

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE GASTRONOMÍA



Tema:

“Aplicación del proceso creativo de los chefs a la gastronomía de Imbabura”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en Gastronomía

Autor:

Steven Fabian Bastidas Jumbo

Director:

Msc. Christian Roberto Molina Núñez

Ibarra - 2024



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

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:	DE	1727212167	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Bastidas Jumbo Steven Fabian	
DIRECCIÓN:	Pichincha – Quito – Guamaní		
EMAIL:	sfbastidasj@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	023653417	TELÉFONO MÓVIL:	0995219528

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Aplicación del proceso creativo de los chefs a la gastronomía de Imbabura.
AUTOR (ES):	Bastidas Jumbo Steven Fabian
FECHA:	27/02/2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en gastronomía
DIRECTOR:	Msc.Christian Roberto Molina Núñez
ASESOR:	Msc. Francisco Xavier Guevara Aroca

CONSTANCIAS

El autor manifiesta 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días, del mes de febrero de 2024

EL AUTOR:



Firma.....

Nombre: Bastidas Jumbo Steven Fabian

**CERTIFICACIÓN DIRECTOR
DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR**

Ibarra, 27 de febrero de 2024

Msc. Christian Roberto Molina Núñez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



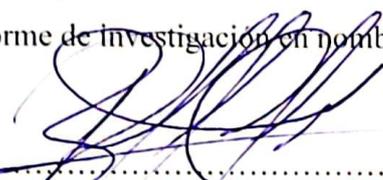
Msc. Christian Roberto Molina Núñez

DIRECTOR DE TESIS

C.C.: 180324745-9

APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificado del trabajo de Integración Curricular “Aplicación del proceso creativo de los chefs a la gastronomía de Imbabura” elaborado por Steven Fabian Bastidas Jumbo, previo a la obtención del título de licenciatura en gastronomía aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:


(f):
Msc. Christian Roberto Molina Núñez
C.C.: 780324745-9


(f):
Msc. Francisco Xavier Guevara Aroca
C.C.: 0201870741

DEDICATORIA

Mi trabajo de investigación lo dedico en primer lugar a Dios, por haberme dotado de mucha sabiduría, paciencia y pasión en la elaboración de este trabajo y, en segundo lugar, dedico a mi madre y familia por su inmenso apoyo y constante motivación que fue el pilar fundamental para cumplir con mis objetivos y alcanzar mis sueños.

AGRADECIMIENTO

 Mi agradecimiento profundo a Dios por haberme colmado de muchos conocimientos durante el inicio y culminación de este proyecto, también mi gratitud enorme a mi docente Asesor Msc. Francisco Guevara por haberme guiado en la elaboración de mi trabajo de investigación, así como también su experiencia, paciencia y su gran conocimiento en el área de estudio siendo fundamental para alcanzar el objetivo de estudio.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	II
.....	III
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	8
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
ÍNDICE DE GRAFICOS	12
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
Planteamiento del Problema	16
Justificación	17
Impacto	18
Objetivo de la Investigación	18
Objetivo General	18
Objetivo Específico	18
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	19
1.1 Marco Referencial	19
1.2 Marco Teórico	20
Creatividad	20
Base psicología de la creatividad	21
Gastronomía	22
Creatividad en la gastronomía	23
Cocina	23
Cocina creativa	24
Cocina de Imbabura	25
Pirámide creativa	26
Tipos de creatividad	27

	9
Métodos creativos	29
Proceso creativo	31
Etapas del proceso creativo según Graham Wallas	31
Modelos de procesos creativos	32
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	38
Diseño metodológico	38
Métodos	39
Técnicas e instrumentos	39
Población	40
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
Recolección de información	41
Revisión bibliográfica	41
Observación	47
Encuesta	48
Análisis de la entrevista	62
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	65
Discusión	69
Limitaciones	69
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
Conclusiones	70
Recomendaciones	72
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	77
Anexo 1.....	79
Anexo 2.....	80
Anexo 3.....	83
Anexo 4.....	89
Anexo 5.....	90
Anexo 6.....	91
Anexo 7.....	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Factores dispositionales, cognitivos y sociales.	21
Tabla 2	Revisión bibliográfica de modelos de proceso creativo en cocina	42
Tabla 3	Conoce del proceso creativo en cocina	49
Tabla 4	Demanda de creatividad.....	51
Tabla 5	Platos creativos	52
Tabla 6	Bases en los platos que introducen el proceso creativo	54
Tabla 7	Técnicas de cocina moderna que aplican.....	56
Tabla 8	Conocimiento para aplicar el proceso creativo en cocina.....	58
Tabla 9	Por qué no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de Imbabura.....	59
Tabla 10	Aplicaría el proceso creativo en cocina	61
Tabla 11	Detalle de las actividades del proceso creativo Bastidas	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cocina de Imbabura.....	26
Figura 2. Pirámide de la creatividad	27
Figura 3. Modelo de Ferran Adrià	32
Figura 4. Modelo de Arlin Madeira	34
Figura 5. Modelo de Jeoe Shyan Horng	36
Figura 6. Modelo de proceso creativo Bastidas	68

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Conoce del proceso creativo en cocina.....	50
Gráfico 2 Demanda de creatividad.....	51
Gráfico 3 Platos creativos	53
Gráfico 4 Bases en los platos que introducen en el proceso creativo	55
Gráfico 5 Técnicas de cocina moderna que aplican.....	56
Gráfico 6 Conocimiento para aplicar el proceso creativo en cocina.....	58
Gráfico 7 Por qué no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de Imbabura	60
Gráfico 8 Aplicaría el proceso creativo en cocina	61

APLICACIÓN DEL PROCESO CREATIVO DE LOS CHEFS A LA GASTRONOMÍA DE IMBABURA

Autor: Bastidas Jumbo Steven Fabian

Tutor: Msc. Roberto Molina

Año: 2023 – 2024

RESUMEN

La presente investigación toma su norte con el problema de la creatividad dentro de los chefs de la provincia de Imbabura, dado que no se ha encontrado un modelo de proceso creativo funcional aplicado a la cocina de la zona. Cuyo objetivo general es diseñar un modelo de aplicación del proceso creativo en cocina para el fortalecimiento del desarrollo profesional y económico de los chefs de la provincia de Imbabura, 2023. Para ello, se invierte un diseño investigativo a partir de una modalidad mixta donde se mezclan métodos y técnicas de las modalidades: cuantitativas y cualitativas complementándose, bajo los lineamientos del tipo de investigación documental con una cierta participación de la de campo y un alcance descriptivo, bajo métodos del nivel teórico en el cual prima el bibliográfico, inductivo- deductivo, analítico – sintético, midiendo el objeto de estudio a través de técnicas e instrumentos de recolección de datos, contextualizando que las investigaciones existentes sobre algunos modelos del proceso creativo en cocina o culinario, han sido realizadas únicamente en hoteles y restaurantes con estrellas Michelin en Europa. Además, los profesionales de cocina dentro de la provincia de Imbabura no cuentan con los conocimientos necesarios sobre el proceso creativo en cocina, causando un estancamiento de la creatividad dentro de los profesionales de cocina de la provincia. La implementación de un modelo de proceso creativo el cual se adapte a la gastronomía de Imbabura, sirve como herramienta para impulsar la creatividad, mejorando la oferta gastronómica y el crecimiento económico de la provincia, generando el reconocimiento nacional.

Palabras claves: Creatividad, Proceso, Gastronomía, Cocina, Imbabura

ABSTRACT

The present investigation takes its north with the problem of creativity within the chefs of the province of Imbabura, since it has not been found a model of functional creative process applied to the kitchen of the zone. Whose general objective is to design a model of application of the creative process in the kitchen to strengthen the professional and economic development of chefs in the province of Imbabura, 2023. For this, a research design is invested from a mixed modality where methods and techniques of quantitative and qualitative modalities are mixed, complementing each other: quantitative and qualitative complementing each other, under the guidelines of the type of documentary research with a certain participation of the field and a descriptive scope, under methods of the theoretical level in which the bibliographic, inductive – deductive, analytical. synthetic, measuring the object of study through techniques and instruments of data collection, contextualizing that existing research on some models of the creative process in cooking or culinary, have been conducted only in hotels and restaurants with Michelin stars in Europe. In addition, cooking professionals within the province of Imbabura do not have the necessary knowledge about the creative process in cooking, causing a stagnation of creativity within the cooking professionals of the province. The implementation of a creative process model which is adapted to the gastronomy of Imbabura, serves as a tool to boost creativity, improving the gastronomic offer and the economic growth of the province, generation national recognition.

Keywords: Creativity, Process, Gastronomy, Kitchen, Imbabura

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación indaga sobre el proceso creativo de chefs en la cocina de Imbabura–Ecuador, debido a la relevancia en el fortalecimiento del desarrollo profesional y económico en el sistema de negocios. No obstante, introducir una estrategia de impacto social, económico, profesional, de marketing y publicidad bajo la creación e innovación de un menú típico repotenciando la cultura bajo los niveles de calidad y estética que conlleva la elegancia y atención de las personas. Su perspectiva es fomentar un proceso nuevo y atractivo para los cocineros y chefs de la provincia de Imbabura.

El proceso creativo según Muhammed Haykir y Osman Çalışkan (2023) define como el conjunto de etapas que impulsan al profesional a encontrar una inspiración, para generar una idea nueva y emprender un nuevo proyecto. Por lo tanto, el entendimiento de cada una de estas etapas es importante para poder utilizarse como una herramienta la cual permite encontrar nuevas inspiraciones como el arte o experiencias, facilitando la generación de nuevas ideas, ayudando al crecimiento personal del chef, llevándolo al éxito laboral.

Por otra parte, gracias al entendimiento del proceso creativo se puede generar un mejor desenvolvimiento dentro de la área de cocina, la investigación de nuevas herramientas, productos, técnicas e incorporación otras culturas a la cocina de Imbabura. Alimentando los menús de los establecimientos de comida, abriendo un campo de competitividad con el cual detone en la potencialidad de turistas y aumento de clientes. Mejorando radicalmente la especialización de los profesionales de cocina bajo platos estandarizados por la creación e innovación en diseños, estilos, modernidad y contemporaneidad.

El desarrollo de esta investigación se fundamenta en la importancia de implementar un modelo de proceso creativo de fácil comprensión en chefs o cocineros de la zona, debido al desconocimiento y/o inaplicabilidad de etapas que permitan su desarrollo profesional, enfocado en el desenvolvimiento de la creatividad y innovación. Ya que, el Ecuador como otros países de Sudamérica todavía conservan el convencionalismo de la cocina, menospreciando las necesidades actuales de los clientes.

Los modelos de proceso creativo se observan en distintas investigaciones realizadas en Europa, las cuales se han logrado graficar diagramas, dividiendo las distintas etapas y fomentado su estudio. En investigaciones como Ferran Adrià (2019), Madeira (2022a) y Horng & Hu (2008); reconocidos por fortalecer el conocimiento y desarrollo de la gastronomía, logrando describir las etapas, generando una mejor comprensión. Los resultados de estas investigaciones se

observa en las cocinas del Bullí restaurante reconocido por sus estrellas michellin en España, generando un nivel de resultados altamente creativo ofreciendo una experiencia a los consumidores.

La metodología empleada permite establecer las variables de investigación con los respectivos indicadores, necesarios para dar cumplimiento a los objetivos específicos, además, se determinan técnicas e instrumentos más adecuados para la recolección de información como es la revisión bibliográfica y tabla bibliográfica, realizada en dos bases de datos diferentes. La estructura de la investigación esta constituida por cuatro unidades las cuales se detallan a continuación.

-Capítulo I presenta el planteamiento del problemas en relación con el problema identificado en chefs de la provincia de Imbabura, determinando la viabilidad y beneficios del estudio, además de presentar los objetivos específicos para el desarrollo de la investigación.

-Capítulo II muestra los principales términos, conceptos y fundamentos teóricos que soportan el conocimiento requerido para la realización del análisis propuesto; por lo cual se realizó una revisión bibliográfica de diversas fuentes como: artículos científicos, tesis, libros, páginas web, bases de datos, cuyo contenido aportan a el entendimiento del tema de estudio.

-Capítulo III expone la metodología establecida en la realización de la revisión bibliográfica, los tipos y métodos de investigación que permiten establecer las técnicas e instrumentos más acordes a ser aplicados en el proceso de recolección de información.

-Capítulo IV presenta los resultados del análisis de información recolectada mediante los intrumentos aplicados, además, el modelo de proceso creativo en chefs que se puede aplicar a la gastronomía de Imbabura.

-Capítulo V muestra las conclusiones del estudio, evidenciando que el proceso creativo en cocina se aplicó, obteniendo un menú creativo basado en la gastronomía de Imbabura.

Planteamiento del Problema

¿Cómo se aplica el proceso de creación a chefs en la provincia de Imbabura, 2023?

El proceso creativo de los chefs es un estudio realizado en la actualidad con el avance del conocimiento de la creatividad se han generado la interrogante como surge una nueva idea o cual es el proceso por el cuál se obtiene la idea, en América latina el estudio del proceso

creativo no se ha realizado a profundidad por su grado de dificultad, pero existen investigaciones que logran describir y generar un concepto del proceso creativo.

El Ecuador es un país catalogado con buena gastronomía regionalmente por su variedad de productos y platos elaborados en las diferentes zonas del país. La provincia de Imbabura está catalogada como una provincia llena de productos endémicos, platos emblemáticos y técnicas ancestrales. Sin embargo, no se ha estudiado un modelo de proceso creativo funcional dentro de la provincia que aporte al conocimiento y sirva de herramienta para el desenvolvimiento de la creatividad e innovación.

Justificación

El trabajo de investigación del proceso creativo de los chefs es necesario estudiar por el grado de importancia que tiene dentro del desarrollo profesional del cocinero, presentando las etapas que se desenvuelven internamente en cada profesional, las etapas mencionadas permiten la interpretación de las diferentes fuentes de inspiración que pueda tener el cocinero, generando una idea concreta que se pueda plasmar en la realidad.

Teniendo beneficios en los profesionales de cocina como lograr facilitar la forma de generar una nueva idea, indagando técnicas más actuales siendo posible mejorar el proceso de elaboración del platillo, obteniendo un resultado con un mayor nivel de creatividad ayudando así a su crecimiento profesional, crecimiento económico y el fortalecimiento de la gastronomía local.

Dentro de la provincia de Imbabura no se ha elaborado un proceso creativo que pueda funcionar en el entorno, por ende, es necesario aplicarlo en un menú local alcanzando un mayor grado de creatividad, basado en el tipo de creatividad, pirámide creativa y el método creativo que se direcciono el chef para poder plasmar la idea.

La línea de investigación de la Universidad Técnica del Norte es de gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo socio económico, por su aporte en el ámbito de innovación de la gastronomía de Imbabura, en el desarrollo económico y la productividad de los chefs dentro de la cocina.

Impacto

Reproducir el proceso creativo en diferentes chefs de Imbabura genera un impacto social al desenvolver de manera efectiva la creatividad en ellos y sus productos, desarrollando una mejor propuesta de menú y generando una mejor economía en la provincia.

Objetivo de la Investigación***Objetivo General***

Diseñar un modelo de aplicación del proceso creativo en cocina para el fortalecimiento del desarrollo profesional y económico de los chefs de la provincia de Imbabura, 2023.

Objetivo Específico

- Fundamentar teóricamente el proceso creativo en cocina para chefs.
- Diagnosticar el uso del proceso de creatividad en cocina de los chefs de la provincia de Imbabura.
- Implementar un diseño de propuesta sobre el proceso creativo en cocina para los chefs de Imbabura.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Marco Referencial

Con el avance de la cocina, se han realizado diferentes estudios sobre la creatividad y el proceso de creación que poseen los chefs. Estas investigaciones se han orientado hacia el fortalecimiento del conocimiento humano, identificando etapas que se han desarrollado en los diferentes seres humanos en cocina.

El estudio de la creatividad según Santos (2009) y Oliveira que cita a Torrance (2009) menciona que la creatividad ha existido desde el inicio de la humanidad, siendo una capacidad natural del ser humano para la resolución de problemas, que ha contribuido al desarrollo de su evolución. El ser humano ha desafiado innumerables problemáticas, a lo largo de la historia, encontrando soluciones viables intuitivamente gracias a su creatividad, logrando así responder interrogantes, analizar el problema, crear soluciones, mediante prueba y error. Obteniendo respuestas claves para su evolución.

Con el avance del conocimiento humano se toma a la creatividad como un tema de interés para filósofos y científicos desde tiempos antiguos. Según Aguilera Luque (2018) durante siglos, la creatividad ha estado vinculada a las ciencias místico-religiosas. Los seres humanos han intentado explicar las creaciones humanas a través de respuestas teológicas, que predominaba la inspiración sobrenatural. En la segunda mitad del siglo XX se observó un verdadero interés empírico hacia su estudio. Siendo Guilford (1950) el que inicia una transformación en la manera de entender y analizar la creatividad, al liberarla de su confinamiento místico, mágico e intuitivo que hacía un fenómeno inaccesible para la ciencia.

En el desarrollo del saber humano revela un mundo en constante evolución, donde la identidad humana adquiere importancia, según Stasiulis (2023) la respuesta reside en el acto creativo. Este se fundamenta en la fenomenología de la vida y la condición creativa del ser humano. Nos encontramos en una era de globalización que intensifica el grado de creatividad en los individuos, fomentando la necesidad de formular soluciones a los desafíos que surgen, a través del acto creativo o proceso creativo inherente en cada ser humano.

El proceso creativo según Vázquez (2011) se orienta hacia encontrar la esencia o donde surge la creatividad descomponiendo cada fase o etapa de este proceso, lo cual permita obtener un resultado nuevo e innovador. Con este objeto de estudio las diferentes investigaciones han buscado en las experiencias de los sujetos creadores, diferentes pautas que permitan encontrar

una secuencia en el acto creador. El proceso de Wallas de 1926 es el más conocido entre los investigadores dado que estableció cuatro fases o etapas que son de gran impacto en la actualidad: Preparación, incubación, iluminación y elaboración, entendiendo que la iluminación es el momento eureka donde aparece repentinamente la idea.

En el mundo de la cocina el proceso mejor elaborado es el del famoso chef Ferran Adrià (2019) que consta de nueve etapas, pero constan de un trasfondo como son los recursos que pueden ser intrínsecos o transversales y cultura creativa que conlleva los procesos cognitivos básicos o complejos y subprocesos cognitivos operativos, aportando un conocimiento más profundo que se realiza dentro del ser creador en la cocina.

En la provincia de Imbabura – Ecuador la gastronomía se encuentra en las costumbres y tradiciones de sus culturas étnicas, siendo los chefs o cocineros los encargados de crear, elaborar o replicar los diferentes platillos de la región, siendo los mayores representantes de la gastronomía de Imbabura, pero se ha identificado poco conocimiento que se tiene de la creatividad y el proceso creativo en cocina, dado que no se ha podido identificar las diferentes etapas o fases que siguen para obtener una nueva idea o creación. Estas etapas ayudan al entendimiento, conocimiento y desenvolvimiento de nuevas ideas las cuales logran direccionar y elevar la cocina de la provincia teniendo un mayor reconocimiento nacional, aportando a su desarrollo económico y regional.

1.2 Marco Teórico

Creatividad

La Rae (2023) define a la creatividad como “Creatividad como la capacidad de creación” ha sido interpretada desde una amplia gama de campos científicos a lo largo de la historia, resultando en un concepto polisémico o pluridimensional. La creatividad es la habilidad o capacidad que posee un individuo para producir nuevas ideas o conceptos novedosos que conducen a la resolución de problemas, generando así innovaciones y propuestas nuevas (Campos Cancino & Palacio Picos A., 2018; Da Costa et al., 2014; Hennessey & Amabile, 2010; Labarrere Sarduy, 2005; Ricci, 2020).

Según Runco y Sakamoto (1999) la creatividad es una de las conductas humanas más complejas; tal parece estar influenciada por una extensa variedad de experiencias evolutivas, sociales y educativas, y se expresa de diversas formas en diferentes campos. Numerosos investigadores han llegado al acuerdo de que la creatividad se basa en varios componentes tales

como: motivación intrínseca (Amabile, 1996), el conocimiento y medio ambiente (Aguilera-Luque, 2017; Moss, 2002), factores de personalidad y el estilo de pensamiento (Martínez & Brufau, 2010), por lo tanto, se entiende que es posible seguir generando componentes de la creatividad debido a su complejidad.

El concepto de creatividad puede ser claro y conciso como la habilidad o capacidad de un ser humano para crear, pero existen varios componentes los cuales actúan de diferente forma dentro del desarrollo de la creatividad generando un concepto mucho más complejo con componentes que actúan internamente o externamente en el ser creador.

Base psicología de la creatividad

Teresa Amabile(1983), reconocida psicóloga y profesora de la Escuela de Negocios de Harvard, ha conformado un concepto de creatividad que ha obtenido un amplio reconocimiento. Según Amabile (2012) la creatividad se compone por tres elementos detallados en la tabla1: motivación intrínseca que surge desde el interior de una persona; el conocimiento relativo al dominio (expertise), que abarca todo lo que una persona sabe y puede hacer en su campo de trabajo; y los procesos relativos a la creatividad (habilidad de pensamiento), que es donde surge el “extra” para el rendimiento creativo.

Tabla 1

Factores dispositionales, cognitivos y sociales.

Habilidades relativas al dominio	Procesos relativos a la creatividad	Motivaciones por la tarea
Incluye: Conocimientos sobre el campo. Destrezas técnicas requeridas. Talento relevante para el campo.	Incluye: Adecuado estilo cognitivo. Conocimiento implícito de heurísticos para generar ideas novedosas. Estilo de trabajo favorecedor.	Incluye: Actitudes hacia la tarea. Percepciones motivación para acometer la tarea.
Depende de: Capacidades cognitivas innatas. Destrezas perceptivas y motrices innatas.	Depende de: Entrenamiento. Experiencia en la generación de idea.	Depende de: Nivel inicial de motivación intrínseca hacia la tarea. Presentación / ausencia de limitaciones extrínsecas

Educación formal e informal.	e	Características de personalidad.	de	la	destacadas en el ambiente social.
					Capacidad individual para minimizar cognitivamente las limitaciones extrínsecas.

Nota. Adaptado de motivación y creatividad, por Teresa Amabile (2013).

Relacionando la base psicológica de la creatividad con los chefs se infiere que mantienen los factores de entorno, motivaciones y experiencias para lograr entender y desarrollar una creatividad dentro de las cocinas, cada una de estos factores dependen de estudios, personalidad del chef y su admiración hacia la cocina, siendo importantes para tener resultados altamente creativos.

Gastronomía

La gastronomía es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno. La alimentación juega un papel crucial en el desarrollo de la humanidad, es una actividad que destaca la cultura y la distingue (Hegarty & Mahony, 2001).

El entendimiento de una cultura o sociedad puede ser alcanzado mediante el análisis de la manera en que prepara y consume sus comidas. Desde un punto de vista etimológico, la palabra gastronomía viene de (nomos) hace referencia a las normas y (Gaster) de ingesta y consumo de alimentos que son destinados al estómago (Rojas-Rivas et al., 2020).

Según el diccionario gastronómico (2023), define a la gastronomía como la ciencia y arte del buen comer de la preparación y el consumo de los alimentos. Es una expresión de la cultura, la historia y la identidad de los pueblos. La gastronomía abarca desde el estudio de los ingredientes, las técnicas, las recetas y los utensilios, hasta el análisis de los aspectos sociales, económicos, ambientales y éticos de la alimentación (Lee & Bucher, 2023).

La gastronomía actualmente se encuentra aún más desarrollada en el campo de los ingredientes, recetas, experimentación de técnicas y creación de nuevos utensilios que permiten la elaboración de nuevos platillos, gracias a esto el concepto de gastronomía se ha vuelto más complejo encontrando diferente tipo de gastronomía en cada país, región o continente.

Creatividad en la gastronomía

La creatividad en la gastronomía es un recurso vital que permite a los cocineros explorar nuevas ideas probar diferentes técnicas y brindar a los comensales experiencias culinarias únicas e inolvidables. Se convirtió en una valiosa herramienta para superar desafíos o barreras que antes se consideraban insuperables.

Ferran Adrià un famoso chef catalán de renombre, fue la inspiración detrás del célebre restaurante El Bullí, un precursor en la gastronomía moderna. Tanto Ferran como Albert socio de El Bullí han buscado innumerables formas de describir la creatividad. Sin embargo, la definición más acertada sigue siendo la del famoso chefs francés Jacques Maximin de febrero de 1987: “creatividad no es copiar” (Adrià, 2010).

Según Ferran Adrià (2013) y Montaña citando a Adrià (2009) en su teoría de la evolución culinaria presenta los comienzos de la cocina, considerando en gran medida como los cimientos de los albores de la humanidad, en búsqueda de satisfacer la necesidad fundamental de nutrirse, conservar los alimentos y descubrir nuevas técnicas de cocina. La actividad culinaria ha progresado paralelamente a la evolución humana, alcanzando un nivel de creatividad más sofisticado en la actualidad.

En términos de la cocina profesional, la creatividad ha estado absolutamente ligada al arte culinario, que surgió de la voluntad de buscar el placer y el hedonismo en la degustación y que ha ido adoptando formas más o menos artísticas, siguiendo el concepto estético a la época rompiendo con el anterior (Adrià et al., 2019, p. 99).

La cocina se ha convertido en un cuadro para plasmar ideas nuevas e innovadoras, obteniendo como resultado productos revolucionarios, marcando el sendero hacia el futuro lleno de técnicas, conceptos y pensamientos novedosos que impulsaran su crecimiento, permitiendo explorar nuevas formas de preparar alimentos.

Cocina

Según Ferrán Adrià (2019), es la acumulación de las elaboraciones que son resultado de cocinar. La suma de herramientas y técnicas de elaboración aplicadas a productos o elaboraciones intermedias generando un resultado que son las elaboraciones que se degustan, que, en función de características, pueden dar lugar a categorías o tipos de cocina.

Según la RAE (2022), el término “cocina” abarca una variedad de conceptos. Puede referirse a un espacio equipado de utensilios necesarios para la preparación de alimentos o al arte culinario que es único en cada país, región o zona. Además, “cocina” es también el aparato que se utiliza para cocinar alimentos. Estos espacios de cocina han jugado un papel crucial en la preservación de la cultura y han facilitado el desarrollo de nuevas herramientas, productos y técnicas que dan lugar a nuevas formas de cocina.

Al hablar de cocina se entiende como el espacio físico donde se manejan los alimentos. En el caso de las cocinas de Imbabura, cuentan con todos los elementos necesarios para la transformación de alimentos mediante diferentes técnicas, utensilios y con distintos productos que permiten la elaboración o creación de diferentes platos.

Cocina creativa

La cocina creativa es una tendencia que ha evolucionado con el tiempo siendo influenciada por varios factores. Según Barcelo Culinary (2021) “La gastronomía creativa es el resultado de la evolución de lo que fue llamado “nouvelle cuisine” en la década de los 70, esta surgió como reacción a la “cuisine classique” cocina francesa”.

El movimiento de la cocina creativa se remonta al siglo XIX, dando lugar a una serie de innovaciones culinarias que sentaron las bases de una nueva tendencia. Durante este período, surge la figura del chef de restaurante. Sin embargo, el proceso de este movimiento fue interrumpido por las dos guerras mundiales lo que provocó un estancamiento en su evolución. Gracias a los avances tecnológicos, nuevas técnicas y enfoques gastronómicos se han producido cambios significativos en las últimas cuatro décadas (Hernando, 2018, p. 1).

La cocina creativa es una tendencia gastronómica que se enfoca en la experimentación; innovación y singularidad de los productos. Este enfoque culinario ofrece a los chefs la posibilidad de innovar, crear, fusionar, descomponer, reconstruir, transformar, usar ingredientes y elaborar un resultado final descubriendo nuevos sabores, texturas o técnicas culinarias. Se alimenta de la pasión y motivación por la gastronomía, la curiosidad y la imaginación para crear (Barcelo Culinary Hub, 2021; Escuela de turismo y gastronomía de los pirineos, 2023; Hernando, 2018).

El surgimiento de la cocina creativa como tendencia o movimiento aumentando las posibilidades para poder innovar y crear por medio de varios factores, dentro de la provincia

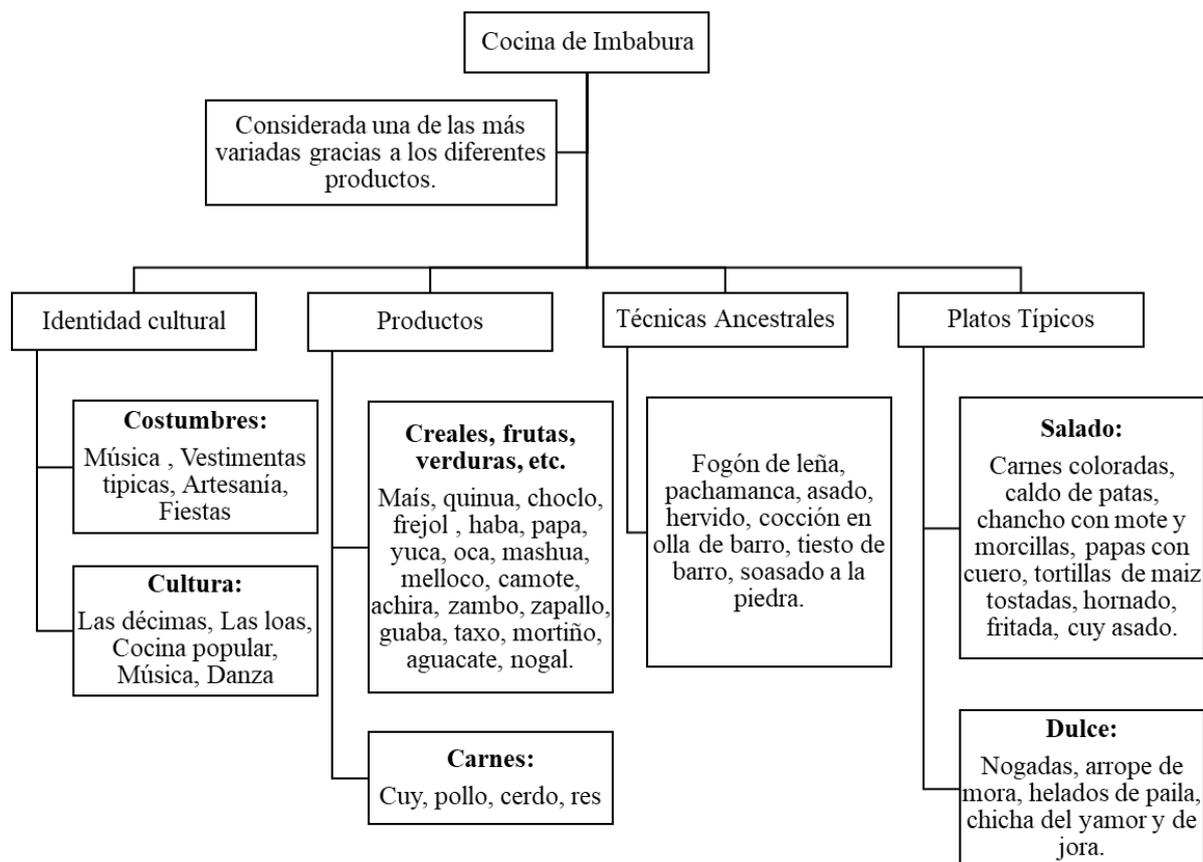
de Imbabura puede llegar a ser un gran referente al desenvolvimiento de su cocina, experimentando con nuevos productos, sabores y texturas.

Cocina de Imbabura

La cocina de Imbabura es una de las más variadas y deliciosas del Ecuador, se caracterizan en sus productos, platos y técnicas que resultan de la diversidad de pisos climáticos que posee, Imbabura refleja la diversidad cultural y geográfica de la provincia, así como también su historia e identidad cultural.

La diversidad climática en Imbabura facilita la producción de una variedad de alimentos, desde los tropicales como la yuca hasta los de las regiones frías de los Andes. En la actualidad, las comunidades indígenas han desempeñado un papel crucial en la preservación de las técnicas de preparación de alimentos, tanto tradicionales como ancestrales, que han dado lugar a sus platos un sabor distintivo.

En el siguiente mapa conceptual se ilustra las cuatro bases esenciales de la cocina en Imbabura. Estas incluyen la identidad cultural que abarca las diversas culturas, costumbres y tradiciones de la provincia. Los productos, que comprenden cereales, frutas, verduras y carnes que han enriquecido su gastronomía. Las técnicas ancestrales, transmitidas por las comunidades indígenas a lo largo de las generaciones, son otro pilar fundamental. Finalmente, los platos típicos representan la amplia gama de recetas que se elaboran en la provincia.

Figura 1.*Cocina de Imbabura*

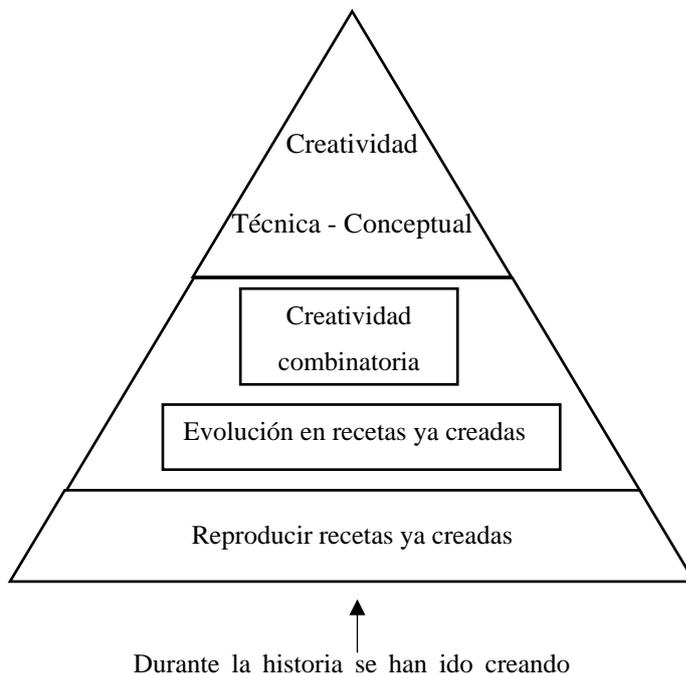
Nota. Adaptado de Almeida (2011).

La cocina de Imbabura, conocida como una de las más deliciosas de Ecuador por su gran variedad en productos y técnicas de cocción, permiten a los chefs crear platos o implementar creatividad en platos tradicionales o ya existentes.

Pirámide creativa

El Bullí, aunque ya no funciona como restaurante, actualmente se ha reinventado como “El Bullí Fundación”, dedicada a la investigación y la innovación en la ciencia gastronómica y otros campos. Han desarrollado lo que llaman la pirámide creativa, que representa diferentes niveles de creatividad.

Según la figura 1, alcanzar la cima de la pirámide significa llegar al nivel más alto de creatividad e innovación, abriendo nuevos caminos que otros pueden seguir. Un ejemplo de esto es la creación de la primera masa de hojaldre, que ha dado lugar a una infinidad de recetas (el bulli foundation, 2023).

Figura 2.*Pirámide de la creatividad*

Nota. Adaptado del bullí fundación (2023)

La pirámide comienza con una creatividad interpretativa donde la innovación se basa en ideas ya existentes. Nivel 2 implica la personalidad en las recetas ya existentes a través de la visión única del chef. Nivel 3 se encuentra la combinación de productos, técnicas, preparaciones y estilos ya conocidos. Nivel 4 se introducen nuevas técnicas, herramientas y preparaciones incluyendo el servicio. Nivel 5 representa un estilo culinario nuevo y único, completamente reconocible. Finalmente, en la cima de la pirámide, encontramos el nivel más alto de creatividad: la creación de nuevos estilos vanguardistas en cocina (Adrià et al., 2019).

Desde el punto de vista de la pirámide creativa se puede plasmar en la cocina de Imbabura siendo el nivel 1 la creación y replicación de platos ancestrales de la zona siendo estos utilizados en la actualidad como representantes importantes, el segundo nivel el cambio de visión que presenta el plato según el chef reflejando su avance en la pirámide, los niveles creativos van elevándose cada vez de mejor manera viéndose reflejado en sus creaciones.

Tipos de creatividad

Existen varios autores que hablan sobre el tipo de creatividad que surgen o se encuentran como es Maslow (1957) citado en Sonia (2023) menciona que existe la creatividad

primaria que surge de la inspiración o el momento “Eureka” son personas que tienen un pensamiento creativo tan arraigado que pueden generar una idea original e innovadora sin mucho esfuerzo. Creatividad secundaria es el resultado de un trabajo previo en el cerebro absorbiendo información y luego combinarlo para generar una idea se observa en personas con más dificultad para pensar de manera creativa y requiere un mayor esfuerzo.

Tipos de creatividad según Edward Taylor

-Expresiva: Esta vinculada a la espontaneidad y la improvisación. Su objetivo es encontrar maneras de manifestar el mundo interior, las emociones y los sentimientos.

-Productiva: Implica la aplicación de técnicas y estrategias aprendidas a través de conocimientos y experiencias con el fin de lograr un resultado específico. Busca la originalidad y tiene una base más técnica.

-Inventiva: Implica la capacidad para descubrir nuevas realidades y superar los supuestos lógicos. Está asociada a una gran flexibilidad perceptiva, que permite detectar nuevas relaciones entre elementos ya existentes.

-Innovadora: Este tipo de creatividad altera y transforma la realidad. Es una forma elevada de creatividad que se caracteriza por tener una empatía e intuición hacia el entorno, lo que permite captar su esencia, sus posibilidades, oportunidades y necesidades logrando crear algo completamente nuevo.

-Emergente: La creatividad más revolucionaria, va más allá de modificar lo existente o de transformarlo, aquí se genera y crea un nuevo orden, unos nuevos principios (Luisa, 2015).

Los tipos de creatividad según Edward Taylor se caracterizan por entender varias formas de cómo surge la creatividad en diferentes personalidades, aspectos del ser humano que se pueden encontrar dentro de una cocina en Imbabura por ende es necesario entender que la creatividad es una capacidad que se puede ser espontánea, adquirida, producida o creada por completo.

Métodos creativos

Un análisis exhaustivo de las técnicas creativas utilizadas en música, arte y moda, como la visualización, el pensamiento lateral, la asociación libre y la lluvia de ideas, revela que muchos de estos métodos pueden ser implementados en la cocina.

Según Ferran Adrià (2010) estas técnicas han sido identificadas en diferentes momentos en la historia de El Bullí, y cada una de ellas tiene el potencial de inspirar nuevas ideas.

Métodos creativos I

-Lo autóctono como estilo: recurrir a las normas de la cocina francesa clásica, comenzando la búsqueda de influencias de platos, ingredientes y técnicas de cocción tradicionales del entorno.

-Influencias de otras cocinas: la inspiración emerge de ingredientes y técnicas culinarias entre países.

-Búsqueda técnico-conceptual: la búsqueda de técnicas culinarias y de conceptos innovadores constituyen la máxima expresión de creatividad.

-Técnicas y conceptos aplicados a los productos: aplicar por primera vez el técnico-conceptual a nuevos productos obteniendo resultados impresionantes.

Métodos creativos II

-Asociación: consiste en combinar ingredientes, técnicas de cocción, salsas, guarniciones, etc. Para que los cocineros recurran siempre que deseen descubrir nuevas formas de preparar algún producto o combinar ingredientes.

-Inspiración: punto de partida de los platos, hace referencia a cualquier ámbito como arte, moda, música, gastronomía, arquitectura o naturaleza que produzca inspiración.

-Adaptación: tomar como referencia un plato ya existente y convertirlo en función de las preferencias, el estilo culinario o la visión estética del cocinero.

-Deconstrucción: una extensión de la adaptación, parte de una receta ya existente y su éxito depende de la capacidad del comensal de identificar el plato original. Se modifica cada componente del plato, ya sea la forma, apariencia, textura o todos los aspectos a la vez.

-Minimalismo: método que permite crear “magia” con pocos ingredientes. Se puede comprender varios tipos de minimalismo como el bocado, plato, pluralismo, etc. Cambios en la estructura del menú: la estructura de un menú puede planificarse para permitir al cocinero comprender, perfeccionar y contextualizar las experiencias sensoriales de cada uno de los platos.

-Búsqueda de nuevos productos: la creatividad del cocinero para buscar nuevos productos, con la voluntad de utilizarlos como impulso para desencadenar el proceso creativo.

Métodos creativos III

-Los sentidos como punto de partida para crear: el comer implica utilizar todos los sentidos. Cada sentido puede estimularse de diferente manera, pero el resultado es más interesante cuando interactúan entre ellos, los platos pueden estimular los sentidos de diferentes formas.

-El sexto sentido: se relaciona al placer con las emociones, es un tipo de satisfacción intelectual donde el comensal y el plato forman parte, logrando generar un recuerdo de la infancia, provoca risas, confunde experiencias, etc.

-Simbiosis mundo dulce / mundo salado: la combinación del mundo dulce en técnicas, conocimientos, precisión y rigor al mundo salado abre las puertas a nuevas posibilidades.

-Productos comerciales en alta cocina: relacionado al sexto sentido. Aprovechando conceptos y propuestas de productos conocidos pueden provocar recuerdos de la infancia.

-Nuevas maneras de servir comida: alterando la forma en la que se presenta un plato, ya sea utilizando diferentes utensilios o cambiando la forma de servir, se puede descontextualizar la experiencia culinaria.

-Cambios en la estructura de los platos: cambiar la estructura de los platos cuestionando la forma tradicional y buscar nuevas estructuras (Adrià, 2010).

Todos estos métodos creativos están reflejados en las diferentes cocinas de la zona, ya que, por medio de la cocina y los ingredientes propios se busca siempre una experiencia única, en donde se ven envueltos los sentimientos y el placer que genera la creación o presentación de un plato hacia los consumidores.

Proceso creativo

El proceso creativo es una capacidad más sofisticada y compleja que poseemos como seres humanos. Este proceso requiere habilidades de pensamiento que nos permiten combinar procesos cognitivos desde los más sencillos hasta los más avanzados para alcanzar una idea o pensamiento innovador. Todo esto se origina a partir de algo que capta la atención del creador (Teresa et al., 2004). Así tenemos a Vázquez (2011) el propósito es descubrir la esencia de la actividad, desglosando el proceso de creación en una serie de fases o etapas que permitan generar algo creativo.

Es importante entender las etapas del proceso creativo para lograr desarrollar y ejecutar de buena manera una idea, siendo esta la clave para la innovación, por ende, el proceso creativo tiene un aporte esencial en los conocimientos que posee el ser creador.

Etapas del proceso creativo según Graham Wallas

Wallas (1926) citado en Abidin (2022), propuso un modelo de proceso creativo que ha sido aceptado en diversas áreas científicas. En su libro filosofía de la creatividad, Wallas detalla las cuatro etapas de su modelo.

-Preparación: identifica el problema, la recopilación de información ya disponible y materiales, así como todas sus circunstancias y dimensiones que influyan.

-Incubación: la mente consciente e inconsciente interviene para manipular el problema, tomando distancia durante un tiempo variable logrando pensar en las posibilidades y relacionándose con la información ya existente.

-Iluminación: comienza a surgir la idea la “Idea feliz” o el momento “Eureka” en el creador, que se materializa en la idea final con la que pretende resolver o superar el problema al que se enfrenta. La solución surge de improviso, todo cobra sentido se relaciona y está claro.

-Evaluación o verificación: una vez obtenida la idea o solución creativa, sigue la verificación que comprende el análisis y evaluación de la idea con el propósito de perfeccionarla y determinar como la solución más idónea para resolver el problema.

El modelo de proceso creativo propuesto por Graham Wallas es uno de los más aceptados en la comunidad científica, sirviendo como base para la elaboración de diferentes modelos. El proceso creativo comprende las cuatro etapas primordiales para entender cómo

surge el momento “Eureka” proporcionando información clara y concisa de lo que sucede en cada etapa.

Modelos de procesos creativos

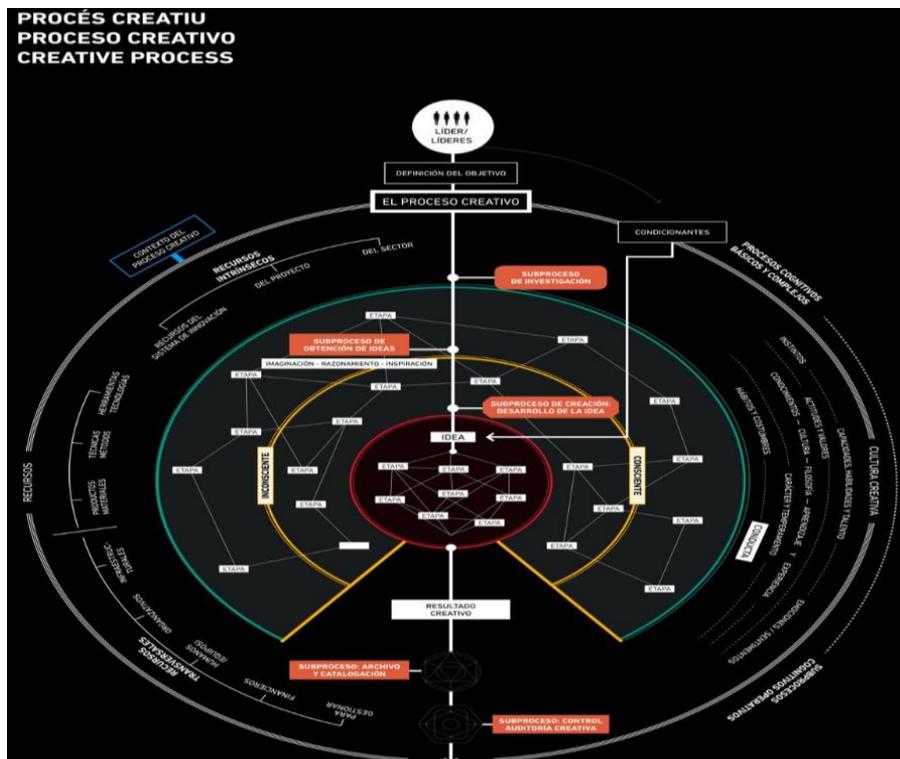
Modelo de Ferran Adrià

De acuerdo con Ferran Adrià (2019) y el equipo de elbulifondation (2023), crearon un diagrama que representa el proceso creativo en la gastronomía, requirió una investigación exhaustiva. La fundación llevo a cabo y sistematizó más de mil estudios y se examinaron modelos de proceso creativos en diversas áreas, lo que resulto en una reflexión fascinante sobre las similitudes y diferencias entre ellos.

En la figura 1 el modelo de proceso creativo se observa complejo y puede ser visto como un ADN, donde los recursos y la cultura creativa son primordiales. Dentro de los recursos se pueden dividir en intrínsecos y transversales. Por otro lado, la cultura creativa abarca los procesos cognitivos básicos y complejas, además, de los subprocesos cognitivos operativos.

Figura 3.

Modelo de Ferran Adrià



Nota. Tomado del bullí foundation (2023).

El modelo se logra identificar que está organizado en diferentes etapas como: el líder o líderes, establecimiento de metas, proceso de investigación, proceso de generación de ideas, proceso de desarrollo de la idea, la idea en sí, resultado creativo, el proceso de archivo y catalogación y finalmente, le proceso de auditoria creativa.

El proceso creativo desarrollado por Ferran Adrià y elbullífondation se logran entender de mejor manera todos los recursos y culturas creativas dentro de la cocina determinando puntos importantes para ejecución estos recursos pueden ser reconocidos dentro de cada cocina además de las culturas creativas que se encuentran alrededor son el pilar fundamental para el desarrollo o creación de un producto.

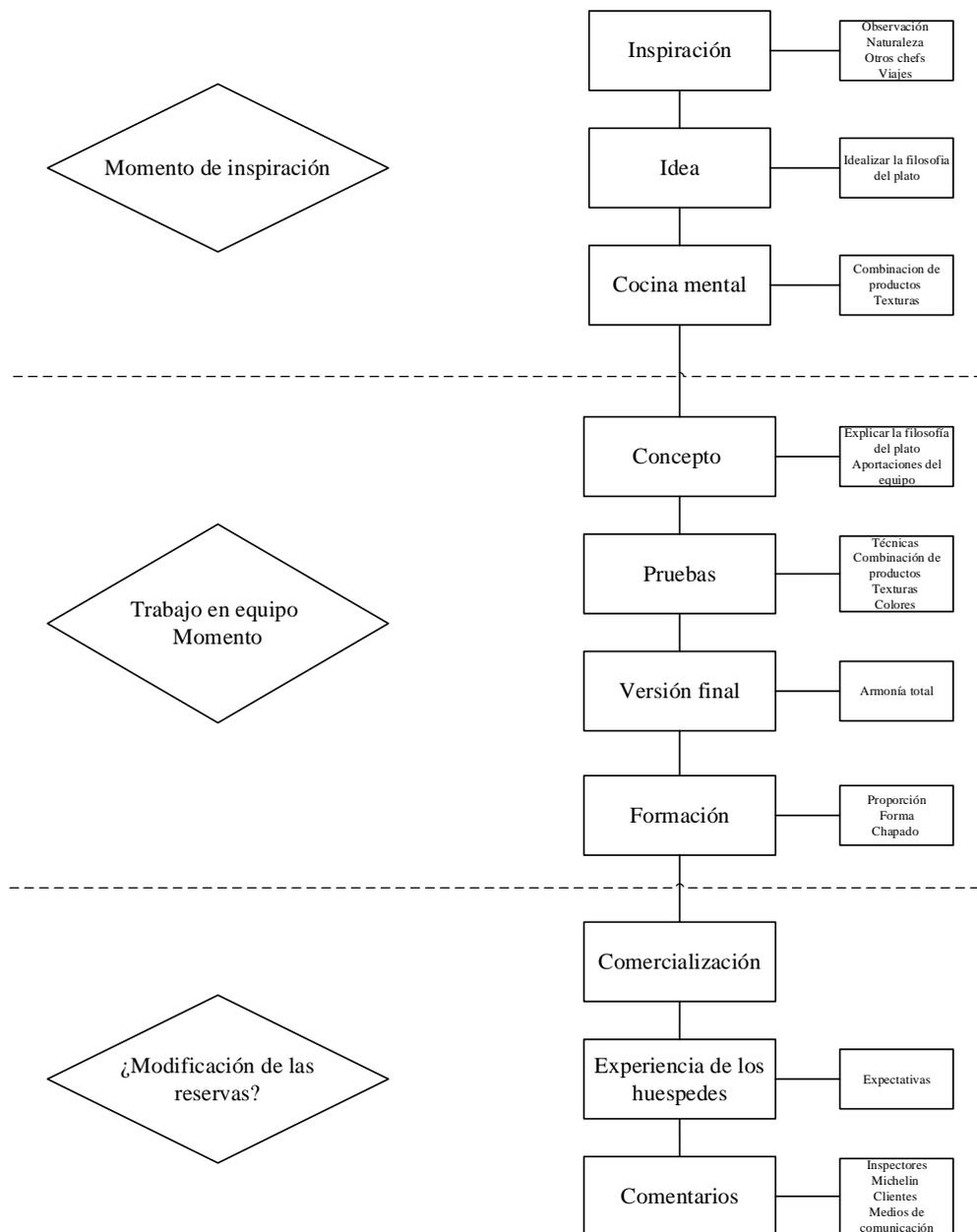
Modelo de Arlin Madeira

Modelo de proceso creativo de Arlindo Madeira (2022a) presenta su modelo en tres etapas distintas que pueden respaldar diversos estilos de pensamiento entre los chefs con estrellas michelín. La figura 2 ilustra las etapas donde la primera etapa se refiere al instante de inspiración, donde se demuestra que la inspiración es un precursor y se establece como una fase en la que el chef reflexiona sobre su arte, su concepto y la preparación mental del plato a través de sus conocimientos previamente adquiridos a lo largo de su trayectoria como artista.

La segunda etapa se caracteriza en la colaboración del equipo, donde el chef presenta la idea al equipo permitiendo que ellos aporten sus opiniones. La contribución de otros cocineros puede ser generalmente técnica, conocimientos de productos, preparación, texturas, logrando así obtener una idea que se conceptualiza, se prueba y se logra una versión final.

Ultima etapa se menciona como el momento de la verdad, cuando el plato se presenta a los clientes, buscando proporcionar una experiencia multisensorial al cliente y satisfacer sus expectativas. Si no se logra este objetivo, retorna a la segunda etapa para modificar la idea.

Figura 4.
Modelo de Arlin Madeira



Nota. Adaptado de Madeira (2022a).

El modelo de Madeira se enfoca en chefs y restaurantes con estrellas michelín, cada una de sus etapas tienen como objetivo identificar sus características, aportando al entendimiento del desarrollo de una nueva idea dentro de la cocina de Imbabura logra identificar algunas de ellas logrando desenvolver la creatividad.

Modelo de Jeoe. Shyan Horng

Según Horng & Hu (2008) es un proceso psicológico que demanda un pensamiento profundo, basándose en la investigación de Wallas 1926, propone un proceso creativo de cuatro etapas ampliamente aceptado. Este modelo se elabora en 4 fases: preparación de nuevas ideas, incubación, desarrollo de la idea y verificación de trabajos culinarios.

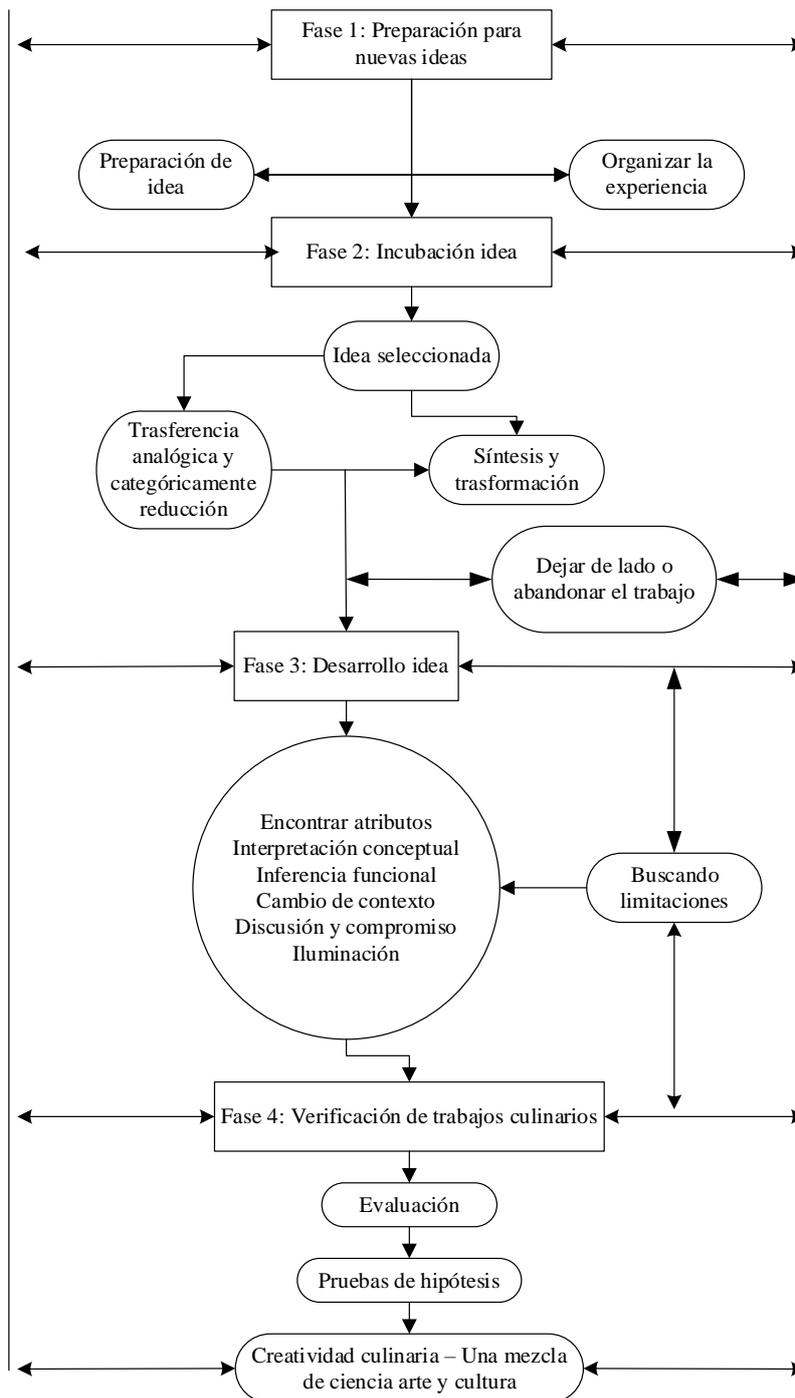
Fase 1 preparación de nuevas ideas mediante los conocimientos obtenidos a través del aprendizaje e imitación de maestros u otros medios, acumulando información y habilidades para la resolución de problemas, se interpreta como la experiencia.

Fase 2 incubación de ideas, la imaginación puede ser incluso más crucial que el conocimiento. Es importante la combinación de ingredientes, técnicas, culturas y asociaciones para lograr conceptos más complejos.

Fase 3 desarrollo de la idea un proceso complejo de estructuramiento, expansión y reestructuración de una idea culinaria específica. La idea culinaria puede pasar por esta fase varias veces hasta llegar a algo concreto, incluyendo la exploración de atributos, interpretación conceptual, inferencia funcional, cambio contextual, discusión, compromiso, clarificación y búsqueda de limitaciones.

Fase 4 verificación de las obras culinarias un aspecto fundamental donde se verifica la combinación armoniosa de diseño, aspectos visuales, sabores, gustos y texturas, así como la imaginación de su diseño conceptual.

Figura 5.
Modelo de Jeoe Shyan Horng



Nota. Adaptado de Horng & Hu (2008).

Inspirado en el modelo de Wallas se puede identificar 4 etapas adaptadas en el área de cocina obteniendo un modelo mucho más coherente y relacionado. Dando la posibilidad de poder practicarlo, abriendo las posibilidades a nuevas elaboraciones.

El estudio de la creatividad en la gastronomía es realmente importante por su aporte en el arte dado que en la elaboración de los alimentos se puede estimular los 5 sentidos del ser humano, llevando a generar una experiencia dentro de cada uno, por ende, es necesario comprender como se logra obtener la idea y poder plasmarla en la realidad generando algo completamente nuevo y creativo.

El estudio del proceso creativo tiene un aporte fundamental para entender cómo se logra generar una idea dentro de la cocina, observando la evolución en el contexto gastronómico, el entendimiento de estas etapas logra desenvolver las ideas dentro del ser creador, obteniendo un mejor razonamiento e inquietud por descubrir ingredientes, utensilios, estilos, técnicas y culturas que se pueden implementar en la cocina de Imbabura por ende es necesario conocer cada una de las etapas.

Las etapas reflejadas en las investigaciones permiten observar ciertos factores que toman más importancia dentro de la cocina como es el conocimiento técnico que posee el ser creador, su experiencia, recursos necesarios y motivaciones, cada uno cumple un papel importante en la cocina, siendo el medio más sencillo por el cual se puede plasmar la creatividad.

En términos generales el proceso de creación o creativo está vinculado a la cocina de Imbabura por su presencia inconsciente en el cocinero, por motivo de que no se posee un conocimiento claro de cómo se representa en cada uno por ende es necesario incrementar y estandarizar los modelos en el entorno mejorando a su comprensión, además de su implementación dentro de las cocinas.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Diseño metodológico

La investigación invierte un diseño metodológico a partir de una modalidad mixta donde se mezclan métodos y técnicas de las modalidades: cualitativa y cuantitativa complementándose una con la otra, bajo los lineamientos del tipo de investigación documental con cierta participación de la de campo y un alcance descriptivo, bajo métodos del nivel teórico en el cual prima el bibliográfico, inductivo-deductivo, analítico-sintético y hermenéutico. Con técnicas de recolección de datos que inicia con la observación científica, entrevista y encuesta con sus instrumentos respectivos, con una población indefinida desconociendo el número exacto de quienes la conforman, determinando una muestra estructurada bajo dos categorías la primera sobre el proceso de creación y la segunda la situación actual de los chefs en la provincia de Imbabura.

Sobre la modalidad mixta dentro de la investigación se articula por la recolección y análisis de datos variados tanto cualitativos como cuantificables; iniciando por la observación y la descripción del fenómeno por estudiar, dando énfasis a la mediación metodológica y al criterio individual y subjetivo de los individuos de la investigación. Su propósito es responder las preguntas o en contramedida comprobar una hipótesis que surgen como parte del desarrollo del proceso investigativo. Finalmente, este modo investigativo permite reconstruir la realidad, la contrastación y no la falsación, sino la comprensión, la interpretación o la hermenéutica de la naturalidad del objeto de estudio (Ñaupas, et al., 2018).

Así mismo, el tipo de investigación documental se enfoca en analizar fuentes primarias y secundarias estructuradas a través de un arqueo bibliográfico como pilar fundamental de la adquisición de conocimientos, su procesamiento se conceptualiza por el análisis e interpretación de textos. En medida, la participación de la de campo se define con la participación de los principales sujetos de investigación o informantes clave, obteniendo los datos desde una muestra determinada de la realidad investigativa. En consecuencia, el alcance del estudio investigativo es descriptivo donde se mide el fenómeno en su entorno natural comprendiendo la situación actual y estudiando la factibilidad de una presunta propuesta (Corbetta, 2023).

Métodos

Sobre los métodos de la investigación, se estandarizan gracias al nivel teórico: el principal se radica en el análisis bibliográfico que consiste en recopilar todo texto sobre el objeto de estudio y a partir de ello, encuadrar un análisis con la realidad actual de la provincia de Imbabura bajo un proceso comparativo de datos que de soporte la aplicación del proceso creativo en los chefs con el cual se pueda introducir al mercado local y nacional (Trejo, 2021). Así mismo, se introduce el método inductivo-deductivo con el fin de increpar una conceptualización desde lo particular hacia lo general y del universo a lo específico comprendiendo cada una de sus características en la naturalidad del mercado de la provincia de Imbabura (Corbetta, 2023).

En medida, el analítico y sintético se conforman por desmembrar los elementos del objeto de estudio y mediante la síntesis comparar con otras características (Trejo, 2021). Al mismo tiempo, el hermenéutico permite comprender la naturaleza del fenómeno en su proceso entorno comprendiendo los elementos y estándares de la demanda de los clientes con respecto a los platos ofertados en los principales restaurantes de la provincia de Imbabura.

Técnicas e instrumentos

Sobre las técnicas a utilizar en la presente investigación se conectan directamente con la modalidad, tipo y alcance investigativo definido anteriormente, en ese sentido, para pulir y alimentar el desarrollo del trabajo se estructuran a continuación:

-Observación científica: Es el primer camino en beneficio del diagnóstico para conocer con exactitud el uso del proceso creativo en la elaboración de platos dentro de los restaurantes de la ciudad de Ibarra, su procedimiento está definido a través de momentos de evidencia de los elementos y características del objeto de estudio en un lugar específico. Su instrumento la guía de observación científica se configura por medio de las siguientes directrices: no estructurada, de campo, participativa y sistemática.

-Entrevista: Técnica cualitativa que permite entablar una conversación con dos personajes el entrevistado y el entrevistador. Este último encuadrando un diálogo mediante una guía de entrevista no estandarizada.

-Encuesta: Técnica cuantitativa que se emplea a través de un encuadre escrito por medio de un cuestionario instrumento forjado por preguntas abiertas, cerradas y mixtas.

Población

La investigación define a su población como indeterminada ya que todo profesional de cocina y clientes potenciales que se encuentre dentro de la provincia de Imbabura es participe del presente estudio investigativo en el periodo 2023-2024.

Muestra

Muestreo no probabilístico

En relación, este tipo de muestreo es por conveniencia de la investigación seleccionado a dos informantes clave, quienes cumplen características fundamentales en beneficio de alimentar el análisis científico, en ese sentido, el informante A es un profesional especializado en cocina dentro de la provincia, sobre el proceso creativo en cocina y aplicación en la cocina. En cambio, el informante B, es un representante de los cocinero empíricos en la provincia quien proveerá datos sobre el conocimiento del proceso creativo y su aplicación en la gastronomía de Imbabura (Aguirregoitia Martínez & Fernández Poyatos, 2019).

Muestreo probabilístico

Sobre el contexto de la investigación, toda información recopilada se verifica dentro de la provincia de Imbabura, con chefs, cocineros y estudiantes de gastronomía, Donde la muestra se refleja en 45 encuestados de diferentes edades y género, sumado a dos informantes claves de la localidad.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Recolección de información

Comenzado con la recolección de datos en este contexto determinar el análisis e interpretación de todo el material recolectado, estructurado bajo los lineamientos de las técnicas de la observación científica, revisión bibliografía de la base scopus, encuesta y entrevista, de tal manera, se valora los siguientes datos e información:

Revisión bibliográfica

La revisión bibliográfica se presenta en la tabla 2, definiéndose en temas como el autor, tema de la investigación, año de publicación, objetivo de estudio, metodología, resumen del proceso creativo, resultados, limitaciones de la investigación y la interpretación del autor.

Después de aplicar las técnicas de recolección de datos dentro de la base datos Scopus se puede evidenciar que existen 53 documentos relacionados con las palabras claves proceso creativo en cocina, en los cuales se ha aplicado filtros como el año de publicación entre el 2020 al 2023, además que sean artículos científicos como resultado se ha obtenido 9 artículos científicos de los cuales 4 mencionan sobre el proceso creativo en cocina; al mismo tiempo se han aplicado el análisis de cada documento.

Tabla 2*Revisión bibliográfica de modelos de proceso creativo en cocina*

Autores	Tema de la investigación	Año	Objetivo del estudio	Metodología	Resumen de proceso creativo	Resultados	Limitaciones	Interpretación del autor	DOI
Muhammed Haykir y Osman Çalışkan (2023)	¿Existe una relación entre el empoderamiento de los chefs y el proceso de creatividad culinaria?	2023	Explorar la relación entre el empoderamiento de los chefs y el proceso de creatividad culinaria en la industria hotelera. Identificar los factores internos y externos que afectan a la creatividad de los chefs y proporcionar recomendaciones prácticas y teóricas para la	Cuantitativa 700 encuestas a 19 hoteles en la región de Antalya – Turquía.	Diversas etapas desde la concepción de una nueva idea culinaria hasta su desarrollo e implementación. Señala que la creatividad surge de la interacción entre el chef creativo, la cultura culinaria, la guía de restaurantes y el consumidor. Menciona que un modelo creativo que tiene ciertas etapas y que la interacción de ellas contribuye positivamente a la creatividad de los chefs.	Los chefs que buscan mejorar sus habilidades creativas encuentran beneficios de su experiencia y habilidades anteriores, revisando información, intercambiando ideas y recomendaciones del consumidor. El proceso creativo culinario implica una serie de etapas desde la preparación de nuevas ideas hasta la verificación culinaria y que los chefs encuentran beneficio en	Se realizó en chefs que trabajan únicamente en el contexto hotelero de 5 estrellas, lo que limita en otros contextos. Puede que los resultados varíen en otras regiones. Chefs en diferentes áreas, entornos y	El estudio menciona un modelo de proceso creativo que se enfoca en la relación con el empoderamiento de los chefs, implicando etapas desde la preparación de nuevas ideas hasta la creación de un nuevo plato.	10.10 80/15 42805 2.202 1.195 5793

			gestión y la formación de chefs en el futuro.			sus conocimientos y experiencia durante este proceso.	contextos laborales.		
Autores	Tema de la investigación	Año	Objetivo del estudio	Metodología	Resumen de proceso creativo	Resultados	Limitaciones	Interpretación del autor	DOI
David Casacubert a (2022)	Modelos cognitivos para la creación e innovación gastronómica	2022	Explora los modelos cognitivos para la creación e innovación gastronómica, centrándose en el trabajo realizado en el restaurante el Bullí, con el fin de comprender y analizar los procesos creativos y cognitivos involucrados en la gastronomía de vanguardia.	Se tomo un estudio de caso realizado en el restaurante el Bullí, específicamente el proyecto Sapiens del Bullí lab, para identificar mecanismos genéricos en la creación culinaria que pueden ser transferidos a otras disciplinas creativas.	Modelo propuesto con un enfoque enactivista de la cognición, que considera la interacción entre el sujeto, cuerpo y el entorno para crear el modelo. Creatividad más allá de la computación cerebral, enfatizando en el entorno y el cuerpo. La creatividad culinaria está condicionada por propiedades físicas, químicas y organolépticas de los alimentos, tecnología actual, personal. Menciona que la creatividad es la respuesta a las limitaciones encontradas,	Importancia de considerar la interacción entre mente, cuerpo y entorno en los procesos creativos. Destaca que la creatividad culinaria está condicionada por propiedades físicas, químicas, organolépticas de los alimentos, tecnológicas, tiempo del personal. Distribución de los procesos creativos en cocina, reconociendo que los platos son	Restricciones impuestas por las propiedades físicas, químicas, organolépticas de los alimentos y tecnología del momento o lugar. La creatividad no puede ser mecanizada como un proceso genérico, y que debe ser considerada para fomentar la innovación.	La investigación se basa en un enfoque enactivista de la cognición que se considera a la interacción del sujeto, cuerpo y entorno, siendo que la creatividad no se puede establecer como un proceso genérico si no interno de cada uno.	10.28 939/ia m.deb ats-es.202 1-11

					buscando generar respuestas creativas.	resultado de un esfuerzo de equipo que involucra a cocineros, productores, distribuidores y comensales.			
Autores	Tema de la investigación	Año	Objetivo del estudio	Metodología	Resumen de proceso creativo	Resultados	Limitaciones	Interpretación del autor	DOI
Madeira a,b, T – Mendes y MC Ottenbacher (2022b)	El proceso creativo culinario de los chefs estrellas Michelin	2022	Explora la creatividad culinaria de los chefs estrellas Michelin, partiendo del supuesto de que la cocina que elaboran puede considerarse arte, o al menos, que tienen un componente artístico que hace que cada restaurante sea único.	Mantiene un enfoque cualitativo exploratorio que incluye entrevistas personales estructuras en profundidad con dichos chefs con estrellas Michelin en Portugal. Método de investigación narrativos orales para evaluar emociones,	Si bien cada chef adopta métodos según su filosofía, creencias, equipo y el contexto en el que se desenvuelve su restaurante, existen algunas etapas comunes entre ellos. Dividieron el proceso creativo en 3 etapas que abarcan diferentes formar de pensar y actuar en los chefs entrevistados. La primera etapa el momento de inspiración, la inspiración precede a la generación de la idea y el desarrollo en momento de introspección y relajación.	Estudios anteriores sobre el proceso creativo en los restaurantes con estrellas michelín se centraron en presentar un modelo basado en una secuencia de pasos que intentan explicar la organización mental de los chefs como creadores culinarios. Si bien el análisis interpretativo de la entrevista resulto en un modelo que refleja la creatividad en chefs basado en alta cocina,	Solo se seleccionaron chefs de restaurantes solo de 2 o 3 estrellas michelín en Portugal. La muestra se limita a 18 chefs, todos hombres y de un solo país. El estudio limita solo chefs con estrellas michelín excluyendo a	Los métodos que adopta cada chef pueden ser según su filosofía, creencias, equipo y el contexto del cual se pueda desarrollar, este estudio se realiza en restaurantes de estrellas michelín en Portugal, si la necesidad de describir de forma narrativa el proceso creativo de los chefs. Siendo posible	10.10 80/02 50828 1.202 1.195 8170

				<p>explorar deseos y comprender los procesos creativos de los chefs desde la idea inicial hasta la concepción.</p>	<p>La segunda etapa es el trabajo de equipo, se explica al equipo como el primer borrador mental del chef. Siendo el chef explica la filosofía detrás del plato y el equipo puede brindar su opinión o no según lo solicite el chef.</p> <p>Ultima etapa el momento de la verdad el plato presentado o la secuencia de platos presentados. El objetivo es satisfacer las expectativas de los clientes que pueden cumplirse, no cumplirse o superarse. Se toma comentarios del publico si es necesario cambiar algo para poder regresar a la segunda etapa.</p>	<p>aún es posible sintetizar similitudes y diferencias encontradas.</p>	<p>otros chefs de alto perfil.</p> <p>Se explora de forma descriptiva el proceso creativo de los chefs a través del desempeño.</p> <p>Los hallazgos contribuyen al conjunto de conocimientos existentes basados en diferentes perspectivas.</p>	<p>encontrar similitudes en el proceso creativo.</p>	
Autores	Tema de la investigación	Año	Objetivo del estudio	Metodología	Resumen de proceso creativo	Resultados	Limitaciones	Interpretación del autor	DOI
Tindara Abbate – Angelo	Creatividad e innovación en los restaurantes	2019	Se estudia la creatividad y la innovación en	El análisis exploratorio se llevado a cabo	Basado en Ottenbacher los chefs hacen uso de la experiencia persona, los	Se descubrieron 3 factores claves para estimular la creatividad.	El trabajo se centra en el contexto	La presente investigación encontró 3	DOI 0.743

<p>Presenza-Fabrizio Cesaroni – Marta Meleddu – Lorn Sheehan (2019)</p>	<p>de alta cocina: Factores que influyen en el proceso creativo de los chefs galardonados como la guía Michelin</p>		<p>los restaurantes de alta cocina. El documento trata de entender que factores influyen en el proceso creativo en las actividades culinarias.</p>	<p>mediante un análisis de componentes principales (ACP) basado en datos primarios obtenido de una encuesta a 132 chefs italianos con estrellas Michelin.</p>	<p>métodos y técnicas apropiados, así como las competencias y capacidades para generar la idea de un nuevo plato en su mente y utilizar el conocimiento tácito para producirlo. El desarrollo de nuevos platos, recetas y menús requiere pensamientos intuitivos, conocimiento técnico, técnicas de cocina, ir más allá de las normas y los procesos aceptados, experimentar y buscar los mejores ingredientes, hacer ajustes en función de los resultados experimentales y aceptar los errores y los fracasos.</p>	<p>El primero refleja la inclinación personal del cocinero por la creatividad. El segundo factor son las fuertes externas al chef que pueden potenciar o limitar la creatividad. El tercer factor práctico engloba componentes contextuales, como la necesidad de tener en cuenta la sostenibilidad financiera y el control de costes.</p>	<p>italiano, no se puede generalizar los resultados del estudio a contextos diferentes.</p>	<p>factores claves para desarrollar el proceso creativo donde se refleja, la inclinación personal, las fuentes externas y sostenibilidad como otros factores los cuales han desarrollado diferentes etapas del proceso que conlleva a una elaboración mucho más compleja.</p>	<p>3/s108 .2019. 07</p>
---	---	--	--	---	---	--	---	---	-------------------------

Fuente: Muhammed (2023), David Casacuberta (2022), Madeira (2022b), Tindara Abbate (2019), Bastidas (2023)

Nota: Una característica fundamental de esta observación es que todos los documentos revisados tienen un conjunto de etapas o comprende rasgos interpretativos del proceso creativo culinario aplicado en restaurante de estrellas michelín en Europa.

La segunda parte recopila la recolección de datos dentro de la provincia de Imbabura, mediante la observación científica, con el objetivo de diagnosticar el proceso creativo en cocina, se presenta un cuestionario de 8 preguntas las cuales, pueden ser entendibles para el lector.

Observación

Aplicando la guía de observación científica se identificó que no existe un número determinado de profesionales de cocina en la línea de económica y comercio dentro de hoteles y restaurantes de la provincia de Imbabura, esto consiste dentro de los cantones Antonio ante, Otavalo, Cotacachi, Urcuquí, Pimampiro e Ibarra, de la misma manera, las localidades con un mayor número de profesionales se encuentran en Otavalo e Ibarra, específicamente Ibarra por ser la capital de Imbabura, se encuentran diferentes hoteles y restaurantes de alta cocina, identificados específicamente en los espacios limítrofes del cantón.

Se observa que dentro de la provincia de Imbabura la mayoría de los hoteles y restaurantes, ofrecen servicio vespertino como matutina, en horarios entre las 07:00 am a 22:00 pm, la observación científica se realizó mediante la visita presencial a los diferentes establecimientos que cuentan con una carta estructurada entre platos tradicionales como creativos, identificando que cada restaurante mantiene platos no solo de la provincia de Imbabura sino también de otras provincias, como de otros países, teniendo una oferta variada entre sus elaboraciones.

Una de las características principales de esta observación es que la mayoría de las ofertas gastronómicas locales que se encuentran dentro de hoteles y restaurantes que son de índole tradicional, ofreciendo platos acorde a la cultura de la provincia, evidenciando un estancamiento en el desarrollo de nuevos conocimientos, técnicas y tendencias globales, dentro de la cocina, siendo un limitante para la evolución de la cocina local, dentro de la provincia también se puede observar que algunos hoteles y restaurantes muestran un interés por elaborar propuestas nuevas e innovadores rompiendo el molde de la cocina tradicional.

Se observa, un intento de evolución en la oferta de las cartas de los hoteles y restaurantes, ofreciendo platos de interés entre los consumidores, mediante ciertos aspectos como lo visual, innovador, texturas, servicio o productos fuera de lo común, teniendo una perspectiva diferente de cómo se puede cambiar o evolucionar la oferta, por ende, se puede

inferir que dentro de la cocina existe un proceso de generación de ideas, con la posibilidad de crear algo nuevo a partir de lo que ya se conoce.

Reflejando la capacidad de los cocineros mediante la aplicación de un proceso intrínseco y externo, para la generación de nuevas ideas, siendo una gran oportunidad para absorber nuevos conocimientos, aprender técnicas o experimentar con productos, sin embargo, esto no se evidencia en la mayoría de los establecimientos que cuentan con una oferta de carta más acorde a la cocina convencional, por diferentes motivos como la cultura del consumidor que siente interés por aspectos como la cantidad, comodidad y economía, siendo este un factor clave en la innovación entre la mayoría de las ofertas.

Se identifica que la gastronomía de la provincia de Imbabura es una de las variadas dentro del territorio ecuatoriano, ofreciendo una oferta en sus platos estrella que tiene mayor relevancia entre el consumidor externo, que busca probar la cocina tradicional encontrándose con una oferta muy convencional y económica, sin embargo, no se evidencia algo fuera de lo común en relación en la creatividad del emplatado o los procesos, que pueda ofrecer algo más de la simple necesidad de alimentarse, sino que pueda ofrecer también una experiencia entre ellos; una experiencia que los lleve a impresionarse, emocionarse y animarse a probar cosas nuevas.

Claramente, los profesionales de cocina necesitan un método en la generación y ejecución de nuevas ideas, evidenciando un proceso creativo el cual no se logra implementar de manera correcta o simplemente no se conoce en realidad y los beneficios que puede traer a la oferta del restaurante, siendo evidente la necesidad de estudiar e implementar el proceso creativo como una alternativa que genere una nueva opción de evolucionar la oferta local, con resultados satisfactorios para los hoteles o restaurantes en lo económico y el reconocimiento. Potenciando el autoaprendizaje y la creatividad de los chefs en el campo gastronómico, incrementando la demanda de platos originales, provocando un interés en el consumidor, modificando la perspectiva de la gastronomía local.

Encuesta

Dentro de este acápite se ventila toda la información y datos recolectados bajo la modalidad cuantitativa a través de un cuestionario estructurado por ocho preguntas definidas por 4 abiertas, 2 mixtas y 2 cerradas. Donde, los profesionales de la cocina y estudiantes preprofesionales que trabajan en cocina fueron encuestados con el objetivo de conocer la

situación real sobre el proceso creativo y su aplicación en la provincia de Imbabura, de tal manera su análisis e interpretación se presenta por lo siguiente:

Pregunta 1

¿Qué conoce del proceso creativo en cocina?

Para expresar el análisis e interpretación de las respuestas de esta pregunta abierta, se define de forma clara y precisa, los datos e información obtenidos, bajo las siguientes alternativas:

Respuesta 1: No tienen conocimiento del proceso creativo

Respuesta 2: Un proceso técnico de cocina

Respuesta 3: Proceso diferente a la creatividad

Respuesta 4: Un proceso de idea de cocina

Tabla 3

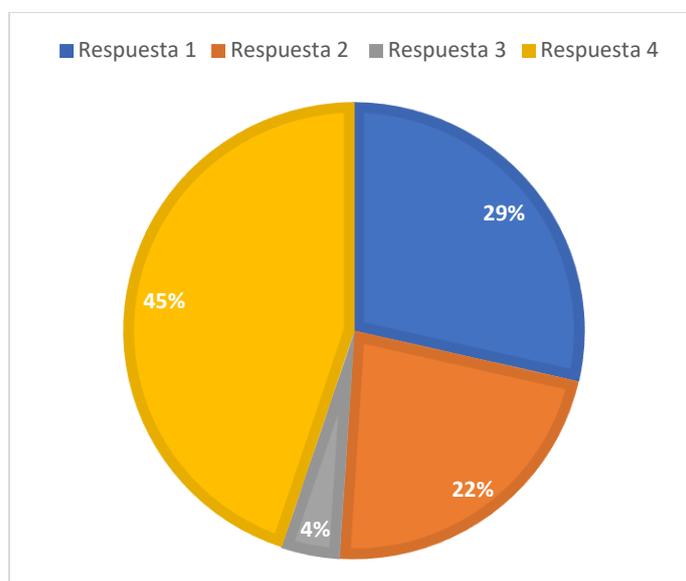
Conoce del proceso creativo en cocina

Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	13	28.88%
Respuesta 2	10	22.22%
Respuesta 3	2	4.44%
Respuesta 4	20	44.44%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 1

Conoce del proceso creativo en cocina



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e-interpretación

Los profesionales de cocina de la provincia de Imbabura, tiene bases fundamentales sobre el proceso creativo de cocina, donde manifiestan que la técnica, conocimiento, recursos, idea, creatividad y sabores, son elementos cruciales para interponer en la elaboración de los platos, en beneficio de mejorar la oferta de un restaurante, desarrollando sustancialmente la economía de un establecimiento. Según (Abbate et al., 2019) los elementos cruciales de la creatividad son componentes intrínsecos del individuo, fuentes externas como el conocimiento y técnica, además ambientales como la sostenibilidad financiera del establecimiento.

En este sentido, es viable introducir una propuesta que aplique el proceso creativo en cocina ya que los chefs a nivel profesional poseen la mayoría de los factores, es decir que pueden elaborar un producto que satisfaga las necesidades del cliente bajo la presentación innovadora y llamativa de los platos típicos fomentando y elevando el consumo. La provincia de Imbabura tiene en su mayoría profesionales de cocina con un nivel medio con respecto a los conocimientos del proceso creativo en cocina, el cual, permite mejorar y transformar los servicios de oferta bajo el cambio gradual en la realización y presentación de los platos ofertados.

Pregunta 2

¿Cree usted que la demanda de creatividad de los platos mejora la gastronomía de Imbabura?

El análisis de esta pregunta abierta se conceptualiza en el contexto de que el consumidor tiene un mayor interés por restaurantes que presenten una oferta más creativa de un menú.

Respuesta 1: Si

Respuesta 2: No

Tabla 4

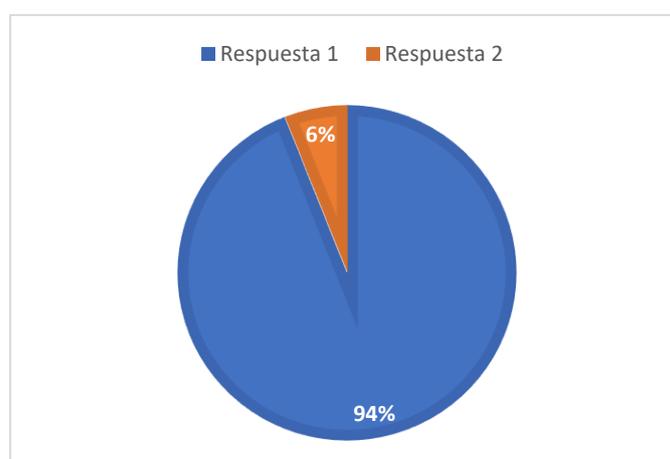
Demanda de creatividad

Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	42	94%
Respuesta 2	3	6%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 2

Demanda de creatividad



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e interpretación

Dentro de la provincia de Imbabura los profesionales de cocina mencionan que la demanda de la creatividad en sus elaboraciones ayuda a mejorar la publicidad de sus restaurantes y de la gastronomía local, ante ello, Tipán (2019), en su artículo científico el fomento de la creatividad tiene sentido cuando las ideas dejan de ser ideas y se convierte en nuevos productos que distinguen a una empresa de la competencia, por ende, la creatividad es un factor clave para la publicidad.

En este contexto, la creatividad en las elaboraciones de nuevos productos es un factor importante para promover la publicidad de los hoteles y restaurantes, siendo clave la comprensión de los elementos como el ser creador, proceso creativo y la situación del restaurante y como se desarrolla la interacción entre ellos para lograr obtener una diferenciación entre la competencia.

Pregunta 3

¿Qué platos ha elaborado bajo su creatividad?

La información vertida en esta pregunta abierta se observa la creatividad de los chefs mediante los diferentes platos creados bajo un entendimiento del proceso creativo, observando creaciones originales de los diferentes cocineros.

Respuesta 1: Adaptación

Respuesta 2: Deconstrucción

Respuesta 3: Influencia de otras cocinas

Respuesta 4: Ninguna

Tabla 5

Platos creativos

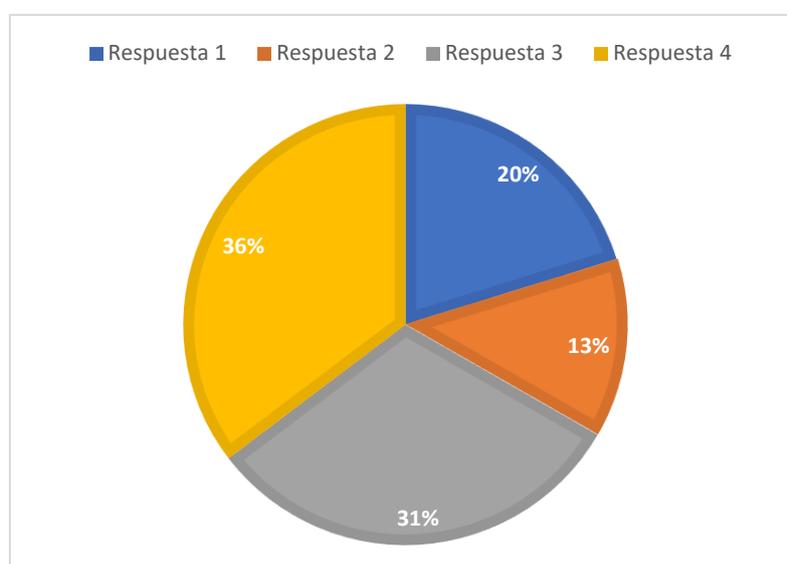
Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	9	20%

Respuesta 2	6	13%
Respuesta 3	14	31%
Respuesta 4	16	35%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 3

Platos creativos



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e interpretación

Dentro de la provincia de Imbabura los profesionales en cocina evidencian un proceso creativo en sus elaboraciones, las cuales se pueden observar que introducen los métodos creativos como la deconstrucción, adaptación y las influencias de otras cocinas mencionados por Ferran Adria en su libro cómo funciona el Bullí (2010) el cual menciona que la creatividad en cocina se puede ver influenciada e impulsada por el arte, música, pintura, experiencias, entre otros; mencionando también algunos métodos que han ayudado a impulsar la creatividad dentro de la cocina del Bullí.

La cocina es un medio por el cual los profesionales de cocina pueden expresar su creatividad, observando que poseen un proceso creativo intrínseco, el cual se ve reflejado en sus elaboraciones, mediante sus diferentes métodos logran plasmar y crear productos nuevos e innovadores dentro de sus cocinas.

Pregunta 4

El proceso creativo en cocina posee las siguientes bases para su realización, el conocimiento, la técnica, los recursos y la idea. ¿De los platos qué ha elaborado diariamente que base cree usted que tiene mayor influencia en el proceso creativo en cocina?

Para el análisis de esta pregunta mixta se mencionan algunas de las bases del proceso creativo en cocina y la creación de la idea, identificando cual tiene mayor énfasis en la cocina diaria de los profesionales en cocina.

Respuesta 1: Conocimientos

Respuesta 2: Aplicación técnica

Respuesta 3: Recursos

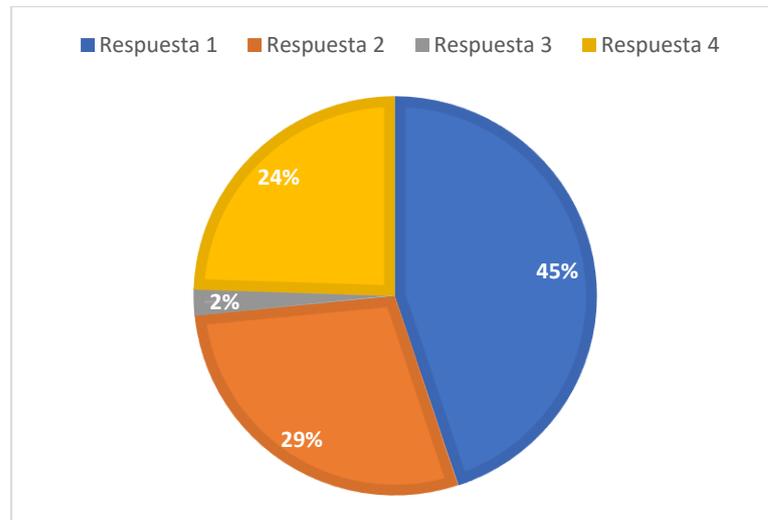
Respuesta 4: Idea

Tabla 6

Bases en los platos que introducen el proceso creativo

Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	20	44%
Respuesta 2	13	28%
Respuesta 3	1	2%
Respuesta 4	11	24%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico**4***Bases en los platos que introducen en el proceso creativo***Elaborado por:** Bastidas (2023)**Análisis e interpretación**

Los profesionales en cocina de la provincia de Imbabura mantienen el conocimiento de las bases necesarias para lograr generar ideas creativas, demostrando que logran implementar dentro sus preparaciones diarias, según Madeira (2022) en su modelo de proceso creativo, menciona que esta es la primera fase para el desarrollo de la idea, dado que es necesario mantener un conocimiento, técnica, recursos o una experiencia previa para lograr generar una idea y poder empezar con su elaboración.

Se observa que los profesionales en cocina tienen la posibilidad de poder desarrollar nuevas ideas, contando con las bases necesarias para su elaboración, esto se observa en su preparación en el área laboral, además de la posibilidad de generar un mejor entendimiento del proceso creativo en cocina, con la posibilidad de poder implementarlo y adaptarlo a su área de trabajo, teniendo como resultado una innovación en sus ofertas gastronómicas.

Pregunta 5**¿Qué técnicas de cocina moderna conoce y aplica usted?**

La información obtenida de esta pregunta mixta es evaluar el conocimiento que poseen los cocineros dentro de la provincia siendo métodos o tendencias actuales que se ven presentes en cocinas modernas.

Respuesta 1: Molecular

Respuesta 2: Deconstrucción

Respuesta 3: Nitrógeno líquido

Respuesta 4: Cocción al vacío

Respuesta 5: Ninguna

Tabla 7

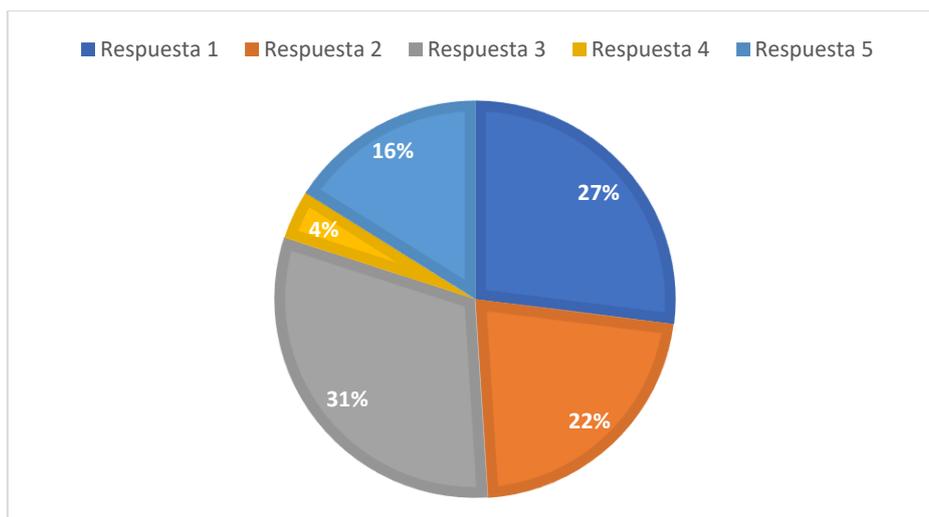
Técnicas de cocina moderna que aplican

Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	12	27%
Respuesta 2	10	22%
Respuesta 3	14	31%
Respuesta 4	2	4%
Respuesta 5	7	16%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 5

Técnicas de cocina moderna que aplican



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e interpretación

En la provincia de Imbabura se evidencia técnicas de cocina moderna aplicadas por los profesionales de cocina en sus elaboraciones, dichas técnicas pueden ser consideradas como impulsores de la creatividad, por sus diferentes aplicaciones dentro de la cocina, siendo consideradas técnicas fuera de lo común, según Hernando (2018) en el mundo de la cocina actual se puede crear algo nuevo con muy poco, teniendo la posibilidad de encontrar platos tradicionales favoritos para la mayoría de los comensales pero modificando o actualizándolos sin perder la esencia de la cocina tradicional.

En este contexto los profesionales de cocina tienen la posibilidad de aplicar estas técnicas de cocina moderna a las elaboraciones de la cocina tradicional cuidando su esencia, teniendo la oportunidad de modificar y alcanzar un nuevo nivel en sus preparaciones, mejorando la oferta dentro de sus establecimientos, ofreciendo una experiencia al consumidor de poder degustar la comida tradicional con una nueva perspectiva.

Pregunta 6

¿Tiene conocimiento para aplicar el proceso creativo en cocina?

Dentro del análisis de esta pregunta cerrada se diferencian dos alternativas que emana diferentes criterios con respecto al proceso creativo en cocina

Respuesta 1: Si

Respuesta 2: No

Tabla 8

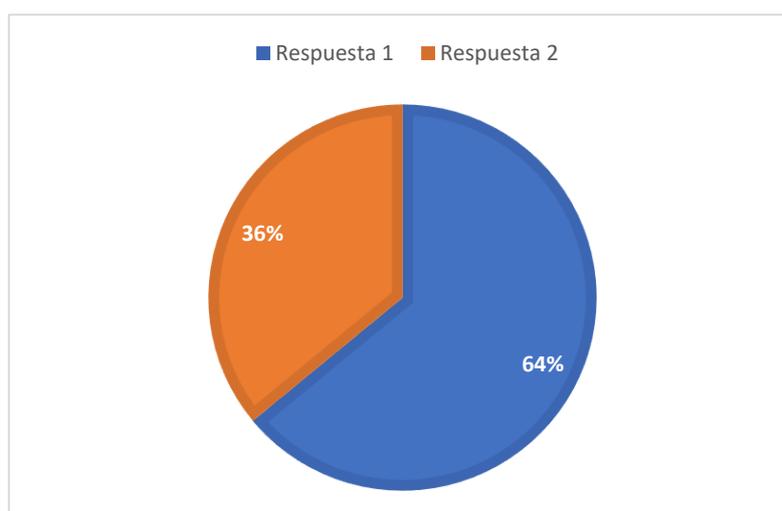
Conocimiento para aplicar el proceso creativo en cocina

Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	29	64%
Respuesta 2	16	36%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 6

Conocimiento para aplicar el proceso creativo en cocina



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e interpretación

Es evidente que los profesionales de cocina tienen los conocimientos básicos para poder aplicar el proceso creativo, por ende, se puede inferir que cuentan con la posibilidad de poderlo ejecutar de manera correcta dentro de sus cocinas, según Ochoa (2020) la implementación del proceso creativo puede tener resultados en el desenvolvimiento de su innovación culinaria, al

fusionar técnicas actuales con la cocina tradicional, además crear una diferenciación en el mercado local, logrando destacar su oferta gastronómica.

En definitiva, el tener conocimiento de como poder implementar el proceso creativo en cocina, cuenta con la posibilidad de desenvolver mejores ideas, además de poder ejecutar de manera correcta, obteniendo varios beneficios. Sin embargo, al no poseer conocimientos de cómo aplicar el proceso creativo en cocina es posible que el resultado de las elaboraciones no sea lo deseado, y al mismo tiempo se baja el nivel de calidad en la demanda de los consumidores provocando un estancamiento en el desarrollo de la cocina.

Pregunta 7

De las siguientes opciones señale su opinión sobre ¿Por qué no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de Imbabura?

En la interpretación de esta pregunta mixta se evalúa la opinión de los participantes con respecto a las diferentes causas de porque no se aplica el proceso creativo en cocina.

Respuesta 1: Los profesionales de cocina no tienen conocimiento suficiente

Respuesta 2: Limitación de recursos y materiales

Respuesta 3: No se siente necesario

Respuesta 4: Demanda de convencionalismo en la elaboración de los platos

Tabla 9

Por qué no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de Imbabura

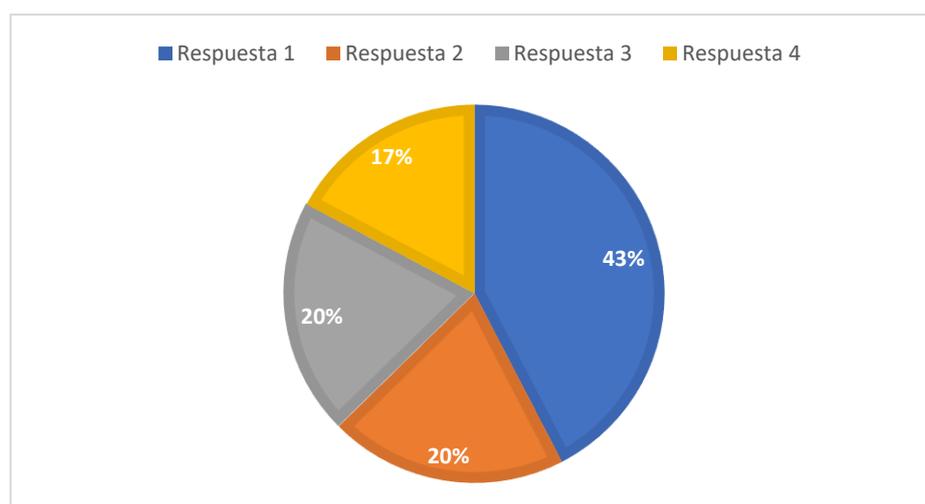
Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	19	42%
Respuesta 2	9	20%
Respuesta 3	9	20%
Respuesta 4	8	17%

Total	45	100%
--------------	-----------	-------------

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 7

Por qué no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de Imbabura



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e interpretación

Dentro de la provincia de Imbabura, se evidencian factores por los cuales no se aplica el proceso creativo en cocina, es decir que los profesionales de cocina no cuentan con los conocimientos necesario, no poseen los recursos, siendo la demanda del consumidor los platos tradicionales dentro de la provincia, por ende, no se aplica dentro de todas la cocinas, sin embargo Ferran Adrià en su libro que es cocina (2019) menciona que muchos individuos que no cuenta con los conocimientos técnicos han aportado importantes creaciones al mundo culinario, es decir que a lo largo de la historia del ser humano se han creado miles de preparaciones, con los recursos limitados, siendo la imaginación y la necesidad los causantes de la creación de nuevos platos.

Pregunta 8

¿Le gustaría aplicar el proceso creativo en cocina dentro de su restaurante?

Se evalúa el interés de los participantes de expandir su conocimiento del proceso creativo para poderlo aplicar dentro de sus cocinas.

Respuesta 1: Si

Respuesta 2: No

Tabla 10

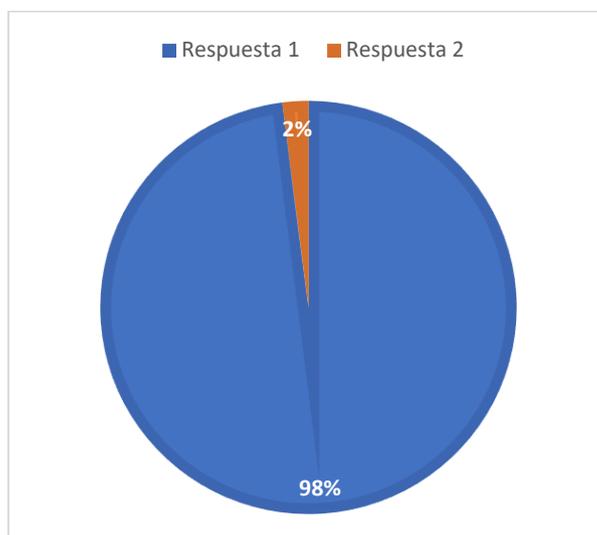
Aplicaría el proceso creativo en cocina

Moderador	Frecuencia	Porcentaje
Respuesta 1	44	98%
Respuesta 2	1	2%
Total	45	100%

Elaborado por: Bastidas (2023)

Gráfico 8

Aplicaría el proceso creativo en cocina



Elaborado por: Bastidas (2023)

Análisis e interpretación

Evidentemente, se muestra el interés en estudiar y aplicar el proceso creativo en cocina, dentro de la provincia de Imbabura; la curiosidad por crear nuevos platos, buscar nuevos

sabores, formas de elaborar los alimentos, incrementa el interés entre los profesionales de cocina como menciona Ferran Adrià en su libro que es cocina (2019) la cocina es una actividad que se hace presente y proyecta caminos futuros donde se admiran nuevos conceptos, ideas y formatos que podrán seguir desarrollándose y aprendiendo, siendo estos resultados los que nos hacen mirar en diferentes direcciones.

En este sentido el interés por seguir aprendiendo del proceso creativo y poder aplicarlo de manera correcta dentro de la cocina de Imbabura, abre las puertas a nuevas posibilidades de crear, investigar, adaptar, implementar nuevos conceptos dentro de la cocina, llevando a evolucionar las preparaciones tradicionales, mejorando la oferta del mercado local.

Análisis de la entrevista

Para el análisis e interpretación de la entrevista, la investigación determina una estructura acorde a los informantes claves, teniendo como prioridad el proceso creativo en la gastronomía de Imbabura, el cual requiere ser estudiando para lograr introducir a la cocina.

El informante A, es un profesional de cocina dentro de la provincia de Imbabura que ha desarrollado estudios referentes a la creatividad y el proceso creativo, contando con el conocimiento, técnica y recursos necesarios dentro de la cocina para poder aplicar el proceso creativo, además mantiene una perspectiva clara de cómo cree que se encuentra actualmente la creatividad en los profesionales de cocina dentro de la provincia de Imbabura. Siendo una fuente confiable para la presente investigación.

Según Entrevistado A (2024), se analiza en primer lugar el contexto de que se conoce del proceso creativo en cocina. En este sentido, menciona que el proceso creativo es desarrollar una idea, argumentando que el proceso creativo va acorde de la filosofía que tiene el restaurante, haciendo que encaje con eso. En segundo lugar, el proceso creativo es la técnica, de acuerdo a eso es posible crear, es por ello que, la técnica va de la mano del conocimiento. Dentro de la opinión se hace presente tres factores claves que estimulan la creatividad, como es la filosofía o inclinación del cocinero, los conocimientos y la técnica de los profesionales para poderlo producir como menciona Tindara Abbatte (2019).

Es evidente, que el proceso creativo en cocina contiene factores que ayudan a su desenvolvimiento, para poder generar ideas intrínsecamente, manteniendo una perspectiva clara dentro de la cocina, potenciando su creatividad y mejorando sus posibles resultados.

Para el desenvolvimiento de la creatividad es necesaria una inspiración, la cual, el informante A, hace referencia que encuentra inspiración en viajar, experimentar, conocer ingredientes y nuevas culturas, lo cual motiva al cocinero a realizar una investigación previa del producto, cultura o nuevas técnicas, teniendo como resultado más conocimientos y posibilidades de generar ideas dentro de su cocina. Siendo la inspiración con mayor relevancia entre los cocineros, aportando una mayor relación entre el cocinero y el producto.

El proceso creativo ayuda a los profesionales de cocina a generar ideas, las cuales producen que el ser creador se sienta conforme con el resultado obtenido, siendo posible que, durante el desarrollo de la idea, se pueda cambiar o modificar preparaciones entre prueba y error hasta llegar al objetivo de sentirse satisfecho con el resultado. En este contexto el proceso creativo en cocina tiene beneficios porque se puede demostrar como un diagrama de actividades que se deben realizar dentro de una cocina.

Entre otros indicadores analizados en el informante A, como en el informante B, que se encuentran presentes en el desarrollo de la creatividad son los factores motivacionales y el entorno o equipo de trabajo, los cuales se consideran de suma importancia dentro del proceso creativo, puesto que, los profesionales de cocina presentan mayor desconcentración o eficacia, dependiendo de su estado de ánimo, además de esto su entorno laboral, debe contar con profesionales capacitados, dispuestos aprender y desarrollar nuevas ideas.

La provincia de Imbabura actualmente se encuentra estancada en comparación de otras ciudades que han crecido mucho en gastronomía como son Quito, Cuenca, Guayaquil, Manabí, no se siente un progreso en la cocina local y del consumidor que no está dispuesto a probar cosas nuevas, está envuelta en el convencionalismo, terminado en un estancamiento o frustración de los chefs en el aspecto de no seguir intentando cosas nuevas, puesto que la cultura de la población no consume algo diferente del convencionalismo. Afectando fuertemente al desarrollo gastronómico y turístico de la ciudad.

Informante B, un profesional de cocina dentro de la provincia de Imbabura que tiene el conocimiento teórico del proceso creativo en cocina. Sin embargo, no fue capacitado dentro de esta área, por ende, no presenta un concepto claro, esto se ve reflejado en la mayoría de los profesionales de cocina dentro de la provincia.

El informante B analiza el proceso creativo desde el punto de vista que nace dentro del ser, no existe en realidad un proceso estandarizado, siendo el proceso creativo el cual nace y se

desenvuelve mediante lo visual y como se presenta un plato. En este sentido, no se presenta en realidad un estudio previo del proceso creativo, sin embargo, las investigaciones presentan diferentes modelos estudiados en la actualidad.

En definitiva, se ha diagnosticado que dentro de la provincia de Imbabura se necesita fomentar el proceso creativo en cocina, dentro de las escuelas para poder evolucionar a una cocina más vanguardista con nuevas técnicas, partiendo de lo que ya se conoce, sin dejar de lado nuestra identidad en la cocina ancestral. Dado que los chefs dentro de la provincia de Imbabura direccionan la creatividad directamente hacia el emplatado o la presentación final, sin la necesidad de estudiar cómo se ha generado esa idea o cual ha sido el proceso para poder obtener la idea.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Modelo de proceso creativo Bastidas

Esta propuesta permite entender el proceso creativo en cocina de la provincia de Imbabura, como un modelo gráfico que evolucione la forma de entender como surgen nuevas ideas y se pueden aplicar entre los profesionales en cocina desarrollando productos nuevos e innovadores. El fin radical de este modelo de proceso creativo es poder abrir y desenvolver la creatividad entre los profesionales de cocina, revolucionando la cocina tradicional, permitiendo avanzar y destacar elaboraciones dentro de un establecimiento culinario o restaurante. El autoaprendizaje de los profesionales de cocina se suma para poder abrir barreras que se presentan dentro del área laborar, por ende, este modelo pretende aportar en el proceso creativo de cocina.

Definición del tipo de propuesta

Entender cómo se aplica el proceso creativo en cocina de la provincia de Imbabura, tiene los siguientes pasos: Primero se analiza la necesidad por los líderes en este caso el dueño del establecimiento o el chef a cargo de la cocina, segundo se entiende el objetivo de la creación con preguntas como ¿qué se quiere obtener? y ¿por qué se quiere hacer?, una vez obtenidos estos puntos clave inicia la, tercera etapa donde se encuentra los recursos intrínsecos y la cultura creativa que posee el ser creador, esta etapa es conocida como la incubación donde importa la filosofía que tiene el cocinero o el establecimiento, manteniendo una perspectiva y una motivación por crear, se comienza la recolección de información como los conocimientos sobre el productos, técnicas e instrumentos a utilizar, el cual se logra desenvolver bajo la inspiración que puede ser generada por la experiencia obtenida del ser creador.

Cuarta etapa la idea, mediante la cocina mental donde se interpreta la combinación de los ingredientes, la aplicación de la técnica y las texturas que se quiere obtener en el producto, se genera la idea del plato, como se quiere presentar el plato pasando a la quinta etapa, el desarrollo de la idea, donde se inicia el proceso práctico de crear la idea obtenida, comunicando y escuchando las opiniones del equipo de trabajo que mantiene una cultura creativa, observando nuevos enfoques que se pueden adaptar a la idea original, generando una idea mejor estructurada para empezar su elaboración.

Sexta etapa, prueba y error comienza la combinación práctica de los ingredientes y técnicas, experimentando entre la interacción de las diferentes opiniones surgidas por el equipo de trabajo, hasta llegar a una versión final la cual es la séptima etapa, donde se presenta el producto terminado, generando la satisfacción del ser creador y el equipo de trabajo, obteniendo un producto listo para su comercialización, la última etapa la cual se presentan pequeñas degustaciones entre el consumidor, exponiendo una pequeña introducción, dando paso a explicar el producto, su elaboración y la perspectiva del chef. Con el objetivo de instruir al comensal, evitando la cultura del consumidor de comer por la necesidad de alimentar, con el fin de crear una cultura culinaria en el consumidor.

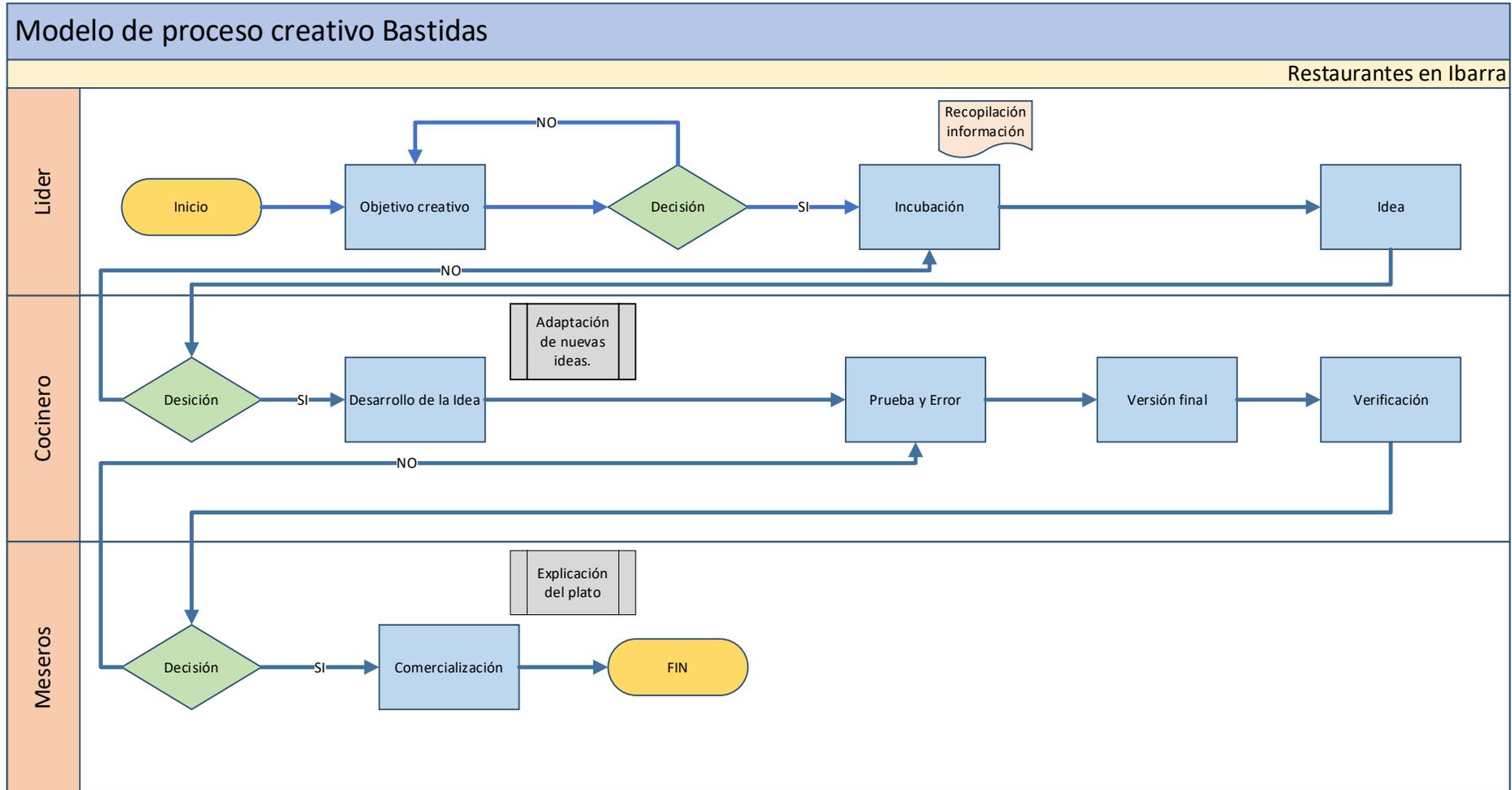
Tabla 11
Detalle de las actividades del proceso creativo Bastidas

PROCEDIMIENTO		
PROCESO CREATIVO BASTIDAS		
No.	Etapa	Actividad
INICIO		
1	Objetivo creativo	Se visualiza un objetivo al alcanzar mediante preguntas como ¿Por qué se quiere hacer? O ¿Qué se quiere obtener? Como podrían existir otras. Si en esta actividad se presenta una decisión, misma que tendrá la opción si dando paso a la siguiente actividad, en el caso de ser no, se regresa a la actividad del objetivo creativo, para que se analice a donde se quiere llegar con la idea una vez que se cumpla con esto se retomaría el avance del proceso.
2	Incubación	Infiere la filosofía del cocinero, mediante esta perspectiva comienza la recopilación de información, entre conocimientos, técnicas, productos, cultura, inspiración y motivaciones a realizar, se la denomina cultura creativa.
3	Idea	Mediante la cocina mental se combinan ingredientes, técnicas y texturas, obteniendo una idea del plato o también llamada la idea o momento "Eureka". Esta actividad se presenta una decisión, misma que tendrá la opción si dando paso a la siguiente actividad, en el caso de que la decisión sea no, se regresa a la actividad anterior que es la incubación teniendo como objetivo el cambiar o modificar hasta obtener una idea clara.

4	Desarrollo de la Idea (subproceso de la idea)	Inicia el proceso práctico para la reproducción del plato, mediante la comunicación al equipo de trabajo, generando un debate entre sí, con el fin de adaptar ideas, hábitos y la cultura con el fin de crear un producto mejor estructurado. Infiriendo solo en la etapa de la idea.
5	Prueba y error	Combinación práctica de ingredientes y técnicas, experimentando diferentes versiones hasta obtener un producto terminado.
6	Versión final	El producto terminado, donde el líder y equipo de trabajo se siente satisfecho con lo obtenido, para su comercialización.
7	Verificación	Aprobación del líder y el equipo de trabajo para poder implementar dentro de la carta del restaurante. Se toma la decisión entre la distribución en el caso de que la decisión sea si, avanzará a la siguiente etapa, en caso contrario se regresara a la etapa de prueba error para modificar el producto terminado con la aprobación para su comercialización.
8	Comercialización (Sub proceso)	El establecimiento brindará pequeñas degustaciones al público, explicando el producto y su elaboración, describiendo lo que se quiere expresar con la nueva oferta. Estableciendo su aceptación entre el público para poder ser implementado dentro del restaurante.

Elaborado por: Bastidas (2023)

Figura 6.
Modelo de proceso creativo Bastidas



Fuente: Elaboración propia Bastidas (2023)

Discusión

Para empezar, el entendimiento de la propuesta del proceso creativo es necesario especificar que se encuentra desarrollado dentro de la provincia de Imbabura en hoteles y restaurantes estándar, mediante la observación e interpretación de los datos recolectados, se expone un modelo diferente el cual cuenta con etapas que se pueden adaptar a la filosofía del cocinero o del establecimiento, sin embargo, los diferentes modelos de proceso creativos estudiados teóricamente se realizan dentro de hoteles y restaurantes reconocido con estrellas michelín en Europa, los cuales cuentan con conocimientos avanzados en diferentes campos, analizando los cuatro modelos de proceso creativo: Wallas (1926), Ferran Adrià (2019), Madeira (2022b) y Horng & Hu (2008), se ha obtenido un modelo basado y adaptado a la cocina local, el cual postula una guía de seguimiento más entendible al cocinero local.

Definiendo que la propuesta de modelo de proceso creativo es una adaptación de los cuatro modelos estudiados, a la gastronomía de Imbabura, identificando las etapas con mayor relevancia y aumentando etapas que se presentan dentro de la cocina local, siendo un modelo mucho más completo directamente a la gastronomía de Imbabura, mencionando que este modelo se puede interpretar o modificar dependiendo de la perspectiva de cada cocinero.

Los profesionales de cocina dentro de la provincia de Imbabura evidencian un bajo nivel de creatividad en sus elaboraciones, produciendo un estancamiento real en la evolución y desarrollo de la gastronomía a diferencia otras provincias del Ecuador, dado que no posee en realidad un alto grado de conocimiento en esta área, sin embargo, según la investigación, el estudio de la creatividad ha llevado al hombre a generar nuevas respuestas, crear nuevos productos, creando una oportunidad para el desenvolvimiento de la gastronomía local, es necesario el uso del modelo de proceso creativo propuesto con el fin de fomentar la creación de nuevas ofertas gastronómicas, desenvolvimiento y caracterizando la gastronomía de Imbabura.

Limitaciones

La investigación se realizó teóricamente en la provincia de Imbabura, por ende, se ve necesario aplicar el modelo de proceso creativo en estudios en hoteles o restaurantes de la zona.

El modelo de proceso creativo puede variar según la zona donde se realiza la investigación o la perspectiva que pueda tener el investigador.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Primeramente, la creatividad ha sido estudiada desde un sin número de campos científicos, dado que ha estado presente desde los inicios del ser humano, a medida que su estudio ha ido avanzando, se han generado una diversidad de conceptos; la creatividad dentro de la gastronomía se hace presente en la elaboración de nuevos productos, que han ido evolucionando a conceptos mucho más complejos, en la actualidad la gastronomía cuenta con diferentes estilos de cocinas, tendencias, culturas, productos, cada uno se genera desde la necesidad que tiene el ser humano de crear, investigar y consumir algo nuevo.

Sin embargo, el desenvolvimiento de cada idea nueva, cuenta con un proceso de creación, el cual se ha sido estudiado en la presente investigación, además analizado por un sinnúmero de investigadores en varias partes del mundo, la mayoría de estas investigaciones son realizadas en hoteles y restaurantes de Europa, reconocidos con estrellas michelín por su enorme creatividad en sus elaboraciones, dentro de América latina no se han evidenciado muchas investigaciones acordes al proceso creativo en cocina. El estudio de la creatividad y el proceso creativo dentro de la gastronomía es importante porque es el conjunto de etapas por las que se genera una idea, clave en el desenvolvimiento de la creatividad e innovación de la cocina local, creando la oportunidad de evolucionar la oferta gastronómica.

Dentro de la presente investigación se estudió el proceso creativo teóricamente y se diagnosticó como se encuentra la situación de los chefs de la provincia de Imbabura en el contexto de la creatividad y el proceso creativo, adicionalmente proponiendo un modelo de proceso creativo que se puede implementar dentro de la provincia de Imbabura. No es posible estandarizar el proceso creativo en cocina, debido que existen diferentes etapas o fases que pueden variar según la perspectiva del individuo, a pesar de ello, las diferentes investigaciones han logrado sintetizar y crear varios modelos del proceso creativo, cuyo fin es servir como una guía en los diferentes profesionales de cocina para poder desenvolver su creatividad, generando resultados nuevos e innovadores.

En la provincia de Imbabura se ha diagnosticado un estancamiento de la creatividad en los profesionales de cocina, ya que, poseen los conocimientos limitados sobre la creatividad y el proceso creativo, siendo un factor primordial dentro del desenvolvimiento de la gastronomía,

además se ven envueltos en el convencionalismo de la cultura del consumidor que se interesa más por los platos tradicionales de la zona, evitando probar cosas nuevas, teniendo efectos negativos en el desarrollo de nuevas propuestas de los chefs de cocina.

En fin, el proceso creativo en cocina dentro de la provincia de Imbabura no se encuentra desarrollo en su totalidad, por lo tanto es una oportunidad para los profesionales de la provincia, de poder analizar las etapas del proceso creativo, entender cómo funciona intrínsecamente como externamente, aprender nuevos conocimientos, técnicas, culturas y tendencias globales, además de poder aplicar el proceso creativo dentro de las cocinas, generando una mejor perspectiva sobre la creatividad, la posibilidad de desenvolver la cocina local, sembrando el camino hacia futuros profesionales que se desarrollan dentro de la provincia, brindando la oportunidad de tener el crecimiento gastronómico a nivel nacional.

Por ende, la propuesta del modelo de proceso creativo planteado dentro de esta investigación pretende sea utilizada como una herramienta o guía de seguimiento para lograr generar nuevas ideas y poder plasmarlas obteniendo una oferta gastronómica más interesante, el modelo de propuesta está constituido por nueve etapas que se pueden adaptar según la perspectiva de cada profesional o estudiante preprofesional que se encuentre en el mundo laboral, cada una de las etapas pretende aportar al conocimiento, técnica y cultura creativa del cocinero, teniendo como objetivo el desenvolvimiento de nuevas ideas, definiéndose como el punto de partida para el avance y reconocimiento de la gastronomía de Imbabura.

Recomendaciones

Se recomienda, analizar y estudiar las faces o etapas del proceso creativo por separado, siendo vital el entendimiento de cada una y los aspectos que lo conforman, aportando y adaptando a la gastronomía. Ampliando el estudio de la creatividad en cocina además de su desenvolvimiento en el área laboral.

Se requiere investigar aún más sobre el proceso creativo en cocina, teniendo la posibilidad de argumentar, adicionar o suprimir alguna de las etapas propuestas dentro del modelo de proceso creativo de la investigación.

En futuras investigaciones se recomienda evidenciar el avance de la gastronomía de Imbabura hablando de creatividad siendo este un factor para lograr la evolución y reconocimiento en el Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- Abbate, T., Presenza, A., Cesaroni, F., Meleddu, M., & Sheehan, L. (2019). restaurants : factors affecting the creative process of Michelin-rated chefs. *Sinergie Italian Journal of Management*, 37(1), 109–124.
- Abidin, M. R. Z., Ishak, F. A. C., Ismail, I. A., & Juhari, N. H. (2022). Explicating chefs' creativity in utilising Malaysian local herbs toward the development of modern Malaysian cuisine: A proposition of a conceptual framework for creative culinary process. *Thinking Skills and Creativity*, 46(September). <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101133>
- Adrià, F. (2013). *Teoría de la evolución culinaria, por Ferran Adrià*. Elbullifoundation. <https://elbullifoundation.com/audioguia/cast/instalaciones/3.html>
- Adrià, F. (2010). Como funciona elbulli. *Narratives of Therapists' Lives*.
- Adrià, F., Adrià, A., Sala, M., Pérez, I., & Laporte, E. (2019). *Qué es cocinar Qué es cocinar*.
- Aguilera-Luque, A. M. (2017). Pensamiento divergente: ¿qué papel juega en la creatividad? *Creatividad e Innovación Organizacional*, 5212429, 1–8. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.5212429>
- Aguilera Luque, A. M. (2018). Aproximaciones epistemológicas y metodológicas al estudio de la creatividad. *Revista Psicología Científica*, 17(3), 1–10. https://www.researchgate.net/publication/328692211_Aproximaciones_epistemologicas_y_metodologicas_al_estudio_de_la_creatividad
- Aguirreagoitia Martínez, A., & Fernández Poyatos, M. D. (2019). La simplicidad como proceso creativo culinario: una tendencia en el turismo gastronómico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 875–888. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.062>
- Almeida, P. (2011). *Estudio de la Gastronomía de la Provincia de Imbabura, Analisis e Influencia de la misma en el Desarrollo de la Zona*. 1–111. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11612/1/45434_1.pdf
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. In *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 45, Issue 2, pp. 357–376). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357>
- Amabile, T. M. (1996). Creativity in context: Update to “The Social Psychology of Creativity.” In *Creativity in context: Update to “The Social Psychology of Creativity.”* (pp. xviii, 317–xviii, 317). Westview Press.
- Amabile, T. M. (2012). *Cómo matar la Creatividad Pericia Capacidad de pensamiento creativo Motivación*.
- Amabile, T. M. (2013). *Motivacion y creatividad: el modelo de componentes de Teresa*

- Amabile - Pablo Pascale*. <https://neuronilla.com/motivacion-y-creatividad-el-modelo-de-componentes-de-teresa-amabile/>
- Barcelo Culinary Hub. (2021). *Cocina creativa*. Universitat de Barcelona. <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/cocina-creativa>
- Campos Cancino, G., & Palacio Picos A. (2018). *Creatividad y sociedad. Creatividad u educación* N^o 27. 167–183. <http://creatividadysociedad.com/articulos/27/7.Lacreatividadysuscomponentes.pdf>
- Casacuberta, D. (2022). Cognitive Models for Gastronomic Creation and Innovation. *Debats*, 136(1), 163–173. <https://doi.org/10.28939/iam.debats-en.2021-11>
- Correa Tipán, J. L., Ledesma Cervantes, J. S., & Peñaherrera Larenas, F. (2019). Importancia de la innovación y creatividad en el desarrollo de productos. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 3(22), 31–37. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol3iss22.2019pp31-37>
- Da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Gondim, S., & Rodríguez, M. (2014). Factores favorables a la innovación en las organizaciones: una integración de meta-análisis. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 30(2), 67–74. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2014.06.006>
- el bulli foundation. (2023). *La pirámide creativa*. <https://elbullifoundation.com/audioguia/cast/instalaciones/43.html#vermas>
- Escuela de turismo y gastronomía de los pirineos. (2023). *Cocina creativa*.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. In *American Psychologist* (Vol. 5, Issue 9, pp. 444–454). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/h0063487>
- Haykir, M., & Çalışkan, O. (2023). Is There a Relationship between Empowering Chefs and the Culinary Creativity Process? *Journal of Culinary Science and Technology*, 21(3), 404–429. <https://doi.org/10.1080/15428052.2021.1955793>
- Hegarty, J. A., & Mahony, G. B. O. (2001). *La gastronomía : un fenómeno de expresionismo cultural y una estética para vivir*. 20, 3–13.
- Hennessey, B. A., & Amabile, T. M. (2010). *Creatividad y*.
- Hernando, A. (2018). *Cocina creativa*. Centro de Cualificación Turística de Murcia, 38. http://www.cctmurcia.es/formacion/SPF20101452_M.pdf
- Horng, J. S., & Hu, M. L. (2008). The mystery in the kitchen: Culinary creativity. *Creativity Research Journal*, 20(2), 221–230. <https://doi.org/10.1080/10400410802060166>
- La RAE. (2022). *Cocina*. *Cocina*. <https://dle.rae.es/cocina?m=form>
- Labarrere Sarduy, A. (2005). *Creatividad, Aprendizaje Creativo y Desarrollo del Sujeto*

- Creador. *Summa Psicológica*, 1(2), 37–47. <https://doi.org/10.18774/448x.2003.1.10>
- Larousse Gastronomique. (2023). *Gastronomía*. Diccionario Gastronómico. <https://laroussecocina.mx/palabra/gastronomia/>
- Lee, K. S., & Bucher, S. (2023). Desnobberizing good eating and drinking: (Re)defining gastronomy and culinary arts. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 33(August), 100798. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100798>
- Luisa, M. de M. (2015). *Las 5 caras de la creatividad*. <https://aquavitacoaching.com/las-5-caras-de-la-creatividad/>
- Madeira, A., Palrão, T., Mendes, A. S., & Ottenbacher, M. C. (2022a). The culinary creative process of Michelin Star chefs. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 258–276. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1958170>
- Madeira, A., Palrão, T., Mendes, A. S., & Ottenbacher, M. C. (2022b). The culinary creative process of Michelin Star chefs. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 258–276. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1958170>
- Martínez, O. L., & Brufau, R. M. (2010). Estilos de pensamiento e criatividade. *Anales de Psicología*, 26(2), 254–258.
- Maslow, A. R. (1957). *It (T)*.
- Montaña, J., & Moll, I. (2009). Ferran Adrià1, Juli Soler y el restaurante elBulli. El placer de innovar. *Management International*, 13(August), 155–158. <https://doi.org/10.7202/037512ar>
- Moss, S. A. (2002). The impact of environmental clues in problem solving and incubation: The moderating effect of ability. In *Creativity Research Journal* (Vol. 14, Issue 2, pp. 207–211). Lawrence Erlbaum. https://doi.org/10.1207/S15326934CRJ1402_7
- Ochoa, D. T., Palacios, M. F. P., & Parra, M. A. G. (2020). Tradición, producto y técnica: bases para aportar valor a la cultura gastronómica ecuatoriana en la actualidad. *Revista Publicando*, 7(25), 128–135.
- Oliveira, E., Almeida, L., Ferrándiz, C., Ferrando, M., Sainz, M., & Prieto, M. D. (2009). Tests de pensamiento creativo de Torrance (TTCT): Elementos para la validez de constructo en adolescentes portugueses. *Psicothema*, 21(4), 562–567.
- RAE. (2023). *Creatividad*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/creatividad?m=form>
- Ricci, P. (2020). Una revisión general sobre la creatividad. *Revista Científica Arbitrada de La Fundación MenteClara*, 5, 1–12. <https://doi.org/10.32351/rca.v5.201>
- Rojas-Rivas, E., Rendón-Domínguez, A., Felipe-Salinas, J. A., & Cuffia, F. (2020). What is gastronomy? An exploratory study of social representation of gastronomy and Mexican

- cuisine among experts and consumers using a qualitative approach. *Food Quality and Preference*, 83(March). <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103930>
- Runco, M. A., & Sakamoto, S. O. (1999). Experimental studies of creativity. In *Handbook of creativity*. (pp. 62–92). Cambridge University Press.
- Santos, M. . (2009). Pensamiento creador en tiempos de crisis. *Encuentros Multidisciplinares*, 11(31), 27–32.
- Sonia, C. (2023). *Tipos de creatividad*. IEPP. <https://www.iepp.es/tipos-de-creatividad/>
- Stasiulis, N. (2023). Creativity Reflections. *Filosofija. Sociologija*, 34(3), 215–218. <https://doi.org/10.6001/fil-soc.2023.34.3>
- Teresa, M., Serrano, E., Educación, M., & Anáhuac, U. (2004). *Creatividad : Definiciones , Antecedentes Y Aportaciones*. 1–17.
- Vázquez Gestal, M. (2011). Desarrollo de la creatividad publicitaria: pasado y presente. *Correspondencias & Análisis*, 190(1), 175–190. <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.11>
- Wallas, G. (1926). The art of thought. In *The art of thought*. London.

ANEXOS

Anexo 1

Instrumento guía de observación científica



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

TRABAJO DE GRADO

TRABAJO DE GRADO EN GASTRONOMÍA

GUÍA DE OBSERVACIÓN CIENTÍFICA

De campo: Obtención de datos dentro de la naturaleza del fenómeno a estudiar.

No estructurada: Sin limitar hacia una dirección de la observación más bien comprende la decisión del investigar a llegar más que las fronteras del objeto a estudiar.

Participativa: El investigador se involucra directamente con el ambiente y contexto y su desarrollo en la realidad.

Objetivo: Obtener información sobre el proceso creativo en chefs dentro de la provincia de Imbabura; en restaurantes o hoteles con renombre y una carrera de más de cinco años de trayectoria.

Aspectos a observar:

- Evidenciar los tipos de restaurantes
- Identificar los restaurantes o hoteles de renombre
- Carta en oferta de los restaurantes de renombre
- Formación del profesional de cocina en Imbabura
- Evidenciar el conocimiento de creatividad en los platos elaborados
- Contrastar el fomento del proceso creativo en cocina

Anexo 1

Instrumento guía de observación científica



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE DIRECCIÓN DE GRADO

TRABAJO DE GRADO FINAL DE GASTRONOMÍA

GUIA DE OBSERVACIÓN CIENTÍFICA

De campo: Obtención de datos dentro de la naturaleza del fenómeno a estudiar.

No estructurada: Sin limitar hacia una dirección de la observación más bien comprende la decisión del investigador a llegar más que las fronteras del objeto a estudiar.

Participativa: El investigador se involucra directamente con el ambiente y contexto y su desarrollo en la realidad.

Objetivo: Obtener información sobre el proceso creativo en chefs dentro de la provincia de Imbabura; en restaurantes o hoteles con renombre y una carrera de más de cinco años de trayectoria.

Aspectos a observar:

- Evidenciar los tipos de restaurantes
- Identificar los restaurantes o hoteles de renombre
- Carta en oferta de los restaurantes de renombre
- Formación del profesional de cocina en Imbabura
- Evidenciar el conocimiento de creatividad en los platos elaborados
- Contrastar el fomento del proceso creativo en cocina

Anexo 2

Instrumento cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE GRADO

TRABAJO DE GRADO FINAL DE GASTRONOMÍA

CUESTIONARIO

Estimado profesional de cocina sírvase en contestar el siguiente cuestionario con la finalidad de evidenciar la aplicación del proceso creativo en cocina y su relación con la gastronomía de Imbabura, Agradezco su atención y cooperación ya que la información y datos recolectados servirán para una investigación científica.

Objetivo: diagnosticar a través de un cuestionario la situación actual de los profesionales de cocina en relación con el uso del proceso creativo de los platos en oferta dentro del mercado actual.

Preámbulo

Edad:

Género:

Conocimiento Previo

Sobre creatividad: “La gamificación puede ser un diseño instructivo que entre sus ventajas se encuentre el ser capaz de controlar el impulso de los estudiantes hacia el uso de TIC de manera compulsiva e indiscriminada” (Sevillano & Vásquez, 2022).

Proceso creativo: “Es un proceso que busca ofrecer bases teóricas co-formativas y metodológicas útiles para la fortalecer la recepción de conocimiento y desarrollar al sistema de enseñanza-aprendizaje” (Ortega, 2022).

-Aplicación técnica ()

-Recursos ()

-Idea ()

5. ¿Qué técnicas de cocina moderna conoce y aplica usted?

-Molecular ()

-Deconstrucción ()

-Nitrógeno líquido ()

-Cocción al vacío ()

-Ninguna ()

6. ¿Tiene conocimiento para aplicar el proceso creativo en cocina?

Si ()

No()

7. De las siguientes opciones señale su opinión sobre ¿Por qué no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de Imbabura?

-Los profesionales de cocina no tienen conocimiento suficiente ()

-Limitación de recursos y materiales ()

-No se siente necesario ()

-Demanda de convencionalismo en la elaboración de los platos ()

8. ¿Le gustaría aplicar el proceso creativo en cocina dentro de su restaurante?

Si ()

No()

¿Por qué?

.....

Anexo 3

Instrumento cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE GRADO

TRABAJO DE GRADO FINAL DE GASTRONOMÍA

GUIA DE ENTREVISTA

ESTRUCTURA

No estandarizada: Se compone a partir de aspectos a entrevistar donde da apertura a debatir varios contenidos sin limitarse a una sola idea.

De campo: Se realiza dentro del contexto natural.

Participativa: El entrevistador busca que el entrevistado sea el personaje principal.

Individual: Se estructura aspectos a preguntar a cada informante clave.

Objetivo: Extraer información a partir de una guía de entrevista sobre el proceso creativo en cocina como técnica y su relación la gastronomía de Imbabura.

Informante A

Un profesional de cocina que tiene conocimiento del proceso creativo en cocina a nivel nacional e internacional, además conocer la situación actual de los chefs y de la calidad y necesidades de los clientes.

Aspectos por preguntar

Proceso creativo

- ¿Qué conoce del proceso creativo en cocina?

Es importante para mí de acuerdo al concepto que se tiene al restaurante, hacer el proceso creativo que encaje con eso, por eso yo tengo aquí parrilla bistro, yo no puedo meter aquí un sashimi, porque no tiene nada que ver con el concepto entonces eso no cuadra.

Conozco técnicas para mí lo más importante es saber la técnica porque de acuerdo a eso tu puedes crear, siempre la técnica tiene mayor relevancia, los conocimientos están arraigados con la técnica.

- ¿Cuál considera usted una fuente de inspiración?

Encuentra inspiración en los viajes es una, bueno yo cuando viajo me gusta mucho ir a mercados en los lugares que viajo, encontrar distintos ingredientes que tal vez no conozco y eso genera una investigación también porque no conoces el producto, vas investigando y vas viendo que puedes hacer con eso.

La inspiración se encuentra en viajar, experimentar, conocer ingredientes y nuevas culturas.

- ¿Cómo cree usted que el proceso creativo en cocina ayuda a desarrollar una idea

Ósea el proceso creativo es desarrollar una idea para mí, no creo que me ayude a desarrollar una idea y poderla aplicar.

Claro una va haciendo su proceso creativo y vas viendo si te gusta, no te gusta, hay algo que cambiar o no, hay algo que mejorar, talvez añadirle algo más, la idea se puedes modificar.

Yo creo que el fin del proceso creativo es lograr que a ti te guste, algo con lo que estas contento, porque yo en el desarrollo de un plato me puedo demorar de un día hasta 1 año o más, porque es hasta encontrar el balance perfecto, puede que la primera vez te salió perfecto o puede que no, hay personas que se encuentran un año dándole, dándole en cocinas de estrellas michelín que pasan un año viendo el balance perfecto, porque en esas cocinas haces, absolutamente todo

sabes, tienes cosas fermentadas, cosas que llevan cinco meses fermentar o más, entonces son cosas que llevan un montón de tiempo.

- ¿Considera usted que tener el conocimiento del proceso creativo en cocina beneficia a su aplicación?

Si tiene beneficios porque es un diagrama de cosas que tienes que hacer, entonces tienes que tener organización, por ende, si te ayuda a tener un conocimiento de como hacerlo o como desarrollarlo.

- ¿Cree usted que los factores motivacionales afectan a su creatividad?

Un 100% afectan, para mí si, a mí me afectan un 100% si yo no estoy en un buen estado mental no me salen bien las cosas en la cocina.

- ¿Considera que su equipo de trabajo cuenta con los conocimientos necesarios para apoyar su creatividad?

Si creo eso esta raizado a cuanto está dispuesto uno mismo aprender, entonces creo que está en cada uno, porque yo estoy abierta a que me pregunten cosas que yo siempre les digo a los chicos mi cocina funciona como un laboratorio si ustedes quieren venir y hacer algo aquí tenemos todos los equipos, si quieren probar hacer recetas háganlo, pero eso está en cada uno de querer hacerlo o no, por mi parte esta esa apertura de la cocina esta para ustedes si es quieren desarrollar cosas.

- ¿Cuál es su opinión sobre cómo se encuentra la cocina de Imbabura actualmente en el contexto de la creatividad?

Muy mal creo que no hemos avanzado mucho porque ves muchas ciudades que gastronómicamente han crecido muchísimo en Ecuador como Quito, Cuenca, Guayaquil, Manabí han crecido muchísimo gastronómicamente, nosotros, siento que estamos un poco estancados y también pienso que es por parte de la gente que no está abierta a probar cosas nuevas, siempre quieren lo mismo y les gusta la comida tradicional.

Opinión

Yo estudié en argentina y recibí tres años de proceso creativo, aquí en realidad no te enseñan proceso creativo, o tal vez la técnica no son las mejores, hay otras universidades que no te enseñan, te enseñan solo recetas, porque es lo más importante es la técnica para desarrollar básicamente.

La educación para mi aquí te enseñan recetas, ósea los chicos vienen y me dicen tengo que hacer esta receta, como hago entonces eso sería importante que te enseñen en las universidades en vez de las recetas como desarrollarlas y porque esas recetas se desarrolla así, sobre todo entender porque, que es justamente la técnica, porque la carne se debe cocer a esta temperatura, que genera que la carne se cocine a esta temperatura y cuál es el cambio si se cocina a esta temperatura así uno empieza a entender también el producto como lo trabajas.

La gastronomía de la provincia de Imbabura se encuentra estancada y eso termina generando en chefs o como en mi yo te hablo en mi experiencia, que justo habla de esto con una amiga ayer, genera frustración y por ende ya no quieres seguir intentando entonces te genera quedarte en lo mismo, en lo mismo ya no quieres seguir intentando porque la gente no lo aprecia, entonces dices para que hago esto si la gente no lo aprecia, es un ciclo de no terminar.

Es porque la gente no está abierta a probar cosas nuevas porque tú puedes decir esta delicioso este plato que hice, pero como es algo nuevo, la gente no lo compro y no puedes seguir generando algo que no se vende porque es perdida para tu negocio. Claro yo te hablo con la experiencia aquí en este restaurante el chamuyando son carnes a la parrilla y me gustaría hacer mucho más, pero no puedo porque el consumidor no lo acepta y eso que he puesto platos que van dentro de lo tradicional pero no puedo hacer nada mucho más fuera de lo normal aquí porque no se vende, y eso a mí me genera una frustración, me genera aburrimiento y me genera despecho de mi ciudad. Mi amiga también es cocinera y a ella le pasa lo mismo, entonces lo que pasa es que lo jóvenes terminan yéndose a estas ciudades, Ibarra se queda estancado.

El estancamiento de la ciudad afecta mucho el turismo porque Ibarra podría ser una ciudad llena de turistas y no somos porque no tenemos eso es lo que falta.

Desarrollar más platos distintos clara eso ya parte del restaurante, ir insertándolo en su menú e ir enseñándole, yo desde chiquita quise seguir gastronomía y yo siempre me di cuenta que la gente en Imbabura no sabe comer, siempre estuvo mi propósito de enseñarle a la gente de Ibarra que hay comida mucho más rica de lo que se conoce, hay comida más rica que los chifa y las

pollerías, entonces enseñarle al consumidor también. Entonces aquí nosotros también sacamos algunas cosas y vamos insertándole al cliente de cortesía pruebe esto, prueba esto así fue con el vino por ejemplo cuando mi papa inicio con el restaurante la gente no consumía vino y les iba brindando una copia y la siguiente ves que venían pedían una copa de vino entonces la gente consume un montón de vino aquí, se fue inculcando.

Informante B

Profesional de cocina con una experiencia teórica practica del proceso creativo en cocina.

Aspectos por preguntar

Proceso creativo en Cocina

- ¿Qué es el proceso creativo en cocina?

Yo creo que nace, no existe un proceso simplemente la creatividad nace, haces desarrollar tu sistema visual y como es tu presentación ante un plato.

Amenos que tu restaurante sea de estándar, en el cual sacas así siempre, ya debe haber una organización, pero desde que se realiza una receta estándar para no poder cambiar nada, sabes que siempre se maneja libre la forma de decorar. Pero es más factible que tú lo hagas, que la persona vaya y busque algo nuevo no lo mismo y lo mismo de siempre.

- ¿Qué se necesita para aplicar el proceso creativo en cocina?

Si es mas que obvio fomentar el proceso creativo en las escuelas para que no sea lo mismo de siempre si no que sea una cocina más vanguardista, con nuevas técnicas, partiendo de lo que ya sabemos en lo ancestral, pero con nuevos montajes algo que llame más la atención, pero sin dejar atrás las técnicas ancestrales, podemos llevarla a una cocina vanguardista pero no dejando de lado nuestra identidad.

- ¿Cuáles son las características, elementos y etapas del proceso creativo en cocina?

No conoce realmente las características, elementos y etapas del proceso creativo en cocina se debido dar un contexto porque no se conoce realmente del tema.

No, he tenido formación sobre ello, entonces si sería bueno que eso se fomente ahora en las escuelas, lo que te podría decir es que eso lo adquirí con la experiencia que tengo en cada lugar, restaurante que estado te va enseñando una cosa diferente entonces con eso hasta ahora mi manera de trabajar me ha llevado a eso a poder sobrellevar diferentes emplatados o diferentes presentaciones con lo que yo aprendido.

¿Cómo surge la inspiración en una idea para aplicar al proceso creativo en cocina?

Factor emocional

Debo de tener un buen estado de ánimo primo para poder crear, hay muchas veces que no vienes con ganas de nada y no te imaginas nada entonces yo creo que el espacio, el ambiente y como tu estes internamente hace que te lleve a que tu mente vagabunde y te inspire ese escenario.

Como los chefs se enfocan que la creatividad va directamente enfocada a lo emplatado

Anexo 4

Fiabilidad del instrumento cuestionario

Estadísticas de Fiabilidad de Escala	
	Alfa de Cronbach
escala	0.0933

Nota. los elementos 'Edad', 'Importante', 'Conocimientos', y 'Gustaría' se correlacionan negativamente con la escala total y probablemente deberían invertirse

Estadísticas de Fiabilidad de Escala	
	Alfa de Cronbach
escala	0.117

Anexo 5**Implementación del cuestionario**

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=aRS-jZzHIU6dQ8pl2enEdSE5iqG-4sBOsRwSEE1BOAhUNlcxRzFIMVZQWDJZNjBXUVBUVVpHSUZaMi4u>

Anexo 6

Implementación de la entrevista

Informante A

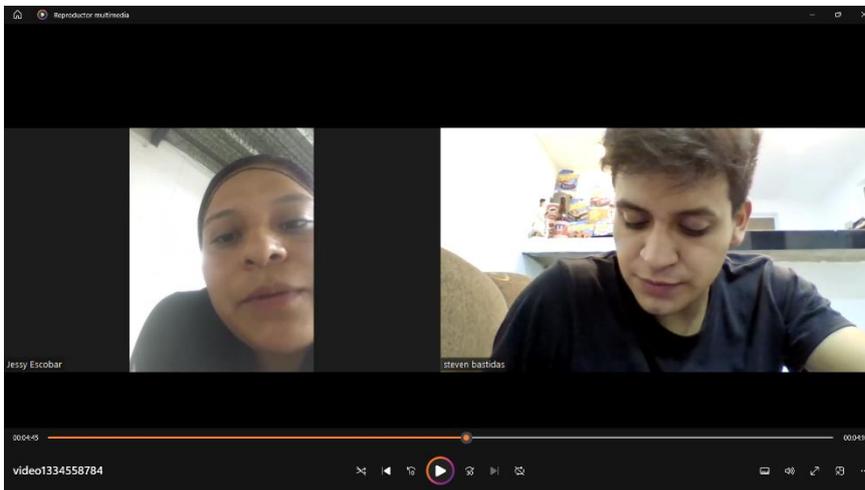
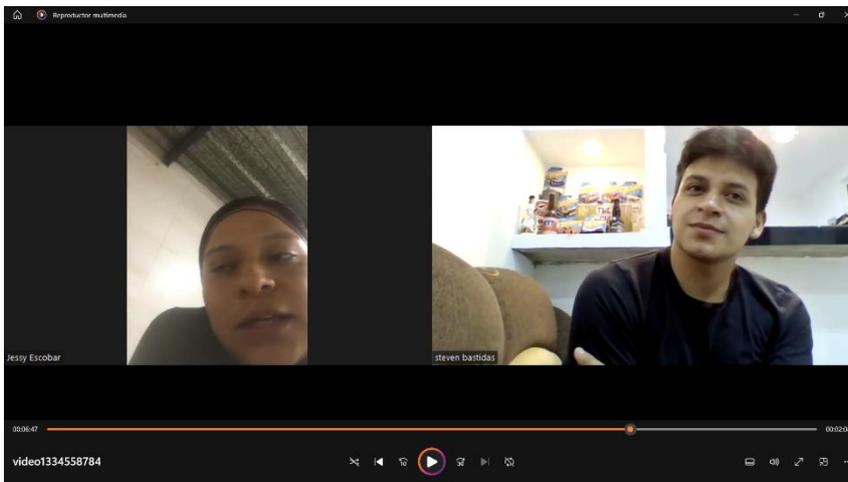


Audio de entrevista 1
.unknown



Audio entrevista 1
.unknown

Informante B



Anexo 7

Operacionalización de variables

Tema: Aplicación del proceso creativo de los chefs en la gastronomía de Imbabura							
Diseñar un plan estratégico de aplicación del proceso creativo en cocina para el fortalecimiento del desarrollo profesional y económico de los chefs de la provincia de Imbabura, 2023.							
Objetivos específicos	Variable / definición teórica	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Fuente	Instrumento / Preguntas	Instrumento / Opciones
Fundamentar teóricamente el proceso creativo en cocina para chefs.	Creatividad. - Se considera la búsqueda de nuevas soluciones a problemas logrando algo novedoso a partir de una idea previa, que establece relación entre objetivos conceptuales y materiales originales (Hennessy & Amabile, n.d.; Pascale, 2005; Santos, 2009).	Fuentes de inspiración. – El sentirse inspirado estar en contacto con uno mismo, existen 5 fuentes de inspiración la naturaleza, viajes, arte, grandes ciudades, libros (Méndez, 1996).	Etapas del proceso creativo en cocina	Entrevista a profesionales en cocina.	Chef del hotel Tunas y Cabras. Chefs que se encuentran ejerciendo la profesión.	P.1 ¿Aplica o no se aplica el proceso creativo en cocina dentro de la provincia de Imbabura?	Respuesta
		P.2 ¿Cuál cree usted que es la situación actual de los profesionales en cocina con respecto a la elaboración de un plato?					
		P.3 ¿Cuáles cree usted que son las exigenci					
Diagnosticar el uso del		Habilidades y conocimientos. – Tener dominio en el					

<p>proceso de creatividad en cocina de los chefs de la provincia de Imbabura.</p>		<p>campo o la técnica correcta es un requerimiento necesario que impulsa la creatividad (Hennessey & Amabile, n.d.).</p>				<p>as y demandas de los clientes con respecto a la elaboración de los platos?</p>	
<p>Implementar un diseño de propuesta</p>	<p>Proceso creativo en cocina. - Se explica como el proceso por el cual se logra obtener una idea, definiendo los objetivos a conseguir, surgiendo un</p>	<p>Factores motivacionales. – Depende en gran medida de factores internos y externos para mantener un grado alto de compromiso y de la organización en general (Araya Castillo</p>				<p>4.- ¿Es factible aplicar el proceso creativo en cocina dentro de la provincia de Imbabura?</p>	
						<p>P.5 ¿Qué ventajas se obtiene al aplicar el proceso creativo en cocina?</p>	
						<p>P.6 ¿Qué mejoraría si se aplicara el</p>	

<p>a sobre el proceso creativo en cocina para los chefs de Imbabura con una presentación de menú.</p>	<p>proceso de investigación, la obtención de ideas, desarrollo de la idea, el resultado creativo (Adrià et al., 2019)</p>	<p>Luis, 2016).</p> <p>Entorno laboral. – Según la OMS es un estado de completo bienestar físico, mental y social y no a la simple ausencia de enfermedades (Saludables, n.d.).</p>				<p>proceso creativo en cocina en Imbabura?</p>	