5.00 usd

5.50usd a 7.50usd

8.00usd a 12.00usd

12.- ¿Cuándo consume comida típica con que bebida acompaña?

Chicha

Jugos Naturales

Gaseosas.

Cerveza

Vino.

Otras

13.- Cree Ud. que la oferta de los establecimientos en la parroquia de Natabuela satisfacen la necesidad de los visitantes.

SI NO

Gracias.

Anexo 7. Matriz de validación de los instrumentos de información

Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 21/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Carlos Ortega
 Nombre del docente revisor: Oswaldo Echeverría

Objetivo General:
 Identificar las alternativas de diversificación en la oferta gastronómica tradicional de la Parroquia de Natabuella.

Objetivos Específicos	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Determinar los productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural.	G1- I. guía de entrevista. Se realizará preguntas a personas seleccionadas que brinden información en memoria histórica y tradición oral.	✓		✓		
2. Realizar el estudio de mercado preferencial de consumo tradicional de los viajeros.	C1- I. cuestionario de encuesta. Se realizará un cuestionario de preguntas dirigida a personas visitantes que consumen comida típica tradicional para extraer información de platos que no han sido ofertados.	✓		✓		
3. Establecer preparaciones tradicionales nuevas que se integren a la oferta gastronómica en los restaurantes de Natabuella.	I1- I. línea base (experimentación de laboratorio) con los resultados obtenidos de la entrevista y de la encuesta se procede a identificar los platos en práctica de preparación en laboratorio de cocina para estandarizar recetas de productos, análisis de costos y tiempo de preparación, para realizar una propuesta. II. ficha de producto terminado de platos tradicionales.	✓		✓		

Firma del Docente
 E.C. Oswaldo Echeverría

Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 21/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Carlos Ortega
 Nombre del docente revisor: N. E. TORALBA R. C. S. D.

Objetivo General:
 Identificar las alternativas de diversificación en la oferta gastronómica tradicional de la Parroquia de Natabuella.

Objetivos Específicos	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Determinar los productos gastronómicos típicos de la zona y formas de preparación tradicional identificando su entorno cultural.	G1- I. guía de entrevista. Se realizará preguntas a personas seleccionadas que brinden información en memoria histórica y tradición oral.	✓		✓	✓	
2. Realizar el estudio de mercado preferencial de consumo tradicional de los viajeros.	C1- I. cuestionario de encuesta. Se realizará un cuestionario de preguntas dirigida a personas visitantes que consumen comida típica tradicional para extraer información de platos que no han sido ofertados.	✓		✓		
3. Establecer preparaciones tradicionales nuevas que se integren a la oferta gastronómica en los restaurantes de Natabuella.	I1- I. Línea base (experimentación de laboratorio) con los resultados obtenidos de la entrevista y de la encuesta se procede a identificar los platos en práctica de preparación en laboratorio de cocina para estandarizar recetas de productos, análisis de costos y tiempo de preparación, para realizar una propuesta. II. ficha de producto terminado de platos tradicionales.	✓		✓		

Firma del Docente
 N. E. TORALBA R. C. S. D.

Anexo8. Fotos



