



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**  
**Facultad de Ciencias Empresariales**  
**Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería**

**La gastronomía y su aporte al desarrollo turístico del Distrito de Santa María, 2023**

**Tesis**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería**

**Autor**

**Ray Junior Silva Santos**

**Asesora**

**Dra. Flor de María Garivay Torres De Salinas**



**Dra. Flor de María Garivay Torres**  
**DOCENTE**

---

**Huacho- Perú**

**2024**



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

*(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)*

**Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Gestión en Turismo Hotelaría**

## METADATOS

<b>DATOS DEL AUTOR:</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>DNI</b>	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b>
Silva Santos, Ray Junior	47530592	02 abril del 2024
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
Garivay Torres De Salinas, Flor de María	15587359	0000-0002-2051-4901
<b>DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS-:</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>DNI</b>	<b>CODIGO ORCID</b>
Mamani Salcedo, Bertha Luz	07152414	0000-0002-7061-7474
Villafuerte Castro, Sandra Luisa	40735241	0000-0002-6087-5170
Calla Jaimes, Williams Ramiro	41469106	0000-0002-3174-2248

## LA GASTRONOMIA Y SU APOORTE AL DESARROLLO TURISTICO DEL DISTRITO DE SANTA MARIA, 2023

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>2%</b>	<b>8%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>7%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>5%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>www.inami.gob.mx</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.uta.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>dspace.uazuay.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

## **DEDICATORIA**

*Esta tesis la dedico a mi familia, que son muy importante para mí por su gran cariño, estimación y apoyo constante.*

**RAY JUNIOR SILVA SANTOS**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a la Universidad, por brindarme la formación y conocimientos necesarios mediante los docentes para culminar la carrera de Turismo y Hotelería, y por las experiencias vividas. Además, dirijo mi agradecimiento a los profesionales que aportaron para culminar esta investigación correctamente.*

**RAY JUNIOR SILVA SANTOS**

## ÍNDICE GENERAL

<b>TITULO</b>	i
<b>DEDICATORIA</b>	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b>	v
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	vi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	viii
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	ix
<b>RESUMEN</b>	x
<b>ABSTRACT</b>	xi
<b>INTRODUCCIÓN</b>	xii

### CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	13
1.2. Formulación del Problema	14
1.2.1. Problema General	14
1.2.2. Problemas Específicos	14
1.3. Objetivos de la Investigación	14
1.3.1. Objetivo General	14
1.3.2. Objetivos Específicos	14
1.4. Justificación de la investigación	15
1.5. Delimitación del estudio	15
1.6. Viabilidad del estudio	16

### CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	17
2.1.1. Investigaciones internacionales	17
2.1.2. Investigaciones nacionales	18
2.2. Bases Teóricas	19
2.3. Definiciones de términos básicos	28
2.4. Hipótesis de investigación	29
2.4.1. Hipótesis General	29

2.4.2. Hipótesis Específicas	29
2.5. Operacionalización de las variables	30

### CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico	32
3.2. Población y muestra	32
3.2.1. Población	32
3.2.2. Muestra	33
3.3. Técnicas de recolección de datos	33
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	34

### CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados	35
4.2. Contrastación de hipótesis	40

### CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados	45
------------------------------	----

### CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones	46
6.2. Recomendaciones	47

### REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas	48
-----------------------------	----

ANEXOS	53
--------	----



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Contribución de la calidad de la gastronomía al desarrollo turístico del distrito de Santa María</i> .....	35
Tabla 2. <i>Efecto de la calidad de Insumos para la preparación de alimentos para desarrollo turístico del distrito de Santa María</i> .....	36
Tabla 3. <i>Efecto de la calidad de las técnicas culinarias para desarrollo turístico del distrito de Santa María</i> .....	37
Tabla 4. <i>Efecto de la calidad de la Creatividad en la presentación de los alimentos en el desarrollo turístico del distrito de Santa María</i> .....	38
Tabla 5. <i>Pruebas de normalidad</i> .....	39
Tabla 6. <i>Pruebas de Pearson entre la gastronomía y desarrollo turístico</i> .....	40
Tabla 7. <i>Pruebas de Pearson entre la preparación de alimentos gastronómicos y el desarrollo turístico</i> .....	41
Tabla 8... <i>Pruebas de Pearson entre las técnicas culinarias de la gastronomía y el desarrollo turístico</i> .....	42
Tabla 9. <i>Pruebas de Pearson entre la creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos y el desarrollo turístico</i> .....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Calidad de la gastronomía al desarrollo turístico del distrito de Santa María	35
Figura 2 Calidad de Insumos para la preparación de alimentos para desarrollo turístico del distrito de Santa María .....	36
Figura 3. Calidad de las técnicas culinarias para desarrollo turístico del distrito de Santa María.....	37
Figura 4. calidad de la Creatividad en la presentación de los alimentos en el desarrollo turístico del distrito de Santa María .....	38
Figura 5. Comportamiento de la normalidad .....	39
Figura 6. Dispersión entre la gastronomía y desarrollo turístico.....	40
Figura 7. Dispersión entre los Insumos para la preparación de alimentos y desarrollo turístico .....	41
Figura 8. Dispersión entre las técnicas culinarias y desarrollo turístico .....	42
Figura 9. Dispersión entre la creatividad.....	44

## RESUMEN

Objetivo: determinar en qué medida la gastronomía aporta al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023. Considerando la metodología, corresponde al tipo básica, contó con enfoque cuantitativo, contó con diseño no experimental, también, se consideró como población a trabajadores de los restaurantes que ofrecen platos típicos en el distrito de Santa María, considerando 6: Fundo Palmira, el Huaranguito, Chinchay, el Paraíso de Rafaela; los 3 Reyes y el restaurante Elsa Reyes, considerándose a 30 trabajadores, incluyendo al dueño del negocio, cocineros y ayudantes de cocina. En cuanto a los resultados, en lo que respecta a la gastronomía, un porcentaje del 33.3% la califica como excelente, un 36.9% como regular y un 30% como mala; en lo concerniente a desarrollo turístico, el 23.3% de los encuestados lo calificaron como alto, el 40.0% como promedio y el 36.7% como bajo. Se concluyó que las variables presentaron correlación, teniendo como valor: 0.947 y un Sig. de 0.000, siendo significativa, evidenciando ser positiva y proporcional.

**Palabras claves:** Gastronomía, Desarrollo turístico y plan ambiental.

## ABSTRACT

In the preparation of this research, the objective was considered to be: Determine to what extent gastronomy contributes to the tourist development of the district of Santa María, 2023. Considering the methodology, it corresponds to the basic type, it had a quantitative approach, it had a non-experimental design, it also , the population was considered to be workers from restaurants that offer typical dishes in the district of Santa María, considering 6: Fundo Palmira, Huaranguito, Chinchay, Paraíso de Rafaela; los 3 Reyes and the Elsa Reyes restaurant, considering 30 workers, including the owner of the business, cooks and kitchen assistants. As for the results, with regard to gastronomy, a percentage of 33.3% rated it as excellent, 36.9% as average and 30% as bad; Regarding tourism development, 23.3% of those surveyed rated it as high, 40.0% as average and 36.7% as low. It was concluded that the variables presented a correlation, having a value of: 0.947 and a Sig. of 0.000, being significant, showing to be positive and proportional.

**Keywords:** Gastronomy, Tourism development and environmental plan.

## INTRODUCCIÓN

El Perú es reconocido por diferentes ámbitos, entre los que se destaca su gastronomía diversificada y original, que se le puede considerar como un elemento transformador social, que puede propiciar el desarrollo económico y que puede fomentar el cambio. Asimismo, ha ganado distintos reconocimientos a nivel mundial, que tuvo su mayor auge desde el año 2012, ganando premios como “Mejor Destino Culinario del Mundo”, siendo esta la distinción que ganó en 6 ocasiones consecutivas, y que fue otorgado por World Travel Awards,

Es pertinente mencionar que las entidades tanto públicas como privadas desempeñan un papel importante en el turismo, debido a que son las impulsadoras del crecimiento local del sector. Asimismo, se resalta la participación de la población para el turismo, ya que pueden fomentar costumbres y viajes.

Esta investigación se estructuró considerando los siguientes puntos:

**Capítulo I:** Se muestra el Planteamiento del problema, con los respectivos elementos que lo conforman.

**Capítulo II:** Se muestra el Marco Teórico, con los respectivos elementos que lo conforman.

**Capítulo III:** Se muestra la Metodología, con los respectivos elementos que lo conforman.

**Capítulo IV:** Se muestra los Resultados obtenidos.

**Capítulo V:** Se muestra la Discusión de resultados.

**Capítulo VI:** Se muestra las Conclusiones y Recomendaciones.

Luego, se presenta las referencias utilizadas.

Finalmente, se presenta los anexos elaborados.

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1.Descripción de la realidad problemática

La gastronomía a nivel mundial ha ido evolucionando notablemente, y uno de los casos más sobresalientes en lo que respecta a países es el de Perú, siendo un país que es reconocido por su variedad y exquisitez en su gastronomía, siendo también ganador de concursos y reconocimientos al mejor restaurante; ello radica en la calidad de los insumos que se utiliza, las técnicas culinarias y la presentación de sus platos como parte de su cultura. La gastronomía peruana está al nivel de las potencias gastronómicas, de países como Francia, Italia, China, México, que han ido teniendo cambios y se han presentado fusiones innovadoras, para crear nuevos platos o para agregar nuevos insumos a los tradicionales. (Maldonado, 2002)

La gastronomía es vista desde la óptica de un atractivo de tipo folklore, la cual fomenta el turismo gastronómico.

En el distrito de Santa María se preparan platos típicos, como por ejemplo el arroz con pato, la sopa Huachana, ceviche de pato, pachamanca de chanco, tamales, chicharrones, y con respecto a las bebidas, se tienen entre las más conocidas al vino y la chicha. Solorzano ((2016)

Sin embargo, se ha observado que algunos de los insumos para la preparación del alimento no se están produciendo en la campiña, enfáticamente, la naranja agria, que es un ingrediente importante para la preparación de algunos platos típicos que se producen en esta zona, y que le dan un gusto especial a las comidas que son de plena satisfacción para los clientes, pero que en otras zonas se utilizan otros insumos.

Algunos restaurantes no respetan sus recetas y las técnicas culinarias utilizadas desde sus ancestros, es decir la forma en la que se preparan los insumos, la cual forja su identidad gastronómica, representando ser un distintivo; y en cuanto a la presentación y creatividad de los alimentos muchos no le dan importancia a la presentación o vistosidad de platos, teniendo en cuenta que todo entra por los ojos y que de alguna manera provoca al comensal, son detalles que el cliente toma en cuenta, también cabe mencionar que algunos platos típicos de la zona se han dejado de preparar, además son escasos los

restaurantes que los preparan o en fechas muy importantes, como es el caso de la sopa huachana. De seguir con esta problemática cada vez más van ir desapareciendo estos potajes que a la larga iremos perdiendo parte de nuestra cultura, lo cual desfavorece al turismo.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿En qué medida la gastronomía aporta al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a. ¿De qué manera los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?
- b. ¿De qué manera las técnicas culinarias de la gastronomía aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?
- c. ¿De qué manera la creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la Cultura aporta en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivos generales**

Determinar en qué medida la gastronomía aporta al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- a.- Determinar de qué manera los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.
- b.- Determinar de qué manera las técnicas culinarias de la gastronomía aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

c.-Determinar de qué manera la creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la Cultura aporta en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

##### **Teórica**

Esta investigación se elabora para aportar y enfatizar conocimientos sobre la Gastronomía y Desarrollo turístico del distrito de Santa María, los mismos que se sustentan en las bases teóricas que han sido seleccionadas y darán sustento teórico a las variables en estudio.

##### **Práctica**

Mediante los resultados se podrá evaluar cómo el producto gastronómico que comprende la diversidad de sus potajes influye en su consumo por parte de los visitantes, llegando a convertirse en una atracción turística que conlleva al desarrollo turístico del distrito de Santa María.

##### **Metodológica**

Se utiliza el método científico y se realiza un adecuado tratamiento de datos, con la finalidad de que la teoría resultante de la investigación sea válida y confiable. Asimismo, servirá de base para que otros investigadores puedan seguir investigando sobre este tema.

#### **1.5. Delimitaciones del estudio**

- Delimitación espacial: Se considera al distrito de Santa María, provincia de Huaura, departamento de Lima.
- Delimitación social: Se considera a trabajadores de los restaurantes típicos del distrito de Santa María, como: Fundo Palmira, el Huaranguito, Chinchay, el Paraíso de Rafaela, los 3 Reyes, restaurante Elsa Reyes, considerándose a 30 trabajadores, abarcando al dueño del negocio, cocineros y ayudantes de cocina.
- Delimitación temporal: Se desarrollará en el año 2023.



## **1.6. Viabilidad del estudio**

Se logró la viabilidad ya que se dispuso de los recursos requeridos para elaborar y culminar la investigación correctamente, como los financieros, materiales, tiempo, autorización e información pertinente.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Rivadeneira (2022) elaboró su investigación: El food Design en la cocina local de Ambato, en la cual consideró como objetivo: demostrar que la estética dentro de la cocina local de Ambato es de gran importancia en la evolución del turismo gastronómico de Ambato, y se pretende brindar una mejor experiencia al turista mediante la “seducción” visual. En su investigación enfatizó que en diversas partes o países se está implementando una táctica, siendo la de presentar de manera innovadora los platos antes de que los turistas los degusten, para generar una experiencia única, impactante, en pocas palabras para seducirlo, y que se pueda lograr su satisfacción al momento de degustarlos. Para lo cual, enfatiza que los empresarios en Ambato se orienten en esta táctica para poder sobresalir y ganar reconocimiento o diferenciación. Finalmente, se detalla la evolución de la presentación de los platos de comida con el pasar de los años, evidenciando que la gastronomía ecuatoriana debe seguir esta evolución para mantener un grado de competitividad.

Ochoa (2021) en su investigación: Turismo gastronómico. Una alternativa para el desarrollo de la Bahía de Kino, Sonora, consideró como objetivo: analizar las distintas oportunidades que se presentan en Bahía de Kino, Sonora. Presentó que la gastronomía ha ido ganando reconocimiento y ha ido ganando relevancia, especialmente para el turismo, ya que actúa como punto generador de destinos turísticos para atraer turistas. Asimismo, resaltó que la variable es un elemento que fomenta el desarrollo local, ya que fomenta la preservación de tradiciones de las localidades. Con respecto a la metodología, fue descriptiva y explicativa, se empleó como técnica a la encuesta. Se obtuvo que se pudo establecer el perfil del potencial turista que puede visitar lugares por su gastronomía, y que la oferta de platos se basa en productos marinos, indicando que se tiene la oportunidad de promover el turismo gastronómico para propiciar de manera viable el desarrollo de la comunidad considerada.

Saldaña (2020) en su investigación: Propuesta de creación de una ruta gastronómica para el sector urbano del Cantón Biblián, perteneciente a la provincia del Cañar, refirió como objetivo: diseñar una propuesta de ruta gastronómica para promover y desarrollar la actividad turística del cantón mencionado. Con respecto a la metodología, fue cualitativa y bibliográfica, y finalmente se logró diseñar la propuesta para fomentar el desarrollo del turismo en el cantón evaluado.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Cruz (2021) en su investigación: La Gastronomía en Lima para el desarrollo económico y posicionamiento turístico; enfatizó que Lima, al ser la capital del Perú y considerando su importancia, representa ser una vitrina culinaria, es decir, es como una pantalla para reflejar o mostrar la gastronomía de la localidad o del país a las personas y a extranjeros, fomentando una cultura ancestral y enfocándose en brindar una experiencia única y exquisita de platos típicos; ello incita a los visitantes a visitar las ciudades o localidades para degustar los platos. Asimismo, menciona que entidades como el MINCETUR, CENFOTUR y la Municipalidad Metropolitana de Lima están trabajando conjuntamente para elaborar proyectos para fomentar el desarrollo económico de los empresarios gastronómicos, llevando a cabo ferias o festivales. En adición siguen los esfuerzos para desarrollar y ayudar a los empresarios gastronómicos, para que se pueda generar un gran mercado turístico que propicie el desarrollo sostenible, e incentivar a que puedan ofrecer servicio post venta confiable para propiciar el turismo en Lima.

Obeso (2020) en su investigación: Influencia de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de Latinoamérica: una revisión de la literatura científica en los últimos 10 años, consideró como objetivo: conocer la influencia de la primera variable sobre la segunda. Encontró que la gastronomía tradicional ha ido ganando mayor popularidad y tiene su mayor auge en los últimos años, generando motivación en los turistas para visitar las ciudades, por ende, genera más ingresos para el turismo y las comunidades que reciben a los visitantes. Asimismo, obtuvo que la primera variable influye sobre la segunda,

debido a que con estas variables se mantiene viva la costumbre gastronómica para fomentar el viaje de turistas.

García (2018) elaboró su investigación: Condiciones turísticas favorables que presenta el destino de Trujillo, para el desarrollo del turismo gastronómico. Menciona que los platos típicos de Trujillo son el cabrito, sopa shambar, ají de gallina, pepián de pavita, sudado, chicharrón de pescado, etc. Asimismo, esta ciudad cuenta con restaurantes con un sobresaliente posicionamiento, como El Mochica de Bolívar, el Paisa. En adición, los turistas cuando viajan a Trujillo se interesan en su gastronomía, fomentando su decisión para degustar los platos típicos. Con respecto a la metodología, se empleó el método etnográfico, analítico – sintético, se empleó como técnica a la observación, entrevista, fichaje, encuesta y registro gráfico. Finalmente se concluyó que la ciudad de Trujillo si posee condiciones que favorecen el turismo gastronómico.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Variable independiente: Gastronomía**

#### ***A. Definiciones***

Corresponde a la relación entre el alimento y la cultura, que abarca también la relación del hombre con su alimentación y con el medio ambiente que lo rodea.

Esta variable no solo se relaciona específicamente con la comida, sino que también se relaciona con las culturas de las diferentes tierras que componen un país determinado, con lo cual se torna distintiva para cada caso.

OMT (2010) expresa que la gastronomía no se debe reducir a cocinar, sino que refleja también la cultura, tradiciones de un pueblo o comunidad, con sus formas de vivir, de comer, etc.

MINCETUR (2018) señala que consiste en los platos típicos, bebidas y dulces típicos o propios de cada comunidad o localidad, que refleja su historia, tradiciones que se plasman en los insumos y presentación del plato.

La Escuela de cocina Le Cordón Bleu Madrid (2023) menciona que la gastronomía abarca, aparte de cocinar comidas y degustarlas, al arte, que resalta la creatividad y técnicas culinarias de los cocineros para realizar una presentación atractiva y una experiencia sensorial agradable.

Con estas definiciones, se puede mencionar que la gastronomía es un arte para que, mediante la cocción de alimentos y creación de platos, se pueda satisfacer las necesidades de consumo o alimentación de las personas en un establecimiento, compartiendo en cada una de estas las costumbres o tradiciones de la localidad, así como también en las bebidas y postres que se ofrecen.

Montecinos (2017) considera que abarca los conocimientos, creatividad e intelecto para elaborar platos, y presentarlos atractivamente y para hacer sentir placer al comensal tras probar cada bocado. Además, que mediante los platos se pueda representar las tradiciones y costumbres simbólicas de las localidades o pueblos.

Gutiérrez (2012) refiere que abarca la relación entre los alimentos y la cultura, que considera varias ramas de la vida y que influye sobre las personas.

La gastronomía proviene de los términos: “gastros”: estómago, y “nomos”: ley, con lo cual se puede decir que abarca la relación entre las personas, las comidas y el medio ambiente. Por lo cual, la gastronomía no solo abarca técnicas o métodos de cocinar, sino que abarca la manera en la que se usan los insumos, los aspectos culturales que se forjan en estos y que representan su tradición local. (Sánchez, 2020).

Se puede considerar al arte culinario como las técnicas para que con los conocimientos pertinentes se pueda elaborar platos típicos atractivos y nativos, que representen la esencia distintiva de los pueblos. Asimismo, se resalta que con la gastronomía se enfatiza el boom de los rasgos diferenciales de los insumos nativos. (Rosa, L., Barrena, J., & Coronel, D. 2013).

Con el pasar de los años, la gastronomía del Perú se fue considerando como una ciencia propia relacionada con la nutrición de las personas y de su alimentación, que abarca relaciones sociales y económicas donde intervienen diferentes actores, ello según APEGA (2013).

La gastronomía peruana es especial y diferente a las demás en los países del mundo, por su diversidad de localidades, comunidades, regiones, con diferentes tradiciones, costumbres, presentación de platos, variedad de alimentos y cultivos, y por el estado de las tierras para que se puedan sembrar para obtenerlos. Asimismo, en ciertos casos, algunos restaurantes realizan la preparación bajo dirección técnica, pero en otros casos no. A pesar de ello, se ha estado empleando el término “revolución gastronómica”, refiriéndose como el fenómeno que fomentó la aceptación y el reconocimiento internacional de la gastronomía peruana para el resto del mundo.

Lauer (2006) investigó más sobre este término, refiriendo que en los años 2000 se propició la expansión y crecimiento de la gastronomía del Perú, así como el desarrollo del periodismo para dar cabida a esta, conllevando a su reconocimiento a nivel internacional, y que mediante ello se logra forjar y preservar la cultura del país. Además, generó que se desarrolle la formación de los chefs, que con esfuerzo y apoyo del gobierno han representado al Perú en concursos culinarios internacionales, logrando diversas distinciones que enfatizan el valor de la gastronomía peruana. Avolio, et al. (2008) señalan que la gastronomía peruana posee una amplia variedad de platos y bebidas, también diferentes entornos y costumbres para el consumo de estos alimentos. Además, refieren que estos rasgos característicos forjan la identidad de la comunidad con el patrimonio local, abarcando los alimentos que se cultivan o producen y las técnicas de cocinar, siendo distintas que le dan un gusto particular a las comidas y bebidas. Y representa a la cocina peruana como la memoria del peruano, siendo reconocido por los alimentos que produce y las técnicas culinarias que utiliza.

### ***Platos típicos***

Corresponde a las comidas, potajes o bebidas propias de una población, provincia o país, y que en la mayoría de casos, los insumos que se requieren son cultivados en el mismo país o zona. Los países tienen diferentes platos típicos que los diferencian, entre algunos ejemplos: El estado federal de Baviera (Alemania) tiene platos típicos muy similares con República Checa, en Portugal se tiene al bacalao, en Brasil, el feijoa da, en Estados Unidos, las hamburguesas, en el caso de Japón se tiene al sushi y en Perú se tiene como plato distintivo al cebiche. Shultz &

Luckmann (1973) comentan que los platos típicos representan que son prácticas culinarias, basadas en vínculos de costumbres, tradiciones y valores propios de una población, y que se representan en los insumos que se usan para preparar los platos. Asimismo, genera un lazo afectivo entre los visitantes con la cultura de la población, y que genera su preservación y transformación culinaria ante los cambios que se presenten en el entorno.

Giard (1999) comenta que los platos típicos representan la tradición de una población, y la innovación en términos de cocina, y que va mezclando el pasado y el presente para satisfacer las necesidades o demandas de los comensales, y para brindar una experiencia única.

Asimismo, Domínguez (2006) menciona que la cocina es un elemento distintivo y que da identidad a un pueblo o sociedad, que tiene como finalidad que, ante la posible emigración de los pobladores, el sabor culinario prevalezca y sea forjado y perdure para los visitantes y próximas generaciones.

Solorzano (2016) menciona que el distrito de Santa María cuenta con una gran variedad de recetas y potajes que se preparan en la distintiva campiña huachana, y se cuenta con varios restaurantes típicos para los turistas que deseen degustar los platos, potajes y bebidas características. Entre algunos de los platos y potajes más preparados, se tiene a los tamales, chicharrones y al seco a la huachana. Y los siguientes:

- a) Cebiche de pato: Es uno de los platos más reconocidos en el grupo de cebiches. Para su preparación, se usa la naranja agria, que proviene de España, y el arnaucho, que es el ají que se cultiva en Huacho.
- b) Sopa huachana: Se prepara con 3 carnes de animales diferentes, como lo son el pavo, pato y gallina, y para darle la consistencia se usa el pan francés. Este plato se solicita con frecuencia en los restaurantes típicos de la campiña huachana durante los fines de semana.
- c) Pepián de pavo: Los insumos que se necesitan para su preparación son: choclo desgranado, cecina, ají amarillo, cebolla grande, ajo, agua, sal y pimienta al gusto y pechuga de pavo.

## ***B.- Dimensiones***

Se consideran las siguientes:

- **Insumos para la preparación del alimento:** Corresponde a los elementos o ingredientes que son utilizados para preparar ciertos platos, bebidas o postres.
- **Técnicas culinarias:** Abarca las maneras, métodos o instrumentos que se utilizan para preparar alimentos, entre las más realizadas se tiene el asado, ahumado, fritura, etc.
- **Creatividad en la presentación de los alimentos:** Corresponde a la manera en la que se presenta u ordena los insumos cocinados para conformar un plato determinado, lo cual, el aspecto que se realice influye en la atracción visual al degustador.

### **2.2.2. Desarrollo Turístico**

#### ***A. Definiciones***

Guerrero (2014) considera que el turismo abarca el traslado o viaje de personas de un lugar a otro que desconocen, dirigiéndose por motivos como descanso, recreación, etc., para vivir experiencias nuevas.

Jiménez (2013) menciona que abarca ámbitos como el social, medioambiental, cultural y económico, orientándose a principios de sostenibilidad para el desarrollo local de una ciudad o comunidad.

Chadwick, (1994, citado en Monterrubio 2011) señala que el turismo se realiza con la finalidad de distracción, de desligarse por un corto periodo de responsabilidades como el trabajo.



Arrillaga (1962, citado en Jiménez 2013) comenta que representa el desplazamiento de la persona por decisión propia y en un periodo de tiempo determinado para realizar actividades no lucrativas, sino que de vivencias, relacionarse con otras personas, visitar lugares.

Monterrubio (2011) apunta que el turismo abarca una serie de variables y elementos, como relacionarse con otras personas o ambientes en viajes y permanecer un determinado periodo de tiempo en un lugar específico.

Abarca el mejoramiento de las instalaciones de ciertas infraestructuras para acoger a turistas, y de brindar servicios en condiciones idóneas, para lograr la satisfacción de las necesidades del turista. (Pearce 1991)

Shulte (2003) argumenta que el turismo se fundamenta en la demanda por parte de los turistas, con lo cual se representa como las actividades recreativas o sin fines de lucro en un entorno diferente al habitual. Asimismo, enfatiza que el turismo representa un elemento influyente para el sector económico, ya que genera empleos, fomenta inversión y propicia el crecimiento económico.

La Organización Mundial del Turismo (1995) lo define como el elemento que propicia el desarrollo local, asegurando que se respeten y se traten los ámbitos culturales, ambientales, sociales y económicos de manera correcta.

Pearson (1991) considera que es el conjunto de actividades orientadas en mejorar las instalaciones ofrecidas para alojar a los turistas, y para brindar servicios que satisfagan las necesidades de estos, asimismo incluye la generación de empleos y de ingresos.

Reyes (2002) señala que es un fenómeno de índole social, ambiental, económica y cultural, asimismo abarca relaciones interpersonales y el cumplimiento de valores tanto ambientales como culturales. Por su parte, la Ley General del Turismo N° 29408 enfatiza que desarrollar el turismo, aparte de sus actividades pertinentes, debe también abarcar la recuperación y conservación de los recursos naturales, y del cuidado del patrimonio cultural, para mejorar la calidad de vida de los pobladores locales, y para fortalecer el desarrollo de la localidad.

Zaballa, (s.f.) considera que abarca aprovechar los recursos naturales, mediante tecnologías actualizadas y que sean amigables con el medio ambiente. Asimismo, abarca facilitar la permanencia de las personas en estos lugares que son visitados.

Cantallops (2002) comenta que abarca el desarrollo de la industria turística, mediante el mejoramiento de la productividad, fortaleciendo para ello las condiciones económicas, físicas y políticas, para generar ingresos y sostenibilidad para las generaciones venideras, además de propiciar la satisfacción de los pobladores y de los turistas.

### ***Definición de desarrollo sostenible***

Organización Mundial del Turismo (1993) refiere que abarca el uso racional de los recursos de la naturaleza, asegurando su uso, pero también su protección, para no alterar el equilibrio ambiental, para que se pueda preservar el estado del medio ambiente para las futuras generaciones. Asimismo, abarca el cumplimiento de patrones orientados en lograr la transformación estructural en el ámbito socioeconómico, logrando beneficios tanto económicos como sociales, sin arriesgar los recursos naturales a las generaciones futuras. Es decir, el turismo sostenible abarca usar los recursos de la naturaleza para brindar un servicio adecuado y satisfactorio, empleándolos de manera eficiente para propiciar el desarrollo sostenible de la comunidad.

Carta del turismo sostenible (1995) expresa que este término involucra el conjunto de procedimientos enfocados en propiciar la gestión de los recursos naturales, con la finalidad de garantizar la durabilidad de los servicios que se entrega y de la naturaleza misma, con ello se puede lograr la conservación del medio ambiente y de la cultura de la población, y del cuidado y protección de las áreas protegidas. En adición, refiere que el turismo es un elemento muy importante que genera el desarrollo de la población.

Organización Mundial del Turismo (1993) comenta que este término tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los turistas y de los pobladores de las regiones que acogen a los viajeros, además de asegurarse de la conservación del medio ambiente para el futuro de las generaciones próximas. Asimismo, enfatiza que abarca la gestión de los recursos naturales para brindar servicios de turismo idóneos y de preservar la integridad cultural de la población, y del cuidado de los recursos naturales. Janssen et al. (1995) lo definen como el desarrollo de la población mediante el uso racional de recursos medioambientales para la satisfacción de necesidades de los visitantes y pobladores, con miras a garantizar la preservación de estos recursos para las personas de las generaciones venideras.

### **Principios**

1) El turismo debe establecer el uso límite de los recursos, para evitar sobrecargar o exceder el consumo de recursos naturales, dañando las propiedades y beneficios de estos al ser humano. Se requiere de un plan ambiental para establecer las actividades pertinentes. (Neil, J. 2000).

2) Participación local en actividades e inversión económica: Representa que se requiere de la participación de los pobladores para elaborar proyectos que beneficien de manera equilibrada a las autoridades y a la comunidad.

Cumpliendo estos principios se puede contar con los recursos necesarios y realizar un uso eficiente para sacar el máximo provecho posible, con lo cual se requiere de capacitaciones o planes de desarrollo para las PYME's locales (Cornfield, J. 2008).

Resulta pertinente que se capacite a los pobladores, ya que con ello se podrá mejorar la infraestructura y los servicios que se ofrecen mediante el desarrollo de habilidades y atención a los turistas. Con ello se logrará una mejor y coordinada distribución económica en la comunidad, y una mejora en su economía. (Meyer, 2002)

Desde el ámbito social, se tiene el enfoque en generar que el turismo pueda ser sostenible, basándose en respetar los principios de cuidado y conservación del medio ambiente para satisfacer las necesidades de las personas y comunidades. (Fulton, R. 2008).

Para lograr esta meta, no se debe tener fronteras sociales entre las comunidades locales con los visitantes. Un ejemplo de ello es el caso del Caribe, que, al tener una gran solvencia económica, disponen de hoteles de mayor calidad, brindando servicios muy buenos a los turistas, sin embargo, fuera de estos hoteles, la realidad de las personas no es acorde a lo que se demuestra en los establecimientos mencionados. Por lo cual, lo pertinente es que se logre brindar un servicio adecuado y cómodo a los visitantes, pero que a la vez pueda serlo para los pobladores aledaños; resultando pertinente la participación de las comunidades con las autoridades para entablar comunicación y puedan definir proyectos para eliminar estas fronteras sociales. (Slinger 2001).

### ***Características***

El turismo se centra en generar el crecimiento económico de la localidad o comunidad donde se brindan los servicios respectivos a los turistas, con lo cual se transmite la esencia de la zona y se genera mayor responsabilidad con el cuidado de los recursos naturales.

### ***B.- Dimensiones***

MINCETUR (2008) considera las siguientes:

#### **a) Infraestructura**

Abarca las condiciones de las instalaciones que se ofrece a las personas, como habitaciones, salones, etc., y que propician la interacción y la comodidad de estos.

#### **b) Tradiciones**

Representa las características, hábitos o costumbres distintivos de una comunidad o localidad, que se plasman sobre ciertos objetos, siendo en este caso en los platos típicos.

#### **c) Identidad cultural**

La identidad corresponde a los valores, principios, hábitos, costumbres que definen a una persona o grupo, y que se relaciona específicamente con la cultura. (Valencia et al., 2018; Fernández-Poyatos et al., 2019; Leigh & Song, 2020). Y llevando este concepto a un nivel más amplio, en

la sociedad se forja la identidad cultural de ciertas comunidades o localidades, que poseen sus propias tradiciones y hábitos, que genera diferentes experiencias en los turistas. Dicho de otras palabras, es el sentimiento de pertenencia o de identificación con un grupo o comunidad, y que distinguen a pueblos, comunidades, y que se expresan según sus rasgos distintivos y se mantiene a lo largo del tiempo. (Pomaquero et al., 2020; Alonso & Sanz, 2020; Suna & Álvarez, 2019). En el sentido orientado al turismo, los visitantes deben saber los hábitos, tradiciones o costumbres de la localidad que visita, para poder conocer, aprender y acoplarse a disfrutar de estas por un periodo de tiempo que desee. (Leyva & Pérez, 2017; Campos, 2018).

### 2.3 Definición de términos básicos

- **Liderazgo:** Corresponde a la capacidad de una persona de ejercer influencia sobre un grupo de personas, para motivarlos, establecer una comunicación efectiva y se les pueda apoyar para lograr una meta determinada.
- **Productividad:** Corresponde a un indicador que representa la relación entre los recursos empleados y los productos o servicios producidos.
- **Estilos de liderazgo:** Corresponde a los tipos o patrones de conducta del líder para dirigir a los trabajadores.
- **Líder:** Corresponde a la persona que logra influir a un grupo de personas, ya que logra comunicarse con estas de manera correcta y se esfuerza por representar una imagen ejemplar ante estos.
- **Liderazgo coercitivo:** Representa que el elemento central es la disciplina, y el líder no fomenta o permite flexibilidad, sino el orden y el deber.
- **Liderazgo benevolente:** Representa que el líder genera confianza en los trabajadores, los motiva con incentivos, sin embargo, una distinción es que recurre a castigos para generar temor, asimismo permite la expresión o generación de ideas de los trabajadores, y otorga cierta delegación o poder a los jefes de grupos para tomar decisiones, pero en base a un estricto control de políticas.

- **Liderazgo participativo:** En este tipo el líder fomenta confianza y participación en todos los trabajadores, y considera sus aportes para lograr los objetivos, asimismo no tienen temor o indisposición para permitir que el control sea compartido.
- **Eficacia:** Representa que se logra los objetivos de manera correcta, conforme a lo esperado.
- **Eficiencia:** Representa que se logra producir la cantidad esperada de productos o servicios empleando de manera eficiente los recursos necesarios.
- **Efectividad:** Representa que se logra cumplir los objetivos de manera correcta y se logran estos empleando la menor cantidad de recursos necesarios.

## **2.4. Hipótesis de investigación**

### **2.4.1. Hipótesis general**

La gastronomía aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

Los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

Las técnicas culinarias de la gastronomía aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

La creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la cultura aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023.

## 2.5. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independente: GASTRONOMIA	Insumos para la preparación de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos</li> <li>• Control</li> <li>• Capacitación</li> </ul>
	Técnicas culinarias de la gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horno</li> <li>• Fritura</li> <li>• Fermentación</li> <li>• Hervido</li> <li>• Guisado</li> <li>• Recetario</li> <li>• Tiempo promedio</li> </ul>
	Creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación tradicional</li> <li>• Estética</li> <li>• Envases y materiales</li> <li>• Impacto emocional</li> </ul>

**Fuente:** Le Cordon Bleu (2023)

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Variable Dependiente: <b>DESARROLLO TURÍSTICO</b>	Provisión y mejoramiento de instalaciones y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de servicios e instalaciones turísticas</li> <li>• Modernización de servicios e instalaciones turísticas</li> </ul>
	Creación de empleos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleo</li> </ul>
	Generación de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento económico</li> <li>• Mejor calidad de vida</li> </ul>

Fuente: Pearson (1991)



## CAPITULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño metodológico

##### 3.1.1. Tipo de investigación

En esta investigación, se consideró el tipo básica, debido a que se genera más conocimientos y se revisa teorías sobre las variables consideradas. Sobre ello, Behar (2008) menciona que corresponde a la investigación que se centra en formular teorías, agregar o generar nuevos conocimientos para incrementar o ampliar un marco teórico sobre ciertas variables, sin contrastarlos con la realidad.

##### 3.1.2. Enfoque

Se consideró el enfoque cuantitativo, siendo también que contó con diseño no experimental, y fue transversal.

**Enfoque cuantitativo:** Se emplea la estadística y escalas numéricas para tratar datos obtenidos de cierta población sobre determinadas variables. Hernández et al. (2014) mencionan que corresponde a que se emplea el análisis y la medición cuantitativa de los resultados obtenidos.

**No experimental:** Las variables no son modificadas por el investigador. Hernández et al. (2014) consideran que corresponde a que las variables no se modifican para hallar su efecto.

**Transversal:** Los datos son recolectados una sola vez. Hernández et al. (2014) refieren que los datos se recolectan una única vez.

#### 3.2. Población y muestra

##### 3.2.1. Población

Corresponde al grupo de elementos que cuentan con determinadas características que se desean investigar. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En este caso se abarca a trabajadores de los restaurantes que ofrecen platos típicos en el distrito

de Santa María, considerando 6: al fundo Palmira, el Huaranguito, Chinchay, el Paraíso de Rafaela; los 3 Reyes, restaurante Elsa Reyes, considerándose a 30 trabajadores, abarcando al dueño del negocio, cocineros y ayudantes de cocina.

### 3.2.2. Muestra

Se considera como el subgrupo que representa a la totalidad de la población para las pruebas que se realicen. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Se abarca a 30 trabajadores considerando al dueño del negocio, cocineros y ayudantes de cocina.

### 3.3. Técnicas de recolección de datos

#### a) Encuesta

Con esta técnica se puede recopilar datos de la población considerada para los fines que se crea conveniente. Behar (2008) refiere que es el documento mediante el cual se puede recopilar información o datos de una población determinada.

#### INSTRUMENTOS

#### a) Cuestionario

Se elaboró dos cuestionarios, siendo uno para cada variable considerada, además, se consideró la escala Likert: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5), con la finalidad de lograr recopilar datos de las variables tratadas. Hernández et al. (2014) señalan que se considera como el conjunto de hojas que abarcan interrogantes estructuradas y coherentes para aplicarse a ciertos participantes, con la finalidad de recopilar sus datos sobre ciertas variables a investigar.

#### A. Validez del cuestionario

Se empleó la prueba que se muestra a continuación, con la cual se obtuvo la correlación: 0.823, siendo considerado como válido de aplicarse.

<b>KMO y prueba de Bartlett</b>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,823
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	796,872
	Gl	30
	Sig.	,000

## B. Confiabilidad del cuestionario

Se empleó el Alpha de Cronbach, mediante el cual se obtuvo el valor: 0,881, considerándose confiable, ya que es mayor a 0,80, y este valor refiere que todo instrumento que tenga como valor ser igual o mayor a 0.80, se considera confiable.

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alpha de Cronbach	N de elementos
,881	26

### 3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Se aplica el instrumento a la muestra seleccionada.

Los datos recopilados se procesan en el software SPSS v.24.0, mediante el cual se tabulan, y se procede a ordenarlos y presentarlos en tanto tablas como figuras estadísticas, luego se realiza la contrastación de las hipótesis planteadas con la correlación de Spearman.

## CAPÍTULO IV

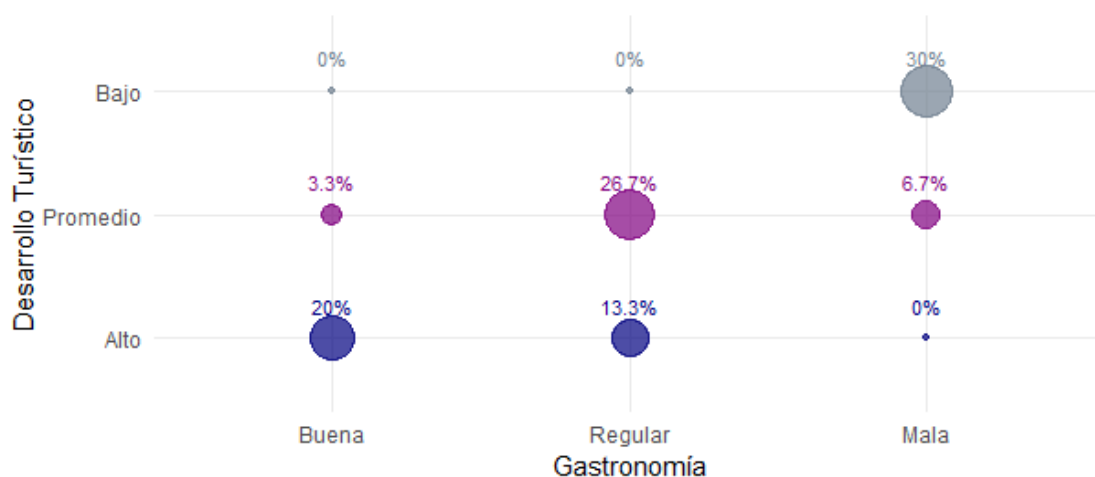
### RESULTADOS

#### 4.1. Análisis descriptivo

**Tabla 1**

*Contribución de la calidad de la gastronomía al desarrollo turístico del distrito de Santa María*

		Desarrollo turístico						Total	
		Alto		Promedio		Bajo			
		f	%	f	%	f	%		
Gastronomía	Buena	6	20.0%	4	13.3%	0	0.0%	10	33.3%
	Regular	1	3.3%	8	26.7%	2	6.7%	11	36.7%
	Mala	0	0.0%	0	0.0%	9	30.0%	9	30.0%



**Figura 1. Calidad de la gastronomía al desarrollo turístico del distrito de Santa María**

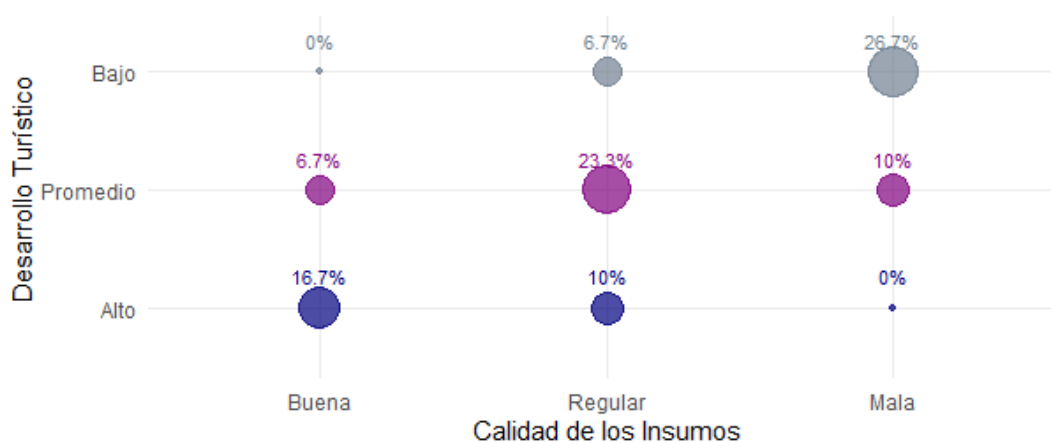
Se muestra una percepción favorable con respecto a que la gastronomía está vinculada con niveles superiores de desarrollo turístico. En particular, el 20% de los encuestados que califican la gastronomía como buena la relacionan con un elevado desarrollo turístico, mientras que un 13.3% la vincula con un desarrollo promedio, lo que indica un aporte significativo al turismo cuando la gastronomía es percibida favorablemente. En cambio, la gastronomía considerada regular contribuye en una menor proporción: solo un 3.3% se asocia con un desarrollo turístico elevado, mientras que un 26.7% se encuentra en un nivel promedio. La gastronomía considerada como mala, que es el 30% de las respuestas, está estrechamente relacionada con un bajo desarrollo turístico. Los datos obtenidos indican que la calidad de la gastronomía en Santa María constituye un factor crítico para el desarrollo turístico, ya que una gastronomía elogiada contribuye de manera favorable,

mientras que una percepción negativa de la misma parece ser un obstáculo para el desarrollo turístico del distrito.

**Tabla 2**

*Efecto de la calidad de Insumos para la preparación de alimentos para desarrollo turístico del distrito de Santa María*

		Desarrollo turístico							
		Alto		Promedio		Bajo		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Insumos para la preparación de alimentos	Buena	5	16.7%	3	10.0%	0	0.0%	8	26.7%
	Regular	2	6.7%	7	23.3%	3	10.0%	12	40.0%
	Mala	0	0.0%	2	6.7%	8	26.7%	10	33.3%

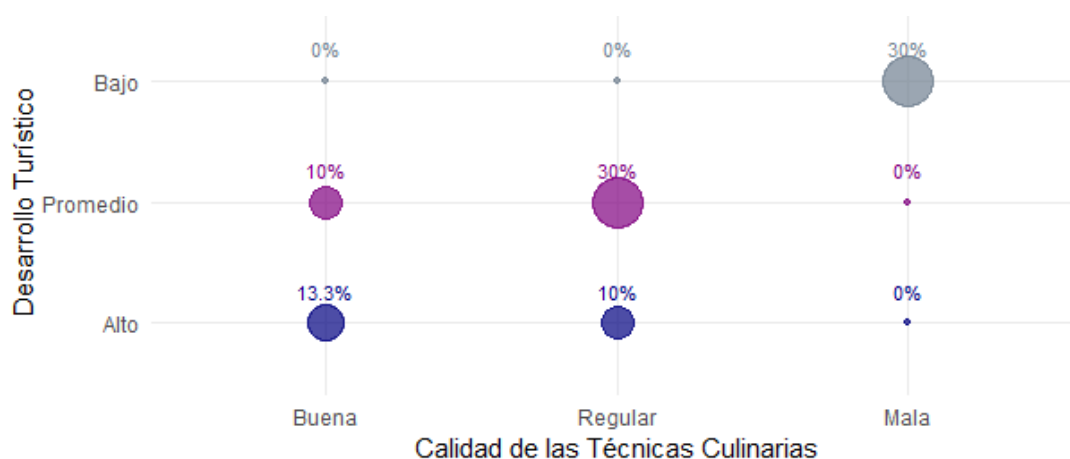


**Figura 2. Calidad de Insumos para la preparación de alimentos para desarrollo turístico del distrito de Santa María**

Un 16.7% de los participantes que califican los productos como de excelencia, se encuentran asociados con un elevado desarrollo turístico, mientras que un 10% con un desarrollo promedio, sin incidencias en un desarrollo bajo. Según los insumos de calidad regular, un 6.7% está relacionado con un alto desarrollo turístico, un 23.3% con un promedio y un 10% con un bajo desarrollo, lo que equivale al 40% de las respuestas. En cambio, los productos percibidos como de baja calidad, que conforman el 33.3% del total, se relacionan principalmente con un desarrollo turístico desfavorable, siendo este el 26.7%, mientras que un 6.7% se relaciona con un desarrollo turístico promedio. Los resultados obtenidos sugieren que una elevada calidad en los recursos alimentarios es esencial para el desarrollo turístico de Santa María, siendo un factor determinante en la percepción de un desarrollo turístico más elevado.

**Tabla 3*****Efecto de la calidad de las técnicas culinarias para desarrollo turístico del distrito de Santa María***

		Desarrollo turístico						Total	
		Alto		Promedio		Bajo			
		f	%	f	%	f	%	f	%
Técnicas culinarias	Buena	4	13.3%	3	10.0%	0	0.0%	7	23.3%
	Regular	3	10.0%	9	30.0%	2	6.7%	14	46.7%
	Mala	0	0.0%	0	0.0%	9	30.0%	9	30.0%

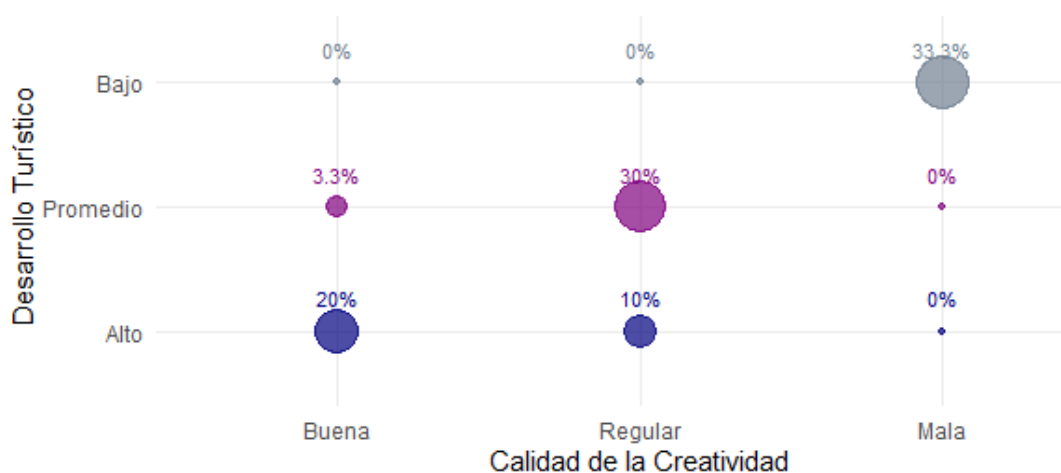
**Figura 3. Calidad de las técnicas culinarias para desarrollo turístico del distrito de Santa María**

Un 13.3% de los encuestados que califican las técnicas culinarias como buenas, junto con un 10%, coinciden con un desarrollo promedio, sin indicar ninguna relación con un desarrollo bajo. En cuanto a las técnicas culinarias de calidad regular, un 10% está relacionado con un alto desarrollo turístico, un 30% con un promedio y un 6.7% con un bajo desarrollo, lo que suma un 46,7% de las respuestas. Por otro lado, las técnicas consideradas como malas, que representan el 30% del total, solo están relacionadas con un bajo desarrollo turístico. Los resultados obtenidos sugieren que la excelencia de las técnicas culinarias es un aspecto relevante en el desarrollo turístico de Santa María, ya que las técnicas valoradas contribuyen significativamente a un desarrollo turístico más elevado, mientras que las técnicas percibidas como deficientes se asocian con un nivel inferior de desarrollo turístico

**Tabla 4**

*Efecto de la calidad de la Creatividad en la presentación de los alimentos en el desarrollo turístico del distrito de Santa María*

		Desarrollo turístico							
		Alto		Promedio		Bajo		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Creatividad en la presentación de los alimentos	Buena	6	20.0%	3	10.0%	0	0.0%	9	30.0%
	Regular	1	3.3%	9	30.0%	1	3.3%	11	36.7%
	Mala	0	0.0%	0	0.0%	10	33.3%	10	33.3%



**Figura 4.** *calidad de la Creatividad en la presentación de los alimentos en el desarrollo turístico del distrito de Santa María*

El 20% de los participantes, que califican la creatividad en la presentación de los alimentos como excelente, la asocian con un elevado desarrollo turístico, mientras que un 10%, con un desarrollo promedio, no encuentran conexiones con un desarrollo bajo. En lo que respecta a la creatividad, un 3.3% se asocia con un desarrollo turístico elevado, un 30% con un nivel promedio y un 3.3% con un nivel bajo, lo que representa un 36.7% del total de respuestas. En cambio, la creatividad percibida como inadecuada, que comprende el 33.3% de las opiniones, se relaciona con un bajo desarrollo turístico. Los datos evidencian que la creatividad en la presentación de los alimentos es un factor relevante en el desarrollo turístico de Santa María, puesto que una alta creatividad se relaciona con un nivel superior de desarrollo turístico, mientras que una baja creatividad se asocia con un desarrollo turístico más limitado.

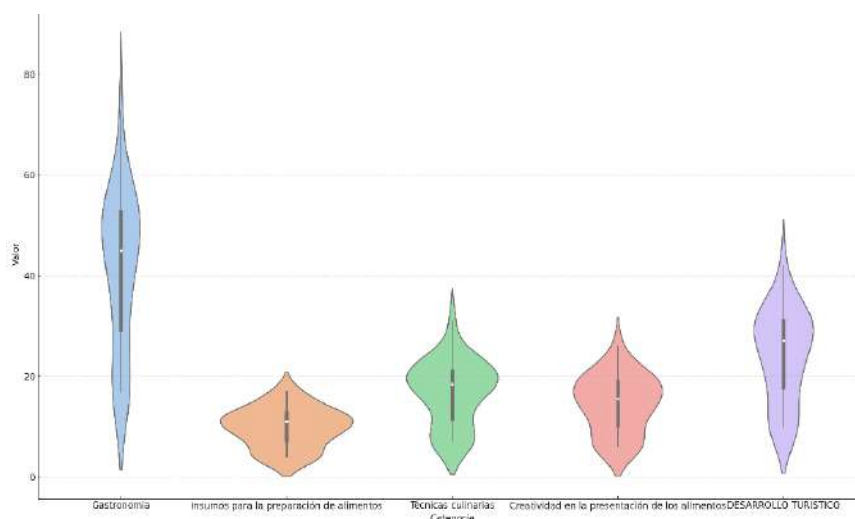
## 4.2. Prueba de normalidad

**Tabla 5**  
***Pruebas de normalidad***

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gastronomía	0.962	30	0.341
Insumos para la preparación de alimentos	0.958	30	0.274
Técnicas culinarias	0.960	30	0.302
Creatividad en la presentación de los alimentos	0.983	30	0.900
Desarrollo turístico	0.973	30	0.612

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors



**Figura 5. Comportamiento de la normalidad**

Se empleó el estadístico de Shapiro-Wilk, teniendo como resultados para la primera variable y sus dimensiones: Gastronomía (0.962), los Insumos para la preparación de alimentos (0.958), las Técnicas Culinarias (0.960), la Creatividad en la Presentación de los Alimentos (0.983), y el Desarrollo Turístico (0.973). Estos valores reflejan que se encuentran en una posición superior al umbral común de 0.05. Con ello se muestra que las variables presentaron distribución normal, conllevando a aceptar las hipótesis planteadas.



### 4.3. Comprobación de hipótesis

#### Hipótesis General

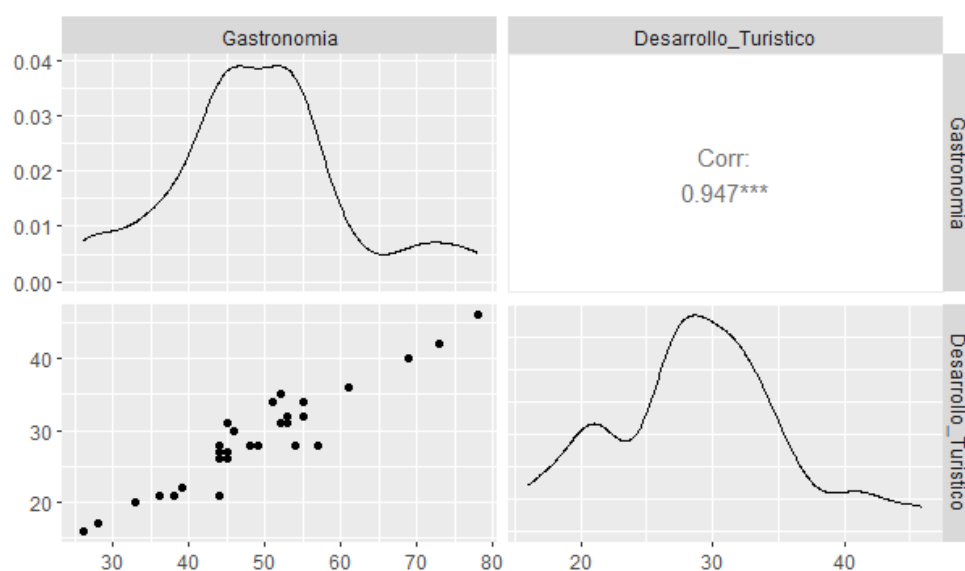
Ho: La gastronomía no aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

Ha: La gastronomía aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

**Tabla 6**  
*Pruebas de Pearson entre la gastronomía y desarrollo turístico*

		Gastronomía	Desarrollo turístico
Gastronomía	Correlación de Pearson	1	,947**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,947**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



**Figura 6.** Dispersión entre la gastronomía y desarrollo turístico

Con respecto a la Hipótesis general, la Gastronomía y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron una correlación de 0.947, y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que la primera variable influye de manera significativa sobre la segunda.

### Hipótesis específica 1

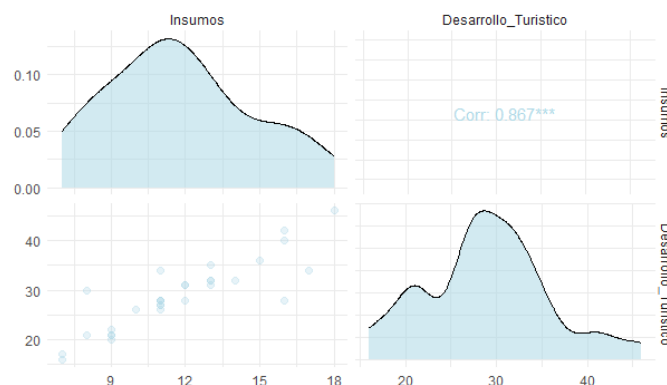
Ho: Los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos no aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

Ha: Los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

**Tabla 7**  
*Pruebas de Pearson entre la preparación de alimentos gastronómicos y el desarrollo turístico*

		Insumos para la preparación de alimentos	Desarrollo turístico
Insumos para la preparación de alimentos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 30	,867** 0.000 30
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,867** 0.000 30	1 30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



**Figura 7. Dispersión entre los Insumos para la preparación de alimentos y desarrollo turístico**

Con respecto a la Hipótesis específica 1, los Insumos para la preparación de alimentos gastronómicos y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron una correlación de 0.867 y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que esta primera dimensión influye significativamente sobre la segunda variable.

### Hipótesis específica 2

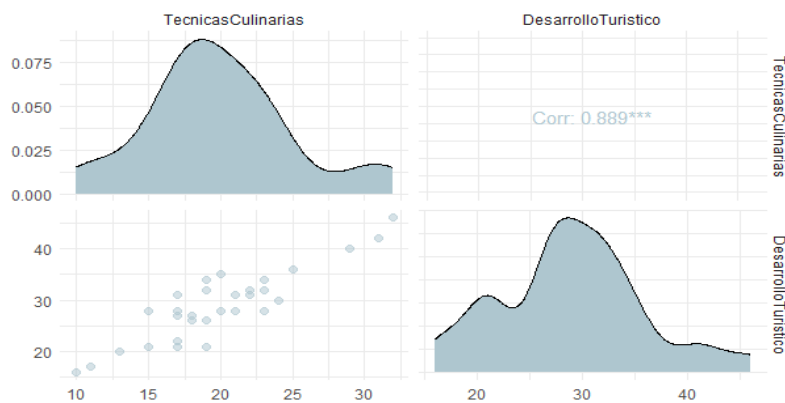
Ho: Las técnicas culinarias de la gastronomía no aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

Ha: Las técnicas culinarias de la gastronomía aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

**Tabla 8**  
***Pruebas de Pearson entre las técnicas culinarias de la gastronomía y el desarrollo turístico***

		Técnicas culinarias	Desarrollo turístico
Técnicas culinarias	Correlación de Pearson	1	,889**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,889**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



**Figura 8. Dispersión entre las técnicas culinarias y desarrollo turístico**

Con respecto a la Hipótesis específica 2, la Excelencia de las técnicas culinarias y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron una correlación de 0.889 y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que esta segunda dimensión influye significativamente sobre la segunda variable.

### Hipótesis específica 3

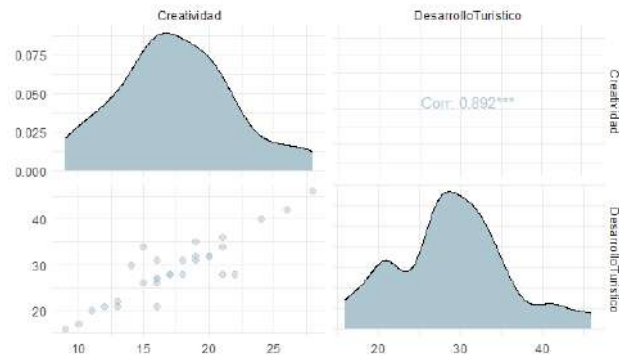
Ho: La creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la cultura no aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

Ha: La creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la cultura aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023

**Tabla 9**  
*Pruebas de Pearson entre la creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos y el desarrollo turístico*

		Creatividad en la presentación de los alimentos	
			Desarrollo turístico
Creatividad en la presentación de los alimentos	Correlación de Pearson	1	,892**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,892**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



**Figura 9. Dispersión entre la creatividad en a presentación de los alimentos gastronómicos y desarrollo turístico**

Con respecto a la Hipótesis específica 3, la Presentación de los alimentos gastronómicos y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron una correlación de 0.892 y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que esta tercera dimensión influye significativamente sobre la segunda variable.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Discusión

Sobre la gastronomía y sus dimensiones en Santa María se muestra una distribución equitativa de percepciones en términos de calidad. En lo que respecta a la gastronomía, un porcentaje del 33.3% se encuentra calificado como excelente, un 36.9% como regular y un 30% como mala. En lo que respecta a los productos destinados a la elaboración de alimentos, un 26.7% de los individuos la consideran óptima, un 40% regular y un 33.3% desfavorable. Las técnicas culinarias son evaluadas como óptimas por el 23.3%, regulares por el 46.7% y malas por el 30%. En última instancia, la creatividad en la presentación de los alimentos es valorada como positiva por el 30%, regular por el 36.7% y mala por el 33.3%. Estos datos muestran una gran variedad de opiniones en todas las dimensiones de la gastronomía, lo que indica oportunidades de mejora en cada área para potenciar el atractivo turístico de Santa María, guardando relación con la investigación de Rivadeneira (2023), quien obtuvo que se enfatiza la evaluación de la presentación y estética de los platos a lo largo de estos últimos años, evidenciando que los restaurantes de Ecuador deben mantener esta innovación para lograr un nivel de competitividad que mejore constantemente. Asimismo Obeso (2020) obtuvo que la gastronomía tradicional influye en el desarrollo turístico, ya que al representar historia de la localidad se incita a los viajeros o turistas a visitar la localidad, y enterarse de esta historia y degustar de su gastronomía distintiva, además que con ello se mantiene la demostración de la costumbre de la localidad, y fomentar el viaje.

En cuanto al Desarrollo turístico y las diversas dimensiones del desarrollo turístico en el distrito de Santa María. El 23.3% de los encuestados calificaron el desarrollo turístico general como alto, el 40.0% como promedio y el 36.7% como bajo. Con respecto a la infraestructura, las percepciones son similares, siendo que un 23.3% la considera como de alto nivel, un 43.3% como promedio y un 33.3% como bajo. Las tradiciones y festividades reciben una calificación menos favorable, siendo solo un 16.7% de ellas consideradas como de alto nivel, un 36.7% como promedio

y un 46.7% como bajo. En última instancia, la identidad cultural es considerada de manera más favorable, dado que un 26.7% de las calificaciones se encuentra en un alto nivel, un 43.3% como promedio y un 30.0% como bajo. Los datos presentan una amplia gama de percepciones en las diversas dimensiones del desarrollo turístico, lo que sugiere áreas específicas de mejora, especialmente en lo que respecta a las tradiciones y festividades, con el fin de fomentar el turismo en Santa María. Guardando relación con la investigación de García (2018), quien obtuvo que los turistas que viajan a Trujillo lo hacen porque su motivo es la gastronomía de la ciudad, y muestran su interés para disfrutar de los platos típicos.

## 5.2. Conclusiones

Con respecto a la Hipótesis general, la Gastronomía y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron correlación, siendo de 0.947, y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que la primera variable influye de manera significativa sobre la segunda.

Con respecto a la Hipótesis específica 1, los Insumos para la preparación de alimentos gastronómicos y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron correlación, siendo de 0.867 y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que esta primera dimensión influye de manera significativa en la segunda variable.

Con respecto a la Hipótesis específica 2, la Excelencia de las técnicas culinarias y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron correlación, siendo de 0.889 y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que esta segunda dimensión influye de manera significativa en la segunda variable.

Con respecto a la Hipótesis específica 3, la Presentación de los alimentos gastronómicos y el Desarrollo turístico de Santa María en 2023 presentaron correlación, siendo de 0.892 y un Sig.=0.05, considerándose como significativa; con lo cual se demuestra que esta tercera dimensión influye de manera significativa en la segunda variable.

### **5.3. Recomendaciones**

Los restaurantes turísticos incluidos en la presente investigación deben coordinar con las entidades como son la Municipalidad, DIRCETUR, instituciones educativas, entidad privada, con la finalidad de promover ferias gastronómicas, regionales y locales, demostrando su gastronomía y así promover el desarrollo turístico.

Se recomienda llevar a cabo charlas o reuniones con pobladores del distrito, para enfatizar la importancia de la gastronomía como elemento distintivo del distrito de Santa María, para forjar y continuar el legado de sus presentaciones y fomentarlos de generación en generación.

Se recomienda elaborar recetas con instrucciones claras y específicas sobre la preparación de diversos platos típicos del distrito de Santa María, en base a su textura que tomarán con variantes innovadoras.

Se recomienda dar a conocer el cómo y porqué de las nuevas técnicas gastronómicas, así como técnicas que puedan adaptarse en platos tradicionales del distrito, para de esta manera desarrollar e impulsar la gastronomía típica, aun considerando la innovación de ciertos platos, con la finalidad de mantener la esencia en cada uno de estos del distrito evaluado.



## CAPÍTULO VI

### REFERENCIAS

#### 6.1 Fuentes bibliográficas

APEGA. (2013). El boom gastronómico peruano al 2013. Lima

Buitrago, S. y Chitiva, D. A. (2016) La gastronomía sostenible como factor de

mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico de Bogotá Colombia. (Informe de investigación científica). Bogotá-Colombia: Universidad Externado de Colombia.

Cantallops, A. S. (2002). Marketing Turístico. Piramide.

Comfield, J. 2008. Scientific American. Voluntourism Rocks. Vol 18. New York ..

Domínguez, A. (2006). “Editorial” en Revista Ciencia Ergo Sum. Vol. 13, número 001, Universidad Autónoma del Estado de México

Fulton, R. 2008. Tourism on Duty. Geographical, Vol. 80.'GSTC, 2008. Sustainable Tourism

Giard, L. (1999). “Artes de alimentarse” en Michael De Certeau, Luce Giard y Pierre Mayol, La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar. México, Universidad Iberoamericana/Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, pp. 153-174.

Gutiérrez, C. I. (2012). Historia de la Gastronomía. Estado de Mexico: Red Tercer Milenio S.C.

Guerrero, G. P. E., & Ramos, M. J. R. (2014). Introducción al turismo. México: Larousse - Grupo Editorial Patria

Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). Turismo y Gastronomía. Turismo y Gastronomía.

Jiménez, B. L. H., & Jiménez, B. W. G. (2013). Turismo: tendencias globales

Kuper, A. (2001). Cultura: la versión de los antropólogos. Barcelona: Ediciones Paidós S.A.

Lauer, M. (2006). La revolución gastronómica peruana. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres.

- Meyer, K. 2002. Turismo y Desarrollo Sostenible. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Montesinos, a. (2016). Turismo gastronómico sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos. Mexico: Porrua print
- Molano L. y Olga L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Revista Opera, núm. 7, mayo, pp. 69-84 Universidad Externado de Colombia Bogotá, Colombia
- Sánchez, López, & Guzmán . (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio, 575-584.
- Meler, & Cerovic. (2003). Tourism in India. Zenon Academic Publishing
- Organización Mundial de Turismo. (1993). Guía para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible. Madrid.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR (2008). Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú. Lima. Perú.
- Monterrubio, C. J. C. (2011). Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Neil, J. 2000. Ecoturismo; Impacto, tendencias y posibilidades. Butterworth-Heinemann. Traductor; Manuel Piña. Ed. Síntesis, S.A. Valle Hermoso, Madrid.
- Pearson, D. (1991). Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográfica. México: Trillas.
- Pearce (1991) Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica. México: Trillas
- Reyes, Á. (2002). Turismo Sostenible. Madrid, España: Iepala.
- Rosa, L., Barrera, J., & coronel, D. (2013). Promoviendo el Biocomercio en el Perú: Sistematización de la segunda fase del Proyecto Perú biodiverso (2010-2013). Lima: Cooperación Alemana al Desarrollo - Agencia de GIZ en el Perú
- Slinger, V. 2001. The Other Side of Paradise: Tourism, Conservation, and Development in the Bay Islands. Economic Geogrphic. Worcester. Vol. 77. Issue 44:

- Savedra, E. (2004). Promoción Turística. Bolivia: Fundación Pieb
- Shulte, S. (2003). Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Shultz, A. & Luckman T. (1973). Las estructuras del mundo de la vida. Buenos Aires, Argentina, Amorrortu
- Tikkanen, I. (2007). La jerarquía de Maslow y el turismo alimentario en Finlandia: Cinco Casos. Finlandia: Emerald Group Publishing Limited.
- Valencia-Moya, J., Espinosa, A., Jiménez, V., & Romero, J. (2018). Representaciones Estereotípicas y Valoración Exogrupal: Un estudio sobre las relaciones entre Perú y Chile. *Interciencia: Revista de Ciencia y Tecnología de América*, 43(5), 304–312.
- Zaballa, J. I. (s.f.). Zona Económica. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com>

## 6.2 Fuentes electrónicas

- Behar (2008) Introducción a la metodología de la Investigación Shalom; recuperado de: <http://187.191.86.244/rceis/wp-content/uploads/2015/07/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n-DANIEL-S.-BEHAR-RIVERO.pdf>
- Blanco, A. (2008). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Recuperado de <http://www.eumed.net/librosgratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>
- Carta del turismo sostenible (1995) Lanzarote, España; recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%CC%83a-1995.pdf>
- Cruz O., (2021) La Gastronomía en Lima para el desarrollo económico y posicionamiento turístico; recuperado de: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/9489>
- Fernández-Poyatos, M., Aguirregoitia-Martínez, A., & Bringas, N. (2019). La cocina de producto: seña de identidad y recursos de comunicación en la alta restauración en España. *Latina, Revista de Comunicación*, 74, 734- 747. <https://doi.org/10.4185/RLCS>

- García & Silva (2016) Promoción turística y desarrollo del turismo en la comunicad de padre cocha distrito de Punchana, año 2016; recuperado de <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/171/GARC%c3%8dA-SILVA-1-Trabajo-Promoci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García Y., (2018) Condiciones turísticas favorables que presenta el destino de Trujillo, para el desarrollo del turismo gastronómico; recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10457>
- Leigh, M., & Song, R. (2020). Catalanidad in the Kitchen: Tourism, Gastronomy and Identity in Modern and Contemporary Barcelona. <https://doi.org/10.1080/14753820.2020.1699346>
- Long, L. (2004). Culinary Tourism . Obtenido de Culinary Tourism : <http://www.redalyc.org/pdf/881/88160208.pdf>
- Montecinos, A. (11 de octubre de 2017). CEGAHO BLOG Centro Empresarial y Gastronómico Hotelero. Obtenido de CEGAHO BLOG Centro Empresarial y Gastronómico Hotelero: <https://cegaho.wordpress.com/2017/10/11/definicion-de-gastronomía-y-turismo-gastronómico/>
- Ochoa, C., (2021) Turismo gastronómico. Una alternativa para el desarrollo de la Bahía de Kino, Sonora; recuperado de: <https://ciad.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1006/1154/1/Claudia%20Ang%C3%A9lica%20Ochoa%20Flores.pdf>
- Obeso A., (2020) Influencia de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de Latinoamérica; recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27405/Obeso%20Orbegos%20Andrea%20Carolina.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- OMT. (1995). El Desarrollo Turístico, dimensiones y alcances. Obtenido de El Desarrollo Turístico, dimensiones y alcances.: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal8/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/17.pdf>
- Pomaquero, M., Furió, D., & López, M. A. (2020). Identidad cultural y leyendas latinoamericanas. 2, 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.24215/16696581e435>

Alonso Sobrado, D., & Sanz Marcos, P. (2020). Identidad cultural gastronómica: análisis de la comunicación online de productos de turismo gastronómico.

Journal of Tourism and Heritage Research, 3(2), 384–412.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7764940&info=resumen&idioma=ENG%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7764940&info=resumen&idioma=SPA%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7764940>

Rivadeneira (2022) El food Design en la cocina local de Ambato; recuperado de:

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34635/1/TESIS%20FINAL%20-%20CRISTINA%20RIBADENEIRA--signed-signed-signed.pdf>

Saldaña M., (2020) Propuesta de creación de una ruta gastronómica para el sector

urbano del Cantón Biblián, perteneciente a la provincia del Cañar; recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10186>

Sánchez, A. (septiembre de 2020). Definición de Gastronomía. Obtenido de Concepto

Definición: <https://conceptodefinicion.de/gastronomia/>

Solorzano, J. (2016). Gastronomía de Santa María. Obtenido de Gastronomía

de Santa María: <https://juliosolorzano.blogspot.com/2008/02/gastronoma-de-santamara.html>

Sapunar, F. (2017). Análisis Gastronómico de la Colada Morada en la ciudad de Ambato (Tesis

de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20779/1/TESIS%20Gs.%202009%20-%20An%C3%A1lisis%20Gastron%C3%B3mico%20de%20la%20Colada%20Morada.pdf>

Suna, B., & Alvarez, M. D. (2019). Gastronomic identity of Gaziantep: Perceptions of

tourists and residents. Advances in Hospitality and Tourism Research, 7(2), 16–187. <https://doi.org/10.30519/ahtr.571666>

## **ANEXOS**

**ANEXO N°01**

**Matriz de Consistencia**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿En qué medida la gastronomía aporta al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿De qué manera los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?</p> <p>b. ¿De qué manera las técnicas culinarias de la gastronomía aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar en qué medida la gastronomía aporta al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a.-Determinar de qué manera los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?</p> <p>b.- Determinar de qué manera las técnicas culinarias de la gastronomía aportan en el desarrollo</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La gastronomía aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Los insumos para la preparación de los alimentos gastronómicos aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023</p> <p>Las técnicas culinarias de la gastronomía aportan significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023</p>	<p>VI: Gastronomía</p> <p>Dimensiones</p> <p>Insumos para la preparación de alimentos</p> <p>Técnicas culinarias</p> <p>Creatividad en la presentación de los alimentos</p> <p>VD: Desarrollo turístico</p> <p>Dimensiones</p> <p>Provisión y mejoramiento de instalaciones y servicios</p> <p>Creación de empleos</p>	<p>Tipo de Investigación: Básica</p> <p>Nivel de Investigación: Correlacional</p> <p>Enfoque: Enfoque cuantitativo</p> <p>Diseño de Investigación No experimental de corte transversal</p> <p>Técnicas Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario.</p> <p>Población 30 trabajadores.</p> <p>Muestra 30 trabajadores</p>

<p>c. ¿De qué manera la creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la Cultura aporta en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023?</p>	<p>turístico del distrito de Santa María, 2023 c.-Determinar de qué manera la creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la Cultura aporta en el desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023</p>	<p>La creatividad en la presentación de los alimentos gastronómicos el rol de los alimentos en la cultura aporta significativamente al desarrollo turístico del distrito de Santa María, 2023</p>	<p>Generación de ingresos</p>	
--	---	---	-------------------------------	--



**ANEXO N°02**  
**CUESTIONARIO**

La presente encuesta tiene como objetivo determinar en qué medida la gastronomía aporta al desarrollo turístico del distrito de Santa María.

**I. INSTRUCCIONES:**

Marque con un aspa (X), según corresponda de acuerdo con la escala de calificación.

Descripción	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

**VI: GASTRONOMIA**

N°	Ítems	Calificaciones				
		5	4	3	2	1
<b>Dimensión 1: Insumos para la preparación de alimentos</b>						
01	En la preparación de los alimentos utilizan insumos y/o ingredientes propios del lugar.					
02	Cuando preparan los alimentos existe un control en cuanto a fechas de caducidad de los insumos, control de temperaturas en la refrigeración de los insumos utilizados de acorde al plato típico solicitado.					
03	Existe una capacitación permanente en la manipulación y preparación de los alimentos garantizando la salubridad.					
04	Se cuenta con el equipamiento adecuado para conservar los insumos.					

<b>Dimensión 2: Técnicas culinarias</b>						
05	Las técnicas culinarias que utilizan son de generación en generación					
06	La técnica de la pachamanca de chanco al pozo es propia del lugar.					
07	Utiliza la técnica del horneado en el restaurante que labora.					

08	Utiliza la técnica de la fritura para la preparación de algunos platos típicos					
09	Utiliza la técnica de la fermentación para la preparación de algunos platos o bebidas típicas					
10	La técnica del hervido lo utilizan para la preparación de platos y bebidas típicas					
11	La técnica del guisado es utilizada para platos típicos de la zona					
12	Para la preparación de los alimentos utiliza el recetario permanentemente					
<b>Dimensión 3: Creatividad en la presentación de los alimentos</b>						
13	La presentación de los platos típicos se viene realizando de manera tradicional					
14	Considera que la estética es importante en la presentación de los platos típicos					
15	considera que es importante en la presentación los materiales a utilizar					
16	Considera que es impactante la decoración, un ambiente típico de la zona					

## VD: DESARROLLO TURISTICO

N°	Ítems	Calificaciones				
		5	4	3	2	1
<b>Dimensión 1: Provisión y mejoramiento de instalaciones y servicios</b>						
17	Es necesario que exista servicios turísticos adecuados como hoteles, transportes y otros que garanticen la concurrencia de comensales a los restaurantes.					
18	Es necesario conservar nuestro patrimonio cultural para que los turistas se motiven a consumir los productos del distrito de Santa María					
19	Es conveniente mantener en buenas condiciones las instalaciones y equipamiento turístico del distrito de Santa María.					
<b>Dimensión 2: Creación de empleos</b>						

20	El personal que atiende demuestra conocimiento en su labor.					
21	El personal absuelve sus dudas con claridad y le infunde seguridad.					
22	La gastronomía permite la creación de empleo en el distrito de santa María.					
<b>Dimensión 3: Generación de ingresos.</b>						
23	La gastronomía genera ingresos económicos para la población.					
24	La gastronomía es uno de los ingresos más resaltantes para los pobladores del distrito de Santa maría					
25	Considera usted a la gastronomía como gran potencial para el desarrollo turístico del distrito de Santa maría.					
26	Se encuentra motivado por la atención recibida					

**ANEXO: 3 PRINCIPALES PLATOS TIPICOS**



**CEVICHE DE PATO**



**PACHAMANCA DE CHANCHO**



**ARROZ CON PATO**

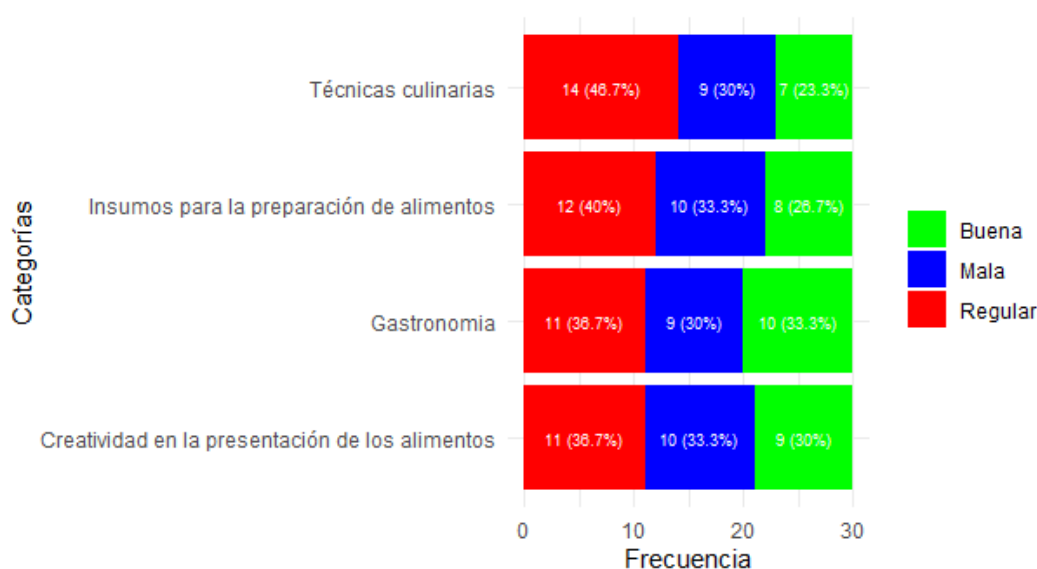


**TAMAL**

## ANEXO 4. EVALUACION DESCRIPTIVA

### *Gastronomía y sus dimensiones*

	Buena		Regular		Mala	
	f	%	f	%	f	%
Gastronomía	10	33.3%	11	36.7%	9	30.0%
Insumos para la preparación de alimentos	8	26.7%	12	40.0%	10	33.3%
Técnicas culinarias	7	23.3%	14	46.7%	9	30.0%
Creatividad en la presentación de los alimentos	9	30.0%	11	36.7%	10	33.3%

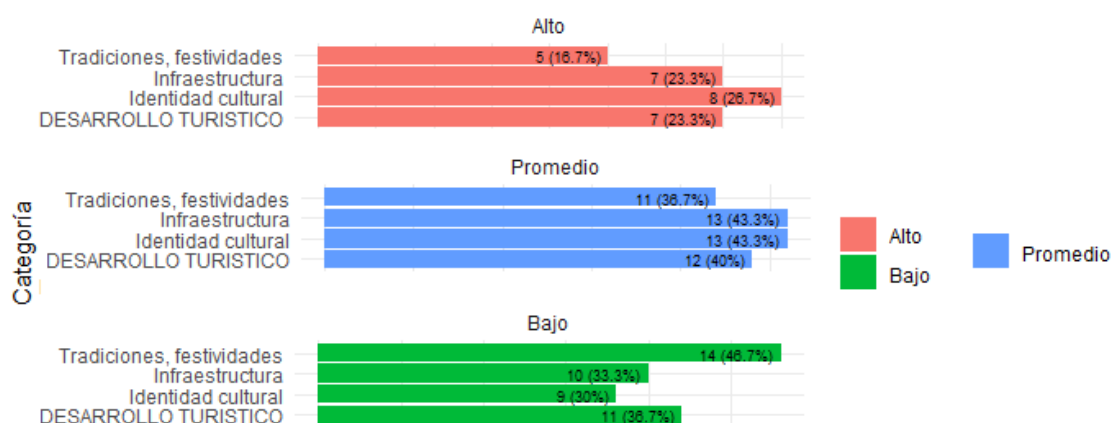


**Figura. Gastronomía y sus dimensiones**

La tabla sobre la gastronomía y sus dimensiones en Santa María muestra una distribución equitativa de percepciones en términos de calidad. En lo que respecta a la gastronomía, un porcentaje del 33.3% se encuentra calificado como excelente, un 36.9% como regular y un 30% como mala. En lo que respecta a los productos destinados a la elaboración de alimentos, un 26.7% de los individuos la consideran óptima, un 40% regular y un 33.3% desfavorable. Las técnicas culinarias son evaluadas como óptimas por el 23.3%, regulares por el 46.7% y malas por el 30%. En última instancia, la creatividad en la presentación de los alimentos es valorada como positiva por el 30%, regular por el 36.7% y mala por el 33.3%. Estos datos muestran una gran variedad de opiniones en todas las dimensiones de la gastronomía, lo que indica oportunidades de mejora en cada área para potenciar el atractivo turístico de Santa María.

### *Desarrollo turístico y sus dimensiones*

	Alto		Promedio		Bajo	
	f	%	f	%	f	%
Desarrollo turístico	7	23.3%	12	40.0%	11	36.7%
Infraestructura	7	23.3%	13	43.3%	10	33.3%
Tradiciones, festividades	5	16.7%	11	36.7%	14	46.7%
Identidad cultural	8	26.7%	13	43.3%	9	30.0%



**Figura. Desarrollo turística y sus dimensiones**

El 23.3% de los encuestados calificaron el desarrollo turístico general como alto, el 40.0% como promedio y el 36.7% como bajo. Con respecto a la infraestructura, las percepciones son similares, siendo un 23.3% la considera como de alto nivel, un 43.3% como promedio y un 33.3% como bajo. Las tradiciones y festividades reciben una calificación menos favorable, siendo solo un 16.7% de ellas consideradas como de alto nivel, un 36.7% como promedio y un 46.7% como bajo. En última instancia, la identidad cultural es considerada de manera más favorable, dado que un 26.7% de las calificaciones se encuentra en un alto nivel, un 43.3% como promedio y un 30.0% como bajo. Los datos presentan una amplia gama de percepciones en las diversas dimensiones del desarrollo turístico, lo que sugiere áreas específicas de mejora, especialmente en lo que respecta a las tradiciones y festividades, con el fin de fomentar el turismo en Santa María.

**ANEXO 5 : BASE DE DATOS**

GASTRONOMIA	Insumos para la preparación de alimentos	Técnicas culinarias											Creatividad en la presentación de los alimentos							
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11		p12	p13	p14	p15	p16	p17	
3	4	5	4	5	3	3	4	1	2	4	5	3	4	3	5	3	3	1	1	2
3	4	2	4	5	5	2	2	1	1	4	5	1	3	4	3	4	3	4	4	3
3	3	1	3	2	5	3	5	1	1	3	1	4	4	3	2	3	3	1	1	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	3	3	1	1	3	4	3	4	5	3	2	3	2	2	1	2	5	3	1
3	3	2	5	5	1	3	2	5	2	4	2	1	4	3	2	3	3	2	5	4
3	4	2	4	4	4	3	2	5	4	1	5	1	1	3	1	2	5	3	4	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	1	4	3	3	3	4	2	4	2	3	3	1	4	3	1	3	4	5	5
3	3	3	1	3	5	3	1	4	1	5	2	5	5	4	4	1	3	5	5	4
3	2	2	5	1	1	3	3	3	4	2	1	2	4	3	2	1	3	3	2	5
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
2	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	1	4
3	3	5	1	4	1	3	5	1	4	5	1	4	1	3	5	1	5	1	4	1
3	3	2	4	3	2	3	2	4	3	2	4	3	2	3	2	4	2	4	3	2
3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	4
3	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3
4	4	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	1
2	2	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	3	2	1	2	1	2	1	3
2	2	1	2	5	1	2	1	2	5	1	2	5	1	2	1	2	1	2	5	1
2	2	4	1	2	1	2	4	1	2	4	1	2	1	2	4	1	4	1	2	1
3	3	4	1	1	5	2	4	1	1	4	1	1	5	3	4	1	4	1	1	5
2	2	1	1	2	5	2	1	1	2	1	1	2	5	2	1	1	1	1	2	5
3	3	2	4	4	3	3	2	4	4	2	4	4	3	3	2	4	2	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	2	3	4	4	3	2	3	2	3	4	4
2	2	3	1	4	1	2	3	1	4	3	1	4	1	2	3	1	3	1	4	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



<b>DESARROLLO TURISTICO</b>	<b>Infraestructura</b>	p18	p19	p20	p21	<b>Tradiciones, festividades</b>	p22	p23	<b>Identidad cultural</b>	p24	p25	p26	p27
4	3	2	1	5	3	5	5	4	4	1	3	5	5
3	3	4	2	2	5	3	5	1	2	5	1	2	1
2	3	4	3	3	2	1	1	1	3	5	2	1	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	5	1	5	2	3	3	3	3	1	5	2	3
4	4	3	5	2	4	4	5	3	3	2	3	3	5
3	3	4	1	4	3	2	2	1	4	5	4	5	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	4	2	1	3	4	4	3	4	5	3	5	4
3	3	1	4	4	3	3	1	4	3	3	2	4	2
2	2	2	3	2	1	2	2	1	3	1	4	1	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
2	2	1	1	1	4	1	1	1	2	1	1	1	4
3	3	5	1	4	1	3	5	1	3	5	1	4	1
3	3	2	4	3	2	3	2	4	3	2	4	3	2
3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2	4
3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	2	3
4	4	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	1
2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	1	2	1	3
2	2	1	2	5	1	2	1	2	2	1	2	5	1
2	2	4	1	2	1	3	4	1	2	4	1	2	1
3	3	4	1	1	5	3	4	1	3	4	1	1	5
2	2	1	1	2	5	1	1	1	2	1	1	2	5
3	3	2	4	4	3	3	2	4	3	2	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4
2	2	3	1	4	1	2	3	1	2	3	1	4	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

## ANEXO 6: BAREMACION

- **Bajo:** En la escala, los valores 1 y 2 es mala o Baja. Esto significa que, si algo recibe una calificación de 1 o 2, se considera que se encuentra en un nivel bajo en términos de la variable que se está evaluando. Esta categoría podría, por ejemplo, significar una eficacia insuficiente o una satisfacción mínima.
- **Regular:** El valor 3 en la escala se llama 'Regular' o Promedio. En este contexto, un 3 indica un nivel medio o promedio. La eficacia no es particularmente baja ni alta, sino que se sitúa en el medio, lo que sugería una calidad o eficacia moderada.
- **Alto:** Se clasifican como Buena o "Alto" los valores 4 y 5. Si un objeto ostenta una calificación de 4 o 5, se considera que se encuentra en un nivel elevado en cuanto a la variable medida. Esta calificación muestra que el resultado es bueno, efectivo o satisfactorio.