



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

CARRERA DE

TECNOLOGÍA DE GASTRONOMÍA

PROYECTO DE TITULACIÓN:

“DISEÑO DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA DE LOS ESTABLECIMIENTOS O RESTAURANTES MODERNOS Y CONTEMPORÁNEOS QUE APLIQUEN LA COCINA DE VANGUARDIA EN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS”

NOMBRE DEL AUTOR:

LEGARDA MEJÍA EVELYN ALEJANDRA

DIRECTOR DE TESIS:

ING. GONZÁLEZ AMAGUA JAIME ESTUARDO

Trabajo práctico de titulación, previo a la obtención del título de:

TECNOLOGÍA EN GASTRONOMÍA

SANTO DOMINGO, 11 DE OCTUBRE DEL 2022



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

PLAN DE PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DEL ESTUDIANTE	
Nombre: Evelyn Legarda Mejía	Nivel: Egresada
Carrera: Gastronomía	Dirección; Coop.Ciudad Nueva
Correo electrónico: ealegardam@itsjapon.edu.ec	TELÉFONO 0963936855

Fecha: 30-09-2022

DATOS DEL ASESOR	
Nombre del ASESOR: Ing. Jaime González Amagua	
ASESORIA DE PROCESO DE TITULACION	
<p>“Diseño de una guía gastronómica de los establecimientos o restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo de los Colorados”</p> <p>V.I.: Restaurantes modernos y contemporáneos</p> <p>V.D.: Guía gastronómica</p>	
OBJETIVO GENERAL	
Elaborar la guía gastronómica digital para dar a conocer los distintos restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina vanguardista, fomentando el turismo gastronómico que ofrece la ciudad de Santo Domingo.	
OBJETIVO ESPECÍFICOS	
<ul style="list-style-type: none">• Seleccionar la información adecuada y pertinente para elaborar la guía gastronómica usando documentación o publicaciones en línea relacionados con el tema de investigación.• Utilizar métodos y técnicas de investigación los cuales nos permitan realizar un análisis de la factibilidad del proyecto para mejorar el turismo gastronómico, con sus necesidades del consumo alimenticio, para la elaboración de la guía gastronómica.• Elaborar una guía gastronómica de forma digital para mejorar el turismo gastronómico en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.	

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación está dirigida a la creación de una guía gastronómica digital que dé a conocer los diferentes restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo.

La función de estas guías gastronómicas va a ser más amplia que la de meramente informar, ya que también tienen como objetivo aportarnos las direcciones de establecimientos recomendados, aconsejarnos sobre los platos estrella de los restaurantes, ayudarnos a descubrir talentos emergentes del mundo de la cocina, acompañarnos en nuestros viajes e intentar orientar y educar a nuestro paladar, entre otros.” (GUÍAS GASTRONÓMICAS PARA COMERSE EL MUNDO, 2016)

En mi consideración, la guía gastronómica digital es fundamental ya que muestra los establecimientos que ofertan la cocina de vanguardia, así mismo, permite que la población pueda acceder a información que sea de su interés y satisfaga sus necesidades, de esta manera puedan cumplir el propósito de difundir y consolidar los recursos, herramientas y servicios que le permitan brindar y sugerir un establecimiento que cumple con la información indicada dentro del documento, el cual logra como resultado la función para la que fue creada.

“El objetivo de cualquier guía gastronómica es dar luces al comensal entusiasta y al turista, sobre el nivel gastronómico de los restaurantes de una ciudad.” (EL UNIVERSO, 2016)

BIBLIOGRAFÍA

EL UNIVERSO (2016). "Guías gastronómicas famosas"

Obtenido de: <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/03/13/nota/5459640/guias-gastronomicas-famosas/?outputType=amp>

Una vez revisado el Plan de Proyecto de Titulación y aprobado en Junta Académica de la Carrera, se autoriza al estudiante a comenzar con su proyecto de titulación.

Atentamente,

Nombre Asesor: Jaime Estuardo González Amagua

Firma Asesor:



Firmado electrónicamente por:
**JAIME ESTUARDO
GONZALEZ AMAGUA**



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Señalar el mes		Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				FIRMA ESTUDIANTE	
Marcar semana		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Actividad	Indicaciones y revisión general del tema, cronograma.			X	X																		
	Objetivos, Justificación, Hipótesis				X	X																	
	Planteamiento del Problema, Metodología					X	X	X															
	Revisión de la literatura o fundamentos teóricos							X	X														
	Resultados (obtenidos de los datos primarios sujeto de análisis)								X	X													
	Propuesta (implementación de propuesta del proyecto) I parte									X	X	X											
	Propuesta (implementación de propuesta del proyecto) II parte										X	X	X										
	Análisis de Resultados obtenidos luego aplicar la propuesta										X	X	X	X									
	Conclusiones Recomendaciones													X									
	Revisión general para la aprobación del borrador final.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									

APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE: EVELYN ALEJANDRA LEGARDA MEJIA **FIRMA DEL ESTUDIANTE:** _____

FIRMA ASESOR: _____



Firmado electrónicamente por:
JAIME ESTUARDO GONZALEZ AMAGUA

FIRMA DIRECTOR ACADÉMICO: _____



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

INFORME DEL ASESOR

Fecha: _____

DATOS DEL ASESOR	
Nombre del ASESOR: Jaime Estuardo González Amagua	Programa Académico o Carrera: Gastronomía
ASESORIA DE PROCESO DE TITULACION	
Se realizó la asesoría durante el semestre Si (X) No ()	Cuántas sesiones de asesoría se realizaron: 10
ACTIVIDADES REALIZADAS	
¿A cuál?, señala de que tipo:	Porcentaje de atención
Apoyo Académico	_____ 100 _____ %
Formación temprana en la investigación	_____ 100 _____ %
Asesoría en el trabajo practico	_____ 100 _____ %
Asesoría en el formato y trabajo escrito	_____ 100 _____ %
Acompañamiento	_____ 100 _____ %
Observaciones	

Certifico que el /la estudiante Evelyn Alejandra Legarda Mejía el trabajo escrito y practico en su asesoría con un puntaje de 9 (nueve).



Firmado electrónicamente por:
**JAIME ESTUARDO
GONZALEZ AMAGUA**

FIRMA ASESOR: _____ **FIRMA DIRECTOR DE CARRERA** _____



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

CARRERA : TECNÓLOGA EN GASTRONOMIA

AÑO : 2022

Tema

“DISEÑO DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA DE LOS ESTABLECIMIENTOS O RESTAURANTES MODERNOS Y CONTEMPORÁNEOS QUE APLIQUEN LA COCINA DE VANGUARDIA EN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS”

Autor: Legarda Mejía Evelyn Alejandra

Asesor: Ing. González Amagua Jaime

APROBACIÓN DEL PERFIL Y TEMA DEL PROYECTO

En calidad de tutor del proyecto de grado sobre el tema: “Diseño de una guía gastronómica de los establecimientos o restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo de los Colorados” de Legarda Mejía Evelyn Alejandra, estudiante de la carrera de Tecnólogo en Gastronomía en el periodo 2021-2022, me permito afirmar que el presente trabajo de investigación reúne los requisitos necesarios y que, mediante mi revisión, está en condiciones de que el proyecto pueda ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el Consejo Directivo de la Carrera de Gastronomía

En la ciudad de Santo Domingo.

Atentamente,

Ing.: González Amagua Jaime Estuardo

TUTOR DEL PROYECTO DE GRADO

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Legarda Mejía Evelyn Alejandra con cédula de ciudadanía N.131205923-9 libre y voluntariamente DECLARO, que el trabajo académico titulado: “Diseño de una guía gastronómica de los establecimientos o restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo de los Colorados”, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desglosan del trabajo propuesto de investigación son y serán de exclusiva responsabilidad legal y académica.

Atentamente,

C.C: 131205923-9

E-mail: evelyn_lm30@hotmail.es

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico con todo mi cariño a mis padres, ustedes han sido siempre el motor que me impulsa a cumplir mis sueños y esperanzas, quienes siempre han estado a mi lado en todos los momentos difíciles de mi vida, por animarme día a día a seguir luchando por la mujer en quién quiero convertirme, les dedico a ustedes este logro, mamá y papá, gracias por siempre creer en mí.

Evelyn

AGRADECIMIENTO

Al concluir esta etapa de mi vida, quiero agradecer primero a Dios, por darme la fortaleza, bendecirme y guiarme a lo largo de mi vida, por haberme brindado la salud necesaria para cumplir con mis objetivos y concluir mis estudios como tecnóloga.

A mi tutor Ing. Jaime González, y a mis lectores Ing. José Espinoza e Ing. Darío Vargas sin sus virtudes, su paciencia y constancia este trabajo no lo hubiese logrado tan fácil. Gracias por sus enseñanzas y orientaciones.

A mis maestros, quienes estuvieron desde el inicio de mi carrera, hasta el día de hoy impartíendome sus conocimientos, gracias por cada momento compartido.

También agradezco al Instituto Tecnológico Superior Japón, por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de prepararme como profesional.

A mi tía, María Zambrano, por haber sido un gran apoyo durante mi carrera.

Agradezco especialmente a mi mamá por estar a mi lado y haberme apoyado incondicionalmente durante este camino.

A todos los mencionados, mis más sinceros agradecimientos

Evelyn

RESUMEN

En la presente investigación se realiza el análisis y evaluación para el diseño una guía gastronómica digital, en base a los restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo de los Colorados, para así, fomentar el turismo y mejorar la afluencia de comensales. La elaboración de esta guía está enfocada principalmente, en los montajes de platos vanguardistas y la presentación de cada uno de ellos que ofrecen los establecimientos seleccionados, brindando a los comensales nuevas experiencias culinarias. La metodología del presente trabajo está dirigida en un diseño investigativo de enfoque cualitativo y cuantitativo, de tipo exploratorio y descriptivo, además, se implementará varios técnicas y métodos necesarios para la obtención de información sobre la elaboración de la guía gastronómica. Se trabajó con una muestra de 50 personas de entre 25 a 29 años, relacionadas directamente con la gastronomía que nos brinda la ciudad. Los resultados indican que la propuesta será de gran importancia, por lo que se destaca la cultura culinaria que representa la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

PALABRAS CLAVE: gastronomía, restaurantes, cocina de vanguardia, turistas, guía gastronómica

ABSTRACT

In the present investigation, the analysis and evaluation is carried out for the design of a digital gastronomic guide, based on modern and contemporary restaurants that apply avant-garde cuisine in Santo Domingo de los Colorados, in order to promote tourism and improve the influx. of diners. The elaboration of this guide is mainly focused on the assembly of avant-garde dishes and the presentation of each one of them offered by the selected establishments, offering diners new culinary experiences. The methodology of the present work is directed in a research design with a qualitative and quantitative approach, of an exploratory and descriptive type, in addition, several techniques and methods necessary to obtain information on the elaboration of the gastronomic guide will be implemented. We worked with a sample of 50 people between 25 and 29 years old, directly related to the gastronomy that the city offers us. The results indicate that the proposal will be of great importance, which is why the culinary culture that the city of Santo Domingo de los Colorados represents stands out.

INDICE

APROBACIÓN DEL PERFIL Y TEMA DEL PROYECTO	ii
DERECHOS DE AUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ANTECEDENTES	1
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	2
OBJETIVO GENERAL	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
1.1. CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	4
1.1.1. Variable independiente	4
1.1.2. Variable dependiente	4
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.3. DELIMITACIÓN	5
1.3.1. Delimitación espacial	5
1.3.2. Delimitación temporal	5
1.4. BENEFICIARIOS	5
HIPÓTESIS	6
CAPITULO I	7
1.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Gastronomía definición	7
2.2. Historia de la gastronomía	8
2.3. Cultura culinaria	9
2.4 Cocina moderna	10
1.3.3. ANÁLISIS DEL PROBLEMA	12
1.3.4. REFERENTES GASTRONÓMICOS	13
1.3.5. TURISMO GASTRONÓMICO	13
1.3.6. GRUPOS GASTRONÓMICOS	13
1.3.7. TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	14
1.3.8. RESTAURANTE TEMÁTICO	15
1.3.9. Divulgación de servicios	18
1.3.10. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	21
CAPITULO II	22
2. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	22
4. MARCO METODOLÓGICO	22

4.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22
4.1.1. CUANTITATIVA	23
4.1.2. CUALITATIVA	23
4.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	23
4.2.1. Descriptiva	23
4.2.2. Exploratoria	23
4.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	24
4.3.1. Encuesta	24
4.3.2. Entrevista	24
4.4. Población	24
4.4.1. Muestra	24
CAPITULO III	25
4.4.2. RESULTADOS Y DISCUSION	25
4.4.3. Diseño de la encuesta	25
CAPITULO IV	35
5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	35
5.1. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA	35
5.2. PLAN DE DESARROLLO	35
5.2.1. JUSTIFICACIÓN	35
5.2.2. PROCESO DE ELABORACIÓN	36
5.2.3. LOGROS	40
5.3. IMPACTO DE LA PROPUESTA	40
5.3.1. Social	40
5.3.2. Ambiental	41
CAPITULO V	42
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
6.1. Conclusiones	42
6.2. Recomendaciones	42
BIBLIOGRAFÍA	44
ANEXOS	46

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. 10 técnicas culinarias de vanguardia.....	12
Figura 2. Considera que la crisis sanitaria detuvo la expansión gastronómica en la ciudad.....	25
Figura 3. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que existe una buena propaganda por parte del sector gastronómico?	26
Figura 4. Figura elaborada de la pregunta: ¿El factor económico restringe el acceso a locales que brindan servicios de alimentos exquisitos?.....	27
Figura 5. Figura elaborada de la pregunta: ¿Considera la atención al cliente logra el éxito de los establecimientos que brindan servicios de alimentos y bebidas?	28
Figura 6. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que el sector gastronómico no estuvo preparado para la actual crisis?	29
Figura 7. Figura elaborada de la pregunta: ¿Existe una guía de los establecimientos del sector gastronómico de la ciudad?	30
Figura 8. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que las herramientas tecnológicas aportan para que la oferta de bienes y servicios ayuden en el proceso de reactivación económica?.....	31
Figura 9. Figura elaborada de la pregunta: ¿Existe facilidad para acceder a información sobre los establecimientos que brindan bienes y servicios gastronómicos?.....	32
Figura 10. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que una guía digital ayudaría con información relacionada a la cocina vanguardista?	33
Figura 11. Figura elaborada de la pregunta: ¿Se puede replicar la información que existen en otros lugares en base al uso de programas digitales?.....	34
Figura 12. Portada de la Guía gastronómica digital.....	37
Figura 13. Presentación del autor de la guía	37
Figura 14. Restaurantes ubicados en la guía digital.....	38
Figura 15. Portada de un restaurante de la guía digital	38
Figura 16. Oferta gastronómica y la ubicación del restaurante	39
Figura 17. Galería de los platos y bebidas que ofrece el restaurante	39
Figura 18. Redes sociales y contacto del restaurante.....	40
Figura 19. Visita a restaurantes	47
Figura 20. Visita a restaurantes	47
Figura 21. Visita a restaurantes	47
Figura 22. Visita a restaurantes	47
Figura 23. Visita a restaurantes	47
Figura 24. Visita a restaurantes	47
Figura 25. Visita a restaurantes	47
Figura 26. Visita a restaurantes	47

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Expansión gastronómica afectada por la crisis sanitaria.</i>	25
Tabla 2. <i>Propaganda del sector gastronómico.</i>	26
Tabla 3. <i>Factor económico en locales de alimentos exquisitos.</i>	27
Tabla 4. <i>Atención al cliente como éxito en los establecimientos.</i>	28
Tabla 5. <i>El sector gastronómico frente a la actual crisis.</i>	29
Tabla 6. <i>Guía de establecimientos gastronómicos.</i>	30
Tabla 7. <i>Las herramientas tecnológicas como aporte en la reactivación económica.</i>	31
Tabla 8. <i>Facilidad para conocer establecimientos gastronómicos.</i>	32
Tabla 9. <i>Guía digital con relación a la cocina vanguardista.</i>	33
Tabla 10. <i>Replicar información en otros lugares en base al uso de programas digitales.</i>	34

TEMA: “Diseño de una guía gastronómica de los establecimientos o restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo de los Colorados”

ANTECEDENTES

INTRODUCCIÓN

Cada ciudad en el mundo se identifica por varias forma de expresión cultural pero la que más se destaca entre todas es la relación que se tiene con los alimentos, pero la modernización en todo aspecto ha hecho que se use nuevas técnicas para poder volver más atractivo a los alimentos es el motivo que en cada ciudad la oleada de la cocina vanguardista se ha desarrollado de una manera vertiginosa dando pie a mucha investigación dentro de las cocinas, pero el problema no radica en este proceso sino más bien en el hecho de difundir estos sitios para el consumidor final. Al llamado comensal que busca información sin encontrar respuesta.

La presente investigación se basa en la necesidad de obtener información, para los clientes que buscan una nueva experiencia gastronómica en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados y que puede convertirse en un atractivo tanto para locales como extranjeros, denominado como bum gastronómico que se prolifera en una forma exponencial, siendo lo más atractivo en el momento, la cocina vanguardista, que por mucho se ha vuelto un tema a tratar por aquellos que gustan de una buena degustación, es el motivo por el cual se busca dar a conocer no solo los alimentos preparados con estas técnicas sino que también aquellos restaurantes que se dedican a esta nueva forma de preparación, presentación y visualización de los platos.

La ciudad, desde hace algunos años paso a ser parte de las ciudades elite referentes culturales y gastronómicas del país gracias a su excelente dominio en las carnes y sus cortes específicos de la res ya se encontraba en el entorno gastronómico del país.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una guía gastronómica para dar a conocer los distintos restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina vanguardista, fomentando el turismo gastronómico que ofrece la ciudad de Santo Domingo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sustentar la investigación de manera teórica, en base a la información bibliográfica obtenida para el estudio de la creación de la guía de los restaurantes modernos que aplican la cocina de vanguardia en la ciudad de Santo Domingo.
- Utilizar métodos y técnicas de investigación los cuales nos permitan realizar un análisis de factibilidad del proyecto para mejorar el turismo gastronómico tomando en cuenta las necesidades y afluencia en el consumo alimenticio.
- Diseñar una guía gastronómica digital en base a la información recopilada, para mostrar nuevas tendencias culinarias y mejorar el turismo gastronómico en la ciudad de Santo Domingo.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación está dirigida a la creación de una guía gastronómica digital que dé a conocer los diferentes restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina de vanguardia en Santo Domingo. Como ya se conoce, la ciudad de Santo Domingo es uno de los referentes que caracteriza al país ya que no está lejos de esta tendencia modernista, por ese motivo hace que se realice investigaciones más minuciosas y profesionales, llevando a aplicar técnicas de investigación científica que podrá arrojar una verdad más centrada, así también podrá darnos un camino más claro para desarrollar un sistema que se pueda difundir entre los amantes

gastronómicos, los resultados esperados en base a una primera impresión es la de elaborar una guía que sea el pilar de la ubicación de los restaurantes modernos que apliquen técnicas de la cocina vanguardista en la ciudad de Santo Domingo.

La función de estas guías gastronómicas va a ser más amplia que la de meramente informar, ya que también tienen como objetivo aportarnos las direcciones de establecimientos recomendados, aconsejarnos sobre los platos estrella de los restaurantes, ayudarnos a descubrir talentos emergentes del mundo de la cocina, acompañarnos en nuestros viajes e intentar orientar y educar a nuestro paladar, entre otros. (VIVANCO, 2016)

En mi consideración, la guía gastronómica digital es fundamental ya que muestra los establecimientos que ofertan la cocina de vanguardia, así mismo, permite que la población pueda acceder a información que sea de su interés y satisfaga sus necesidades, de esta manera puedan cumplir el propósito de difundir y consolidar los recursos, herramientas y servicios que le permitan brindar y sugerir un establecimiento que cumple con la información indicada dentro del documento, el cual logra como resultado la función para la que fue creada.

Una de las razones que motivaron el desarrollo de este proyecto de investigación se encuentra vinculado a la necesidad de fomentar el turismo gastronómico en la ciudad de Santo Domingo y dar a conocer el potencial en la cocina moderna vanguardista que se ofrece en la ciudad, ya que está llena de restaurantes que ofrecen una gran variedad de platos y de diferentes técnicas culinarias, así como de diferentes culturas.

Respecto a ello, es importante señalar que la elaboración de documentos gastronómicos como una guía gastronómica digital, donde las personas puedan encontrar con facilidad el lugar que estaban buscando para degustar y disfrutar una buena comida referente al gusto de cada uno,

constituyen un aporte fundamental en la cultura e identidad de la ciudad, ya que solo de esta manera, es posible contribuir con la difusión de dicho patrimonio cultural.

El sector de alimentos y bebidas es considerado como uno de las principales actividades de servicio que favorece de forma positiva a la generación de turismo en un sector geográfico. Por lo tanto, las diversas estrategias comerciales que se estructuran de forma planificada, continua y sistematizada al cliente, cubre sus necesidades, deseos y expectativas culinarias las cuales contribuyen en la generación de ingresos económicos para la empresa y un posicionamiento competitivo en el mercado.(Salazar Duque & Burbano Argoti, 2017)

A nivel social, es importante mencionar que la realización del presente trabajo resulta oportuno, debido que a través del mismo se podrá dar mayor relevancia a los restaurantes que aplican la cocina vanguardista, la guía gastronómica va a poder establecer un margen de restaurantes que son factibles para poder atraer mayor cantidad de turistas gastronómicos a la ciudad de Santo Domingo, ya que se ha convertido en una ciudad de paso en donde todos llegan a probar los alimentos que se preparan, siendo un gran aporte que da la ciudad como lo es la nueva gastronomía del país.

1.1. CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

1.1.1. Variable independiente

Restaurantes modernos y contemporáneos

1.1.2. Variable dependiente

Guía gastronómica

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Después de realizar una investigación larga y extensa, y sin encontrar una guía que brinde la información sobre los restaurantes que apliquen la cocina de vanguardia, surgió la siguiente interrogante:

¿Los restaurantes modernos y contemporáneos que brindan cocina vanguardista se encuentran recopilados dentro de una guía gastronómica digital?

1.3. DELIMITACIÓN

1.3.1. Delimitación espacial

El presente trabajo investigativo se desarrolla en la República del Ecuador, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Cantón Santo Domingo de los Colorados.

1.3.2. Delimitación temporal

El desarrollo del presente trabajo se en el tercer trimestre del año 2022, con antelación al mes de mayo y junio que se realiza la determinación del tema y la aprobación del proyecto, posteriormente se recopila información de fuentes tanto bibliográficas como las que se encuentran dentro de la Internet, sean de instituciones públicas como privadas.

1.4. BENEFICIARIOS

Los principales beneficiarios serán las personas, locales y los turistas que vienen de paso a la ciudad y no conocen bien donde pueden ir a comer según sus gustos.

Esta guía es una gran implementación a la sociedad y en especial a los turistas, porque permite dar a conocer los distintos locales refectorios que existen con las características estudiadas, de esta forma ayudar en la recuperación de la economía que genera ingresos y apoya en la generación o recuperación de puestos de trabajo cuando se oferta a las personas para dar a conocer los lugares donde pueden ir a degustar según sus preferencias gastronómicas.

HIPÓTESIS

La importancia que va a tener la guía gastronómica digital en la ciudad de Santo Domingo es de gran valor, por lo que además de ser una herramienta muy útil e importante, es innovadora, ya que permite exponer la oferta de la exquisitez e imagen que presenta al comensal la comida vanguardista, dándole una nueva experiencia gastronómica.

CAPITULO I

1.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

“El objetivo de cualquier guía gastronómica es dar luces al comensal entusiasta y al turista, sobre el nivel gastronómico de los restaurantes de una ciudad.” (EL UNIVERSO, 2016)

Como ya se ha mencionado anteriormente, la presente investigación es innovadora, ya que revisando trabajos relacionados con mi tema de investigación, se encuentran temas que abarcan gran importancia como lo es la cocina de vanguardia y las guías gastronómicas, sin embargo, no existe en la actualidad algún tipo de publicación académica basada en una investigación respecto al diseño de una guía gastronómica que brinde información sobre los restaurantes que apliquen la cocina vanguardista dentro de la ciudad de Santo Domingo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Gastronomía definición

La gastronomía es el estudio del nexo que tienen los seres humanos con su alimentación en relación con su medio ambiente o entorno. Su nombre proviene del griego “gastros”, que significa “estómago o vientre” y “nomos” que significa “ley”.

Según Ayora Díaz (2017), en su artículo “Translocalidad, globalización y regionalismo: cómo entender la gastronomía regional yucateca” menciona que el término gastronomía es hoy parte del lenguaje común y cotidiano. Se usa frecuentemente para dignificar un conjunto de prácticas culinarias a las que, para sus usuarios y promotores, el término “cocina” pareciera humilde en comparación. Sin embargo, como argumento aquí, “gastronomía” es un término que ha sido globalizado y localizado, y su reinscripción o adopción en otros lugares conduce a formas (en ocasiones) veladas de colonialismo cultural y homogenización que establecen una escala jerárquica entre distintas cocinas étnicas, locales y nacionales. (Pag 97)

“Son propias de un gastrónomo actividades como degustar, transformar, historiar, narrar, descubrir, vincular, entender, conocer, contextualizar, experimentar e investigar los alimentos.” (Gutiérrez de Alva, 2012)

Para entender qué es gastronomía, lo primero que hay que saber es que es el arte de preparar grandes comidas. Consta de una amplia gama de conceptos teóricos y una serie de técnicas prácticas relacionadas con el campo, tales como recetas, técnicas, ingredientes y métodos de preparación, sin dejar de lado la evolución. Representa el desarrollo, significado e historia de los alimentos para cada cultura.

La gastronomía es uno de los sectores más valorados por los turistas. Cuando viajamos nos gusta conocer la cocina local del destino, explorar sus restaurantes, saborear los productos típicos, las tradiciones, y a poder ser, vivir experiencias sorprendentes, únicas y especiales. Los datos así lo demuestran, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), más de un tercio del gasto de un turista está dedicado a la comida. La gastronomía se ha convertido en uno de los principales motivos para viajar. (Aizega Zubillaga, 2019)

2.2. Historia de la gastronomía

Según Néstor Luján en su libro “Historia de la gastronomía” (1988) menciona que, en realidad, la historia de los alimentos está íntimamente relacionada con todo el proceso evolutivo de la vida humana. La necesidad de alimentarse forma los aspectos fundamentales de la psicología colectiva humana, entrando a la vez en esta especie de desviación inteligente y sensual que es la cocina.

La historia de la comida se remonta a la época en que los humanos aparecieron en la Tierra. Los gastrónomos comienzan su investigación formal encontrando evidencia de estilos de vida humanos prehistóricos, así como estructuras

geográficas, físicas, biológicas y socioculturales que nos permiten comprender los patrones dietéticos existentes. (Bode, 1999)

Según en el sitio web CORBUSE (2021) la gastronomía ha ofrecido una visión multidisciplinaria de la manera en que nos alimentamos a través de la historia. Desde que era una acción de supervivencia de raza, hasta el día de hoy que se ha convertido en un arte. El descubrimiento del fuego fue, sin duda, un punto de inflexión y un acontecimiento fundamental para disfrutar de los resultados evolutivos que tenemos hoy en día. El humano pasó de comer carne cruda a empezar a prepararla e ir un paso hacia adelante.

Las rutas comerciales abiertas entre Europa y Asia hace miles de años permitieron a las culturas dominantes de la época intercambiar y experimentar con nuevos ingredientes y costumbres. Según los investigadores, los primeros hitos de la cocina se encuentran en el antiguo Egipto. Esta civilización se distingue por maravillosas características culinarias que se extendieron e influyeron en otras culturas cercanas. (CORBUSE, 2021)

La gastronomía tal y como la conocemos hoy en día comenzó a basarse en la aportación de los estudios antropológicos, que evidenciaron importantes cambios en los hábitos alimentarios ancestrales, como el descubrimiento y uso del fuego, el perfeccionamiento de la caza, la domesticación de los animales y el inicio de la agricultura.

2.3. Cultura culinaria

El patrimonio culinario es un elemento de comunicación cultural, y en ello se manifiestan tanto las tradiciones propiamente culturales como las idiosincrasias naturales de un lugar. La cocina y

la gastronomía implican una indisoluble relación entre la vida rural y el sector de los servicios. Así, gastronomía es desarrollo local y también desarrollo turístico.

La gastronomía es un símbolo territorial, una muestra tanto de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos con arraigo a un determinado lugar. La gastronomía típica que se asocia a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades, un trazo de su identidad que se refleja a través del cultivo, los productos y platos típicos, o las formas de servir y consumir, que son tan nuestras, pero a la vez tan diferentes en contextos culturales extraños simplemente por no ser propias o no estar habituadas a ellos.

2.4 Cocina moderna

Como se indica en el sitio web de “Learning from food” en el apartado de «Un entorno sin igual: Restaurante de cocina contemporánea» (2017) actualmente, el concepto de cocina más popular para este tipo de restaurante es el concepto de cocina moderna y se enfoca en crear platos excepcionales, presentando la comida como si fuera una obra de arte. Por ello, se han convertido en relativamente poco tiempo en un centro culinario de alta cocina y en la comida favorita de los amantes de la buena mesa, informalmente llamados "foodies".

Sin embargo, no todo el concepto de cocina moderna gira en torno a la comida, ya que son muchos los factores que condicionan la elección de un restaurante moderno de alta gama frente a lo que se considera tradicional y familiar. De estos factores, el entorno que subyace a la experiencia actúa como componente integral y atribuye a cada restaurante un carácter específico, siendo dicho entorno el que los diferencia de la propia comida.

2.5. Características y técnicas de cocina de vanguardia

Si hay algo característico de los creadores de la llamada cocina de vanguardia es precisamente la visión que les une como defensores de nuevos conceptos y técnicas culinarias, en cuya misión dieron los primeros pasos. Descubre nuevos lugares y tendencias en la cocina del futuro. (Tortosa, 2012)

La cocina de vanguardia es un movimiento culinario cuyo objetivo es innovar en la cocina a través de técnicas para preparar productos de alta calidad de forma atractiva y conservando todo el sabor de cada ingrediente.

El objetivo: propiciar al “comensal-receptor” una experiencia estética y sensorial que, tomando como punto de partida los sentidos plenamente culinarios (vista, olfato, tacto y gusto), se le hará trascender a un nuevo nivel, esta vez extra-sensorial, y que tiene mucho que ver con la apelación al intelecto, a la memoria de lo vivido y a la mismísima sensación de felicidad. (Tortosa J. , 2012)

Como se menciona anteriormente, las técnicas de cocina vanguardista se caracterizan por un factor común: juegan con la experimentación, el objetivo de este tipo de cocina es buscar innovar para buscar sabores únicos e intensos, formas y texturas diversas y presentaciones lo más atractivas posible para los comensales.

Algunos métodos sobre la cocina de vanguardia son los siguientes:

- Deconstrucción
- Gelificación
- Esferificación
- Cocción a baja temperatura
- Nitrógeno líquido

- Cocción al vacío

Figura 1. 10 técnicas culinarias de vanguardia.



Fuente: <http://horecailab.com/10-tecnicas-culinarias-de-vanguardia/>

1.3.3. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

El desarrollo e indagación sobre la realización de un tipo de comunicación que se base en las tecnologías de la comunicación y que permiten explorar en las bases digitales, con la finalidad de que se logre una tipología comunicacional con respecto a las ventajas que brinda la cocina del lugar, para que se pueda guiar a los consumidores que se deleitan con sabores exquisitos y que se desconocen por falta de una publicidad acorde a la realidad actual (Villón Hidalgo & Proaño Palacios, 2022, pág. 26)

Uno de los puntos de encuentro para las diferentes actividades de desarrollo de los pueblos, constituyen la gastronomía, la misma que oferta una diversidad de elementos, sean locales, nacionales, internacionales incluyendo la cocina exótica, que permite mantener las tradiciones y gustos en la sociedad, hasta alcanzar un referente de cada grupo y preferencias culinarias.

1.3.4. REFERENTES GASTRONÓMICOS

“La gastronomía ecuatoriana paraliza al mundo con su sabor, creatividad y calidad gourmet.... tres profesionales de la cocina fueron reconocidos internacionalmente con premios que reconocen la calidad y el sabor de las comidas” (Ministerio del Turismo, 2018).

A nivel nacional se presentan varios actos relacionados con la cocina vanguardista, en diferentes lugares; además de que Ecuador es uno de los países que se consolida a nivel mundial en la gran infinidad de platos representativos tanto zonal, regional y tradicional, además de la incorporación de la gran variedad de especies vegetales que poseen y se incorporan a la elaboración de platos que son apetecidos por el público que aprecia la buena comida. Razones que permiten observar en alto el estudio sobre la gastronomía del país.

1.3.5. TURISMO GASTRONÓMICO

Según Vivanco. F. en su sitio web “Turismo gastronómico” (2021) considera el turismo gastronómico una forma de turismo debido al interés en la gastronomía y cultura culinaria de un país o región que el turista visita, donde el motivo principal consiste en conocer y “probar” los alimentos tanto en la forma como la preparación (cocción) de los mismos, a la vez que aprecia sabores y elementos que se agrupan como cultura, naturaleza y lo más importante en entorno social. Es en base a esta actividad que se han establecido las denominadas rutas gastronómicas en base al origen e historia cultural de la sociedad y la forma de alimentación, por lo que, en la actualidad, es posible conocer varios de ellos como la comida Japonesa, Thai, Italiana, asado Argentino, India, Boulangerie Francaise y otras más.

1.3.6. GRUPOS GASTRONÓMICOS

Cuando se establecen alicientes para crear emprendimientos, la gastronomía es uno de los puntales que mayor aceptación se encuentran tanto a nivel internacional como local, debido a la

diversidad y creatividad de presentaciones y nominaciones de la gastronomía, así por ejemplo se conoce sobre la revolución causada por grupos españoles como el grupo DCastro fundado en 1996 y que incursiona profesionalmente y manteniendo la calidad y cualidad de su sabiduría tradicional, además de respetar la esencia de la creación del restaurante. (DCastro. GRUPO GASTRONÓMICO, 2022).

Ecuador ofrece una mezcla infinita de la cocina local e internacional, por lo cual existen centros de enseñanza a nivel profesional en la carrera de gastronomía y que permite dar a conocer la rica gastronomía que el país posee.

1.3.7. TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

Se rescata del blog Corbuse (2022) que la cocina se ha transformado en un arte en lo relacionado a la preparación de comida que perdura y transmite por generaciones y que forman parte de la cultura tanto a nivel familiar, local y regional, por lo que se ha podido identificar los orígenes y técnicas e ingredientes a fin de categorizarlos, a pesar de que hay distintos tipos como países en el mundo, pero se resume a:

- **Gastronomía Internacional.**- Se basa en la información recopilada a nivel mundial y la realización de platos clásicos o creativos que respetan su origen.
- **Gastronomía por régimen alimenticio.**- La que a su vez responde al régimen alimenticio personal o de su preferencia y son vegetariana, vegana, macrobiótica, molecular, naturista y sostenible, cada una de ellas tiene su propia direccionalidad en cuanto a ingredientes y especias a utilizar.
- **Gastronomía gourmet.**- Llamada también alta cocina y que se relaciona a la calidad de ingredientes, preparación y exquisito sabor que permite alcanzar estándares que dominen técnicas para un paladar educado, es decir lograr la calidad.

1.3.8. RESTAURANTE TEMÁTICO

Posterior a la crisis sanitaria, se logra redefinir la forma de realizar las diferentes actividades donde la conceptualización y creatividad van de la mano cuando los locales despiertan el interés a su clientela en la decoración, mantelería, cubertería, la colocación de carteles divertidos con el único objetivo de llamar la atención; además de propagandas con carteles vivientes y la vestimenta del personal. (Monouso, 2019)

“Conceptualiza que un local temático se refiere a una gastronomía exótica con características del sector geográfico al que oferta sus alimentos” (10 barra de ideas, 2019).

1.3.8.1.Cocina vanguardista

“La cocina de vanguardia tiene el objetivo de revolucionar la cocina, buscar una visión moderna mediante productos de alta calidad y transformar el placer de la buena cocina en un reto permanente para los sentidos.” (Scoolinary BLOG, 2022)

Mediante esta cocina moderna y llamativa, se comprende la importancia del impacto de esta nueva tendencia gastronómica en nuestro medio, ya que en la actualidad las personas no solo buscan platos que sean agradables a su paladar, sino que se interesan en gran parte por la apetitosa y exótica presentación de los platos que van a consumir.

Es aquella que mantiene como estrategia al sabor como protagonista al utilizar técnicas modernas e innovadora, además que experimenta y transforma la textura, forma y temperatura de todos los ingredientes que se utilizan, sin que exista la pérdida de sus sabores originales, especialmente relacionada con técnicas de repostería y que fue creada por Ferrán Adrià cuyo producto fue la tortilla líquida con espuma presentada en una copa. (Blog BCH, 2022)

Además de que existan lugares que adicionan entretenimiento y creatividad al ofrecer diferentes estilos de atención al consumidor.

1.3.8.2.Oferta gastronómica

Según German De Bonis (2019) en su sitio web Se refiere al conjunto de platos y bebidas que se ofrecen en los establecimientos de expendio añadido dentro de la producción de servicios o servucción, que considera una interacción entre clientes, personal y el soporte ofertado en los alimentos y bebidas, hoy en día toma distintos tipos de llegar al cliente y que se apoya en las tecnologías de la comunicación conocidas como restauración gastronómica con una variedad de productos, incremento a gusto del cliente y que se encuentran dentro de una categorización y organización que depende de los productos ofrecidos a la clientela.

Como se menciona en el sitio web “Ingeniería del Menú” (2022) al diseñar una propuesta se prioriza las experiencias, el tipo de clientes y la zona donde se encuentra ubicado el local hasta lograr los diferentes tipos de oferta como:

- Menú del día.
- A la carta.
- Buffet.
- Menú degustación o Menú de autor.
- Restauración Hotelera.
- Restauración Extrahotelera.
- El cliente es siempre lo primero.
- Aplica estrategias de Marketing2

1.3.8.3. Aceptabilidad sobre la nueva realidad

La logística es una de las partes que se ocupa de todo lo relacionado con los suministros que debe llegar al local hasta concluir con la producción de los alimentos, por lo que el proceso hasta llegar al cliente, en base a la prestación de un servicio integrado.

“Para (Euskadi, 2020) señala que las organizaciones tuvieron que adaptarse a la pandemia para cumplir de forma eficiente con envíos garantizados a tiempo y sobre todo salvaguardar la vida de los colaboradores y clientes.” (Guato Iza & Laguatasig Bonilla , 2021, pág. 16)

Lady Guato y Maria Laguatasig (2021) indican en su trabajo de titulación que según alrededor del mundo existen muchos sectores económicos afectados debido a la pandemia puesto que está obligado a que el mundo entero entre en cuarenta lo que a su vez ha ocasionado una crisis económica mundial, entre los sectores más golpeados por esto tenemos al turismo en el cual se incluye la industria hotelera y restaurantera, pues la situación actual obliga a que estas empresas recorten sus gastos, sean más eficientes en cuanto a sus inversiones, además que es necesario que reestructuren sus procesos para adaptarse a esta nueva forma de vida, pues según el Banco Mundial durante los años que dure la pandemia ocasionara que varias empresas se vayan a la quiebra, además de la reducción de los ingresos lo que enviara a muchas personas a la pobreza extrema en los países que se encuentra en subdesarrollo.(Pag 17)

La industria del servicio de alimentos debe recordar actualizar sus conocimientos a través de la capacitación continua del personal de servicio para modernizarse con el desarrollo de la tecnología, para que puedan adaptarse fácilmente y hacer frente con facilidad a todo tipo de problemas. Todo el bosque de las redes sociales establece nuevas expectativas de comunicación.

1.3.8.4.Práctica de protocolo por emergencia sanitaria

Villón & Proaño (2022) indican en su estudio de factibilidad que la atención al cliente al ser un servicio directo al consumidor con la única finalidad de aclarar todas las dudas, la información necesaria y recopilar las sugerencias o reclamos respecto al producto o servicio y se pueda mejorar a futuro con la satisfacción de sus necesidades

Tomando en consideración que el cliente por encima de todo debe realizarse formas expectantes como:

- No hay nada imposible cuando se quiere
- Cumple todo lo que prometas
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera
- Para el cliente, tú marcas la diferencia, entre otros.

1.3.9.Divulgación de servicios

Según Sánchez Duro, (2020) indica en su blog de que permite divulgar un servicio o bien y que permite publicar por medio de algún medio de comunicación a fin de poner al alcance de la población que requiere del bien o servicio, en el caso del sector gastronómico, es importante que deba alcanzar los objetivos que la empresa o establecimiento se haya planteado como un objetivo inicial.

1.3.9.1.Evolución propagandística

Según se indica en el sitio web Universidad ICEL (2020), que la evolución de los medios de comunicación se han apoyado en la evolución tecnológica, que inicia por medio de la comunicación oral originada en Egipto, con el paso del tiempo ha alcanzado avances extraordinarios que va de la mano con la revolución industrial, hasta llegar a los momentos

actuales en los que la era digital es la que prevalece que tiene claves como la calidad del contenido, la libertad de expresión, la publicidad espejo proyectada en anuncios de televisión.

1.3.9.2. Uso de formas digitales

La publicidad digital ha alcanzado incrementos muy significativos en la actualidad, por causa de la emergencia sanitaria, donde muchas actividades han tenido que emigrar su forma de servicio a los clientes y muy especialmente dentro del campo publicitario que ha tenido que reinventar nuevas formas y vías de comunicación efectivas y directas, con el afán de mantener su clientela, incrementar los servicios y llegar a una población digitalizada debido a que la población joven tiene acceso a información ilimitada en todos los campos y actividades humanas. (Universidad ICEL, 2020).

1.3.9.3. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria –ARCSA–

El Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018), indica en el capítulo II los derechos y obligaciones que deben poseer los prestadores de servicios de alimentos y bebidas a fin de que puedan realizar sus actividades para las que fueron designados y en base a otras reglamentaciones gozarán de los privilegios y la categorización a la cual se añadió con su documentación.

VARIABLE INDEPENDIENTE

Principalmente los restaurantes de alta cocina han desarrollado nueva terminología culinaria. Es un concepto en el que el consumo de alimentos ya no es el único fin de la nutrición y tiene muchos significados, ya que el consumidor de hoy se esfuerza no solo por nutrir el cuerpo sino también por experimentar el consumo. En este contexto, crear un entorno de punto de venta que estimule los cinco sentidos y provoque respuestas cognitivas, afectivas y conductuales se convierte en una herramienta de marketing indispensable que los restaurantes deben utilizar.

VARIABLE DEPENDIENTE

“Una guía es un libro de indicaciones, una lista de datos o información referente a una determinada materia, y en el caso que nos ocupa, esa información está relacionada con comida, restaurantes, regiones, países...dirigida a que todos los amantes de los viajes y de la gastronomía puedan hacer un buen uso de ellas.” (VIVANCO, 2016)

La implementación de una guía gastronómica incluye una serie de factores que es necesario tener en cuenta, valorando qué factores en la búsqueda de justicia prevalecerán sobre los consejos desarrollados en ella, no en todo momento sin efecto alguno.

Según Koldo Royo en su artículo de “Las guías gastronómicas” (2016) el principio básico de la creación de una guía es que debe servir para guiar a sus usuarios en el camino para encontrar los criterios correctos en la elección del servicio o destino deseado. Por lo que debemos concluir que el grupo más numeroso será el de las personas que consultan la publicación, que intentan moldear su criterio para disfrutar del destino culinario más exitoso. Todo depende de un conjunto de variables (precio, tipo de cocina, ubicación, etc.).

El segundo grupo para considerar incluye a los profesionales que prestan servicios desde un punto de vista empresarial. En principio, estos expertos deben saber que no son ellos quienes deciden incluirlos en las guías, y por tanto merecen una opinión. Fueron los reguladores y productores de las pautas los que establecieron los estándares para transmitirlos a los consumidores. Este principio de actuación muchas veces no es bien entendido por los jefes y gerentes de empresas, quienes creen que los mentores deben su existencia al desarrollo de sus actividades, si no estuviera allí, entonces no existiría el prisma de luz visible. Si esto es cierto en general, no lo es cuando se trata de un restaurante o establecimiento en particular.

El tercer grupo incluye editores de directorios. La filosofía aplicada, a veces los intereses económicos y sociopolíticos, las dificultades económicas y financieras que debilitan la posición protegida de presiones, son los factores que influirán decisivamente en el resultado de una guía fiable en la búsqueda del mejor servicio al cliente.

1.3.10. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En la Ley de Turismo en el Capítulo sobre derechos y obligaciones, el Art. 5 Derechos del usuario consumidor indica que los establecimientos turísticos gastronómicos tendrán derechos como el de recibir servicios acordes en naturaleza y calidad en base a la clasificación y categoría a la cual han sido direccionados (Villón Hidalgo & Proaño Palacios, 2022, pág. 60).

La Constitución de la República en el Art. 281 hace referencia a la soberanía alimentaria, además de indicar sobre el derecho que tiene el Estado de brindar al ciudadano la alimentación en base de productos inocuos mediante la prevención y protección de la población en el consumo de alimentos que se encuentren en mal estado o contaminados.

CAPITULO II

2. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Según Espinoza Ordóñez, (2017) en su proyecto de investigación para la obtención de su título, indica que en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la industria alimentaria es extensa por su ubicación geográfica e influencia de personas de otras provincias, la cual ha sido una ventaja para el comercio, pero una desventaja para la identidad gastronómica de la provincia desplazando la gastronomía ancestral Tsáchilas existiendo varias preparaciones tanto de la sierra como de la costa de tal manera que no se han identificado los platos típicos de la provincia que fueron introducidas por las personas que colonizaron la ciudad y que actualmente son populares y muy demandados, en muchos de los casos se han modificado ingredientes haciéndolos propias de la provincia. (pp.1)

Acciones que permiten la reactivación económica del sector cuando se tiene lugares donde se puedan degustar y alcanzar nuevas experiencias al festejar y compartir alimentos preparados de las diferentes culturas alimenticias.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

EL trabajo investigativo tiene como finalidad la elaboración de una guía digital sobre los restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina vanguardista en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, a fin de llegar a la población digitalizada y que tiene la capacidad de acudir a la oferta que establece los diferentes locales de expendio de alimentos y bebidas de la ciudad.

4.1.1. CUANTITATIVA

En base al carácter cuantitativo, al obtener la información respectiva, se implementan el uso de fórmulas numéricas en los respectivos análisis estadísticos, la interpretación respectiva y comprobar la hipótesis planteada, hasta alcanzar la propuesta como producto al final de la investigación.

4.1.2. CUALITATIVA

El enfoque está relacionado en la fundamentación y la interpretación de la información obtenida, mediante la técnica de la encuesta aplicada a la población establecida.

4.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

4.2.1. Descriptiva

La investigación descriptiva se refiere a aquella que tiene como fundamento principal la compilación de datos que puedan facilitar la obtención de la información, a fin de lograr con el objetivo planteado en la investigación.

4.2.2. Exploratoria

La investigación exploratoria tiene el propósito de buscar información para establecer suposiciones que permitan alcanzar objetivos claros sobre un tema en particular mediante el apoyo de documentos que se puedan encontrar como libros, folletos, revistas y la información que reposa en la Internet, como un aporte esencial para lograr el cumplimiento de los objetivos de la investigación, hasta completar con la propuesta de elaboración de una guía digital de los restaurantes que ofertan servicios en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

4.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

4.3.1. Encuesta

La encuesta a la población establecida de 50 personas entre las edades de 25 y 29 años, como un método fiable de la investigación, consiste en la elaboración de un formulario con preguntas que permitan indagar sobre la temática a estudiar hasta alcanzar la información fiable por medio de la recopilación de datos, los cuales serán analizados de manera objetiva y real.

4.3.2. Entrevista

La entrevista sirve para llegar a un conversatorio entre el investigador y la persona que brinda la información acerca del tema en estudio, a través de la que se formula las preguntas a esclarecer y obtener los resultados esperados.

4.4. Población

La totalidad de la población según el censo de 2010 es de 29.862 habitantes que aportan al IESS, de las cuales se tomarán la respectiva muestra en consideración aquellos que pueden acceder a bienes y servicios que otorgan los establecimientos en estudio.

4.4.1. Muestra

$$n = \frac{NZpq}{e^2(N-1)+(z^2pq)} = \frac{29862 \times 2,5758 \times 0,5 \times 0,5}{0,04(29862-1)+(2,5758 \times 0,5 \times 0,5)} = \frac{49531,69}{49,44} = 1002$$

$$N = 29862$$

$$Z = 2,5758$$

$$e = 0,04$$

Tomando en consideración el porcentaje de edad de entre 25 a 29 años el 5% = 50

CAPITULO III

4.4.2. RESULTADOS Y DISCUSION

4.4.3. Diseño de la encuesta

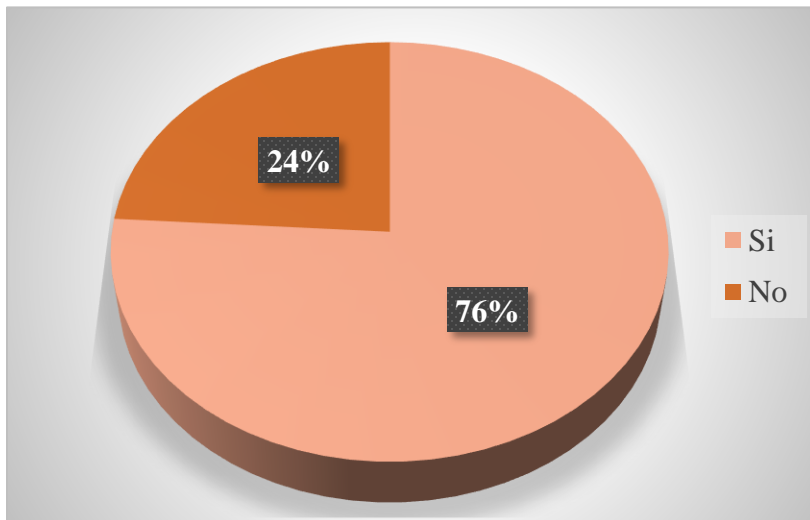
Pregunta 1: ¿Considera que la crisis sanitaria detuvo la expansión gastronómica en la ciudad?

Tabla 1. *Expansión gastronómica afectada por la crisis sanitaria.*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	38	76 %
No	12	24 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 2. Considera que la crisis sanitaria detuvo la expansión gastronómica en la ciudad.



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Una gran mayoría admite la posibilidad de no acceder la información digital debido a la actual crisis que la población ecuatoriana se encuentra y que también se suma la inseguridad a la que se expone la población al visitar lugares públicos.

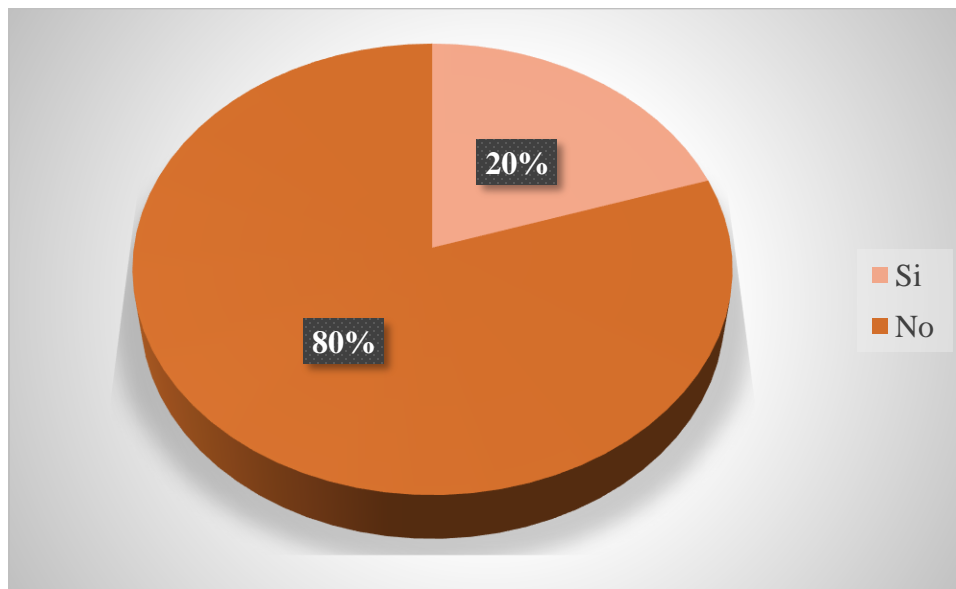
Pregunta 2: ¿Cree que existe una buena propaganda por parte del sector gastronómico?

Tabla 2. *Propaganda del sector gastronómico*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	10	20 %
No	40	80 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 3. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que existe una buena propaganda por parte del sector gastronómico?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

La gran mayoría de las personas que fueron sujetos a la investigación, indican que no existe una buena propaganda por parte del sector gastronómico, dando por consecuencia el poco conocimiento sobre este sector a la población de Santo Domingo.

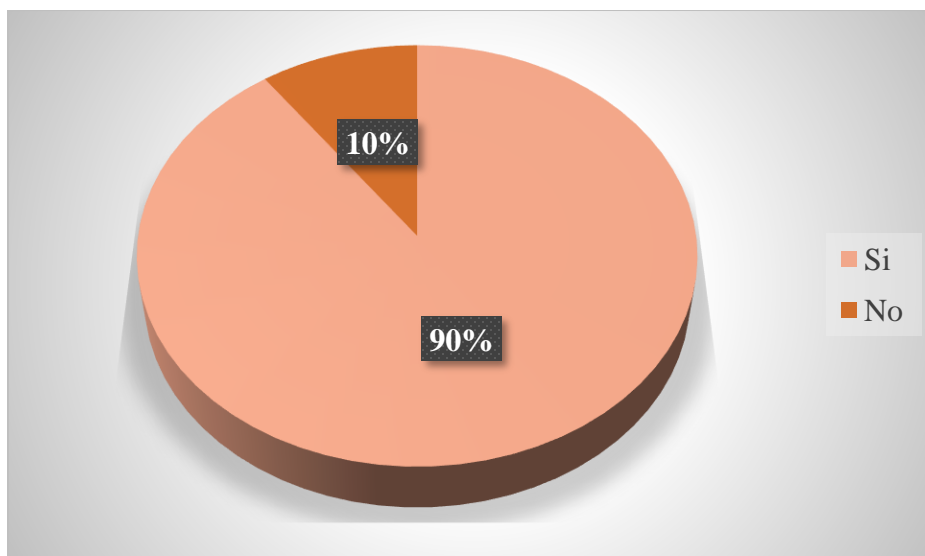
Pregunta 3: ¿El factor económico restringe el acceso a locales que brindan servicios de alimentos exquisitos?

Tabla 3. Factor económico en locales de alimentos exquisitos.

Alternativa	Frecuencia	%
Si	45	90 %
No	5	10 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 4. Figura elaborada de la pregunta: ¿El factor económico restringe el acceso a locales que brindan servicios de alimentos exquisitos?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

La gran mayoría de los investigados expresan la inconformidad de la relación que tiene el factor económico y el acceso a los establecimientos con bienes y servicios que tienen costos altos, por lo que se deben tomar los correctivos necesarios para que sean más accesibles.

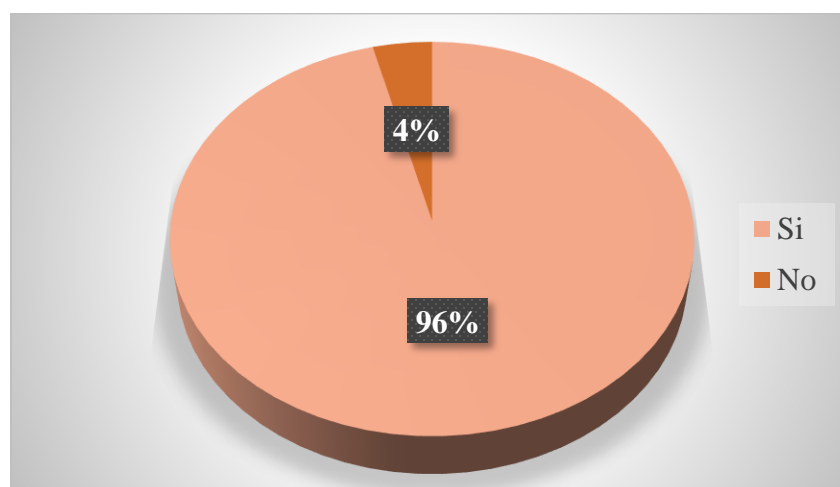
Pregunta 4: ¿Considera la atención al cliente logra el éxito de los establecimientos que brindas servicios de alimentos y bebidas?

Tabla 4. Atención al cliente como éxito en los establecimientos.

Alternativa	Frecuencia	%
Si	48	96 %
No	2	4 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 5. Figura elaborada de la pregunta: ¿Considera la atención al cliente logra el éxito de los establecimientos que brindas servicios de alimentos y bebidas?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Casi la totalidad de los entrevistados, admiten que la atención al cliente logra el éxito deseado en la creación de establecimientos que tienen como objetivo la oferta gastronómica como negocio a gran escala.

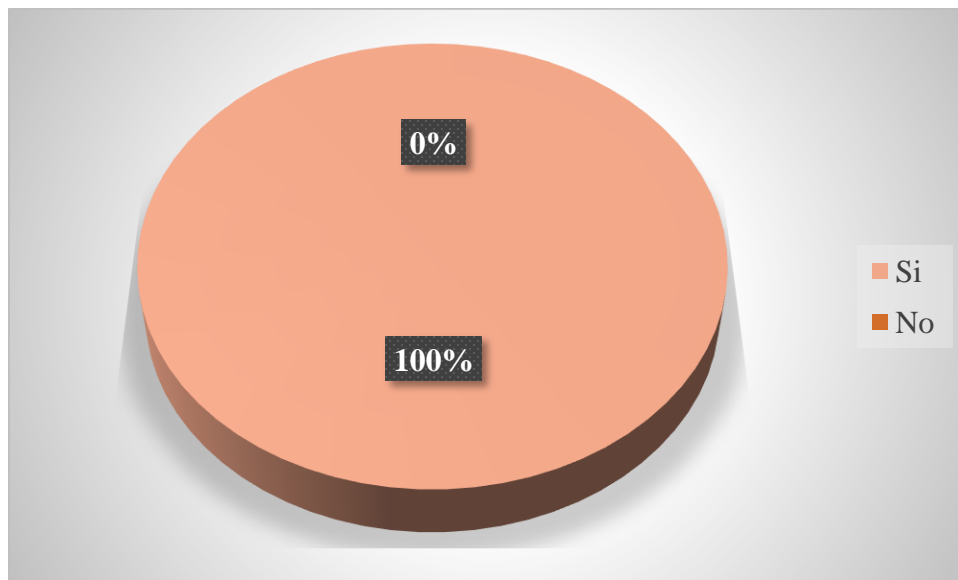
Pregunta 5: ¿Cree que el sector gastronómico no estuvo preparado para la actual crisis?

Tabla 5. El sector gastronómico frente a la actual crisis.

Alternativa	Frecuencia	%
Si	50	100 %
No	0	0 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 6. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que el sector gastronómico no estuvo preparado para la actual crisis?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

La totalidad de la población sujeta a la investigación consideran que el sector gastronómico fue afectado por la situación de crisis sanitaria, al igual que todas las actividades desarrolladas por el hombre y que obligaron a una nueva realidad a desarrollarse en apoyo de las herramientas tecnológicas.

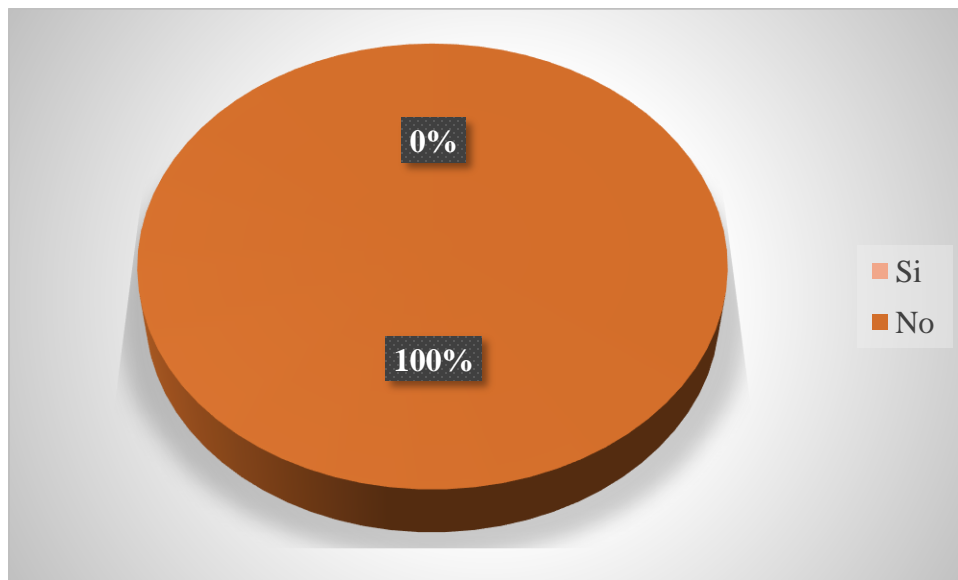
Pregunta 6: ¿Existe una guía de los establecimientos del sector gastronómico de la ciudad?

Tabla 6. *Guía de establecimientos gastronómicos.*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	0	0 %
No	50	100 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 7. Figura elaborada de la pregunta: ¿Existe una guía de los establecimientos del sector gastronómico de la ciudad?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

El apoyo de las tecnologías de la comunicación sirve para una infinidad de propósitos y que uno de ellos se encuentra dentro del sector gastronómico donde no se apoya correctamente en la publicidad dentro de las plataformas digitales usadas actualmente.

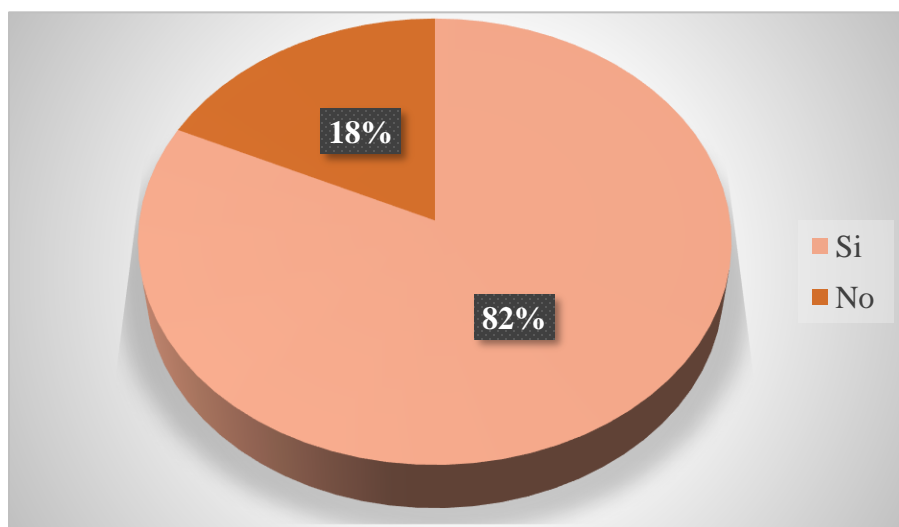
Pregunta 7: ¿Cree que las herramientas tecnológicas aportan para que la oferta de bienes y servicios ayuden en el proceso de reactivación económica?

Tabla 7. Las herramientas tecnológicas como aporte en la reactivación económica.

Alternativa	Frecuencia	%
Si	41	82 %
No	9	18 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 8. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que las herramientas tecnológicas aportan para que la oferta de bienes y servicios ayuden en el proceso de reactivación económica?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

La nueva realidad requiere de aplicar diferentes formas de llegar al público sobre la oferta de bienes y servicios, debido a que se vive una forma diferente de interactuar en todas las actividades generadas por el ser humano y que debe sujetarse a una forma distinta a la que era antes de la crisis sanitaria.

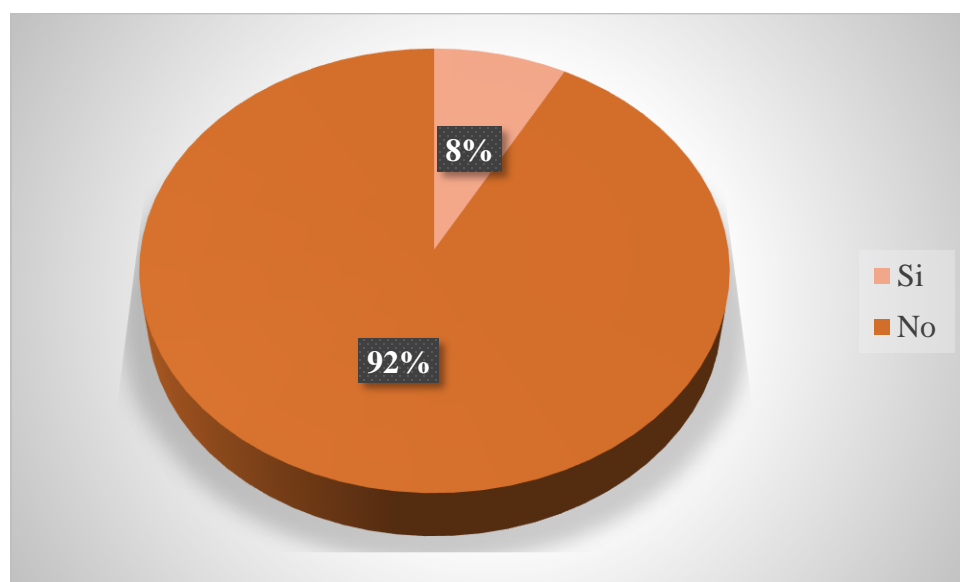
Pregunta 8: ¿Existe facilidad para acceder a información sobre los establecimientos que brindan bienes y servicios gastronómicos?

Tabla 8. *Facilidad para conocer establecimientos gastronómicos.*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	4	8 %
No	46	92 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 9. Figura elaborada de la pregunta: ¿Existe facilidad para acceder a información sobre los establecimientos que brindan bienes y servicios gastronómicos?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Al realizar el análisis sobre la facilidad de acceso a la información se aprecia una falta de ésta, por lo que se debe tomar muy en cuenta sobre esta realidad, respecto a la poca difusión en medios que tienen accesibilidad la gran mayoría de la población.

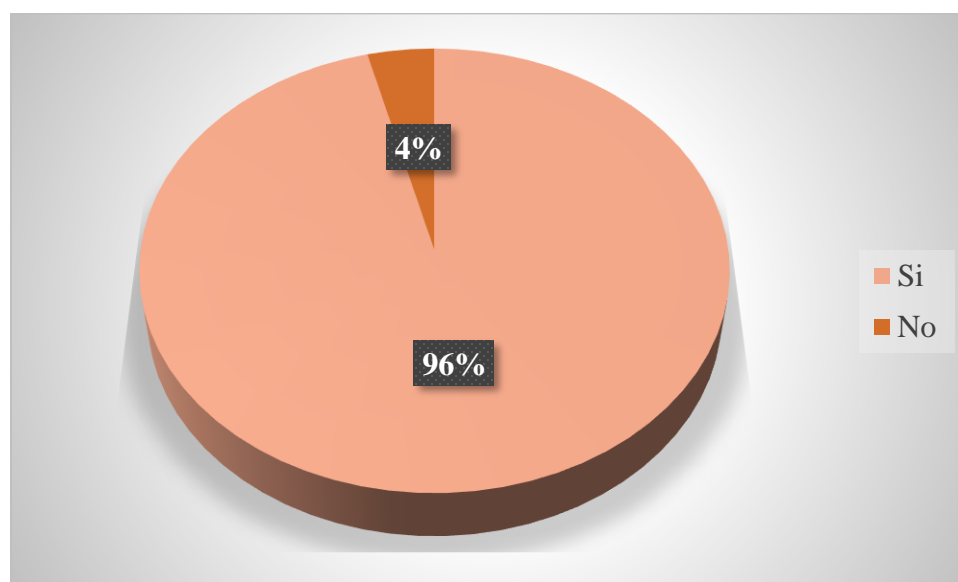
Pregunta 9: ¿Cree que una guía digital ayudaría con información relacionada a la cocina vanguardista?

Tabla 9. Guía digital con relación a la cocina vanguardista.

Alternativa	Frecuencia	%
Si	48	96 %
No	2	4 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 10. Figura elaborada de la pregunta: ¿Cree que una guía digital ayudaría con información relacionada a la cocina vanguardista?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

La investigación arroja elementos bien definidos con respecto a la necesidad de que se elabore una guía para acceder a la información de los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas de preferencia exclusivas y gustos individuales.

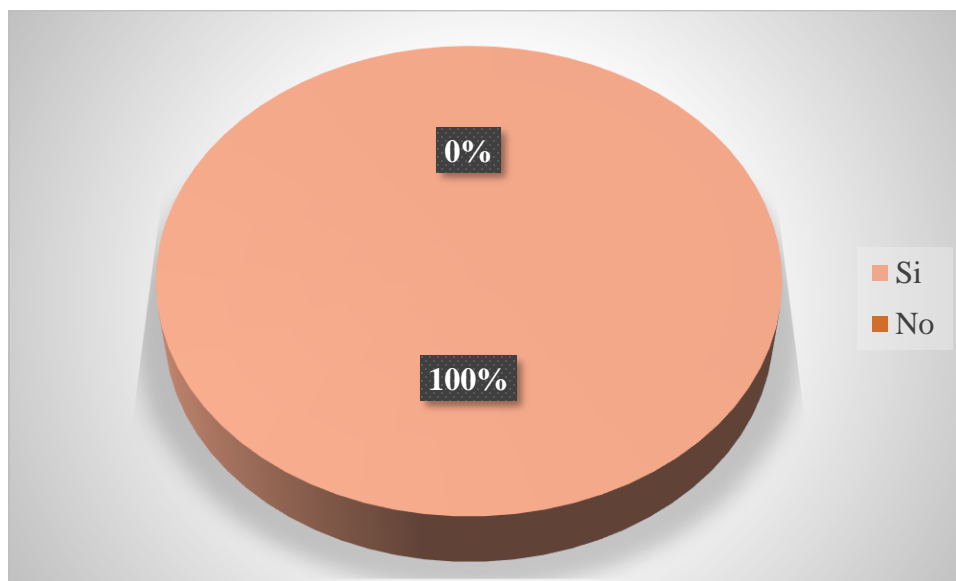
Pregunta 10: ¿Se puede replicar la información que existen en otros lugares en base al uso de programas digitales?

Tabla 10. *Replicar información en otros lugares en base al uso de programas digitales.*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	50	100 %
No	0	0 %
Total	50	100%

Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 11. Figura elaborada de la pregunta: ¿Se puede replicar la información que existen en otros lugares en base al uso de programas digitales?



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

La totalidad de las personas indican que es posible que se pueda replicar la información que tienen otras localidades que ofertan alimentos y bebidas en establecimientos exclusivos y que permiten degustar las preferencias individuales.

CAPITULO IV

5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

El presente trabajo investigativo desarrolla una guía gastronómica digital como resultado de la recopilación de información y características socioculturales de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, que no se dispone en ningún centro tanto público como privado.

5.2. PLAN DE DESARROLLO

Detallar el contenido a ser incluido en una guía gastronómica digital que permita la difusión de los restaurantes modernos y contemporáneos que apliquen la cocina vanguardista dentro de la ciudad de Santo Domingo.

Datos básicos: Donde se concentran datos básicos como nombre del local, mapa de ubicación, oferta gastronómica, dirección, teléfono, e-mail, contenidos y gráficos, además de servicios adicionales como la entrega puerta a puerta.

Visión: en un concepto concreto que refleja dónde se encuentran los diferentes establecimientos que brindan los servicios de alimentación y servicios de la concina de vanguardia.

Valores: que se representan y reflejan la confianza y honestidad de la oferta gastronómica, a más del cumplimiento en lo referido a los servicios adicionales.

5.2.1. JUSTIFICACIÓN

La guía digital de los establecimientos que oferta la cocina vanguardista permite que la población pueda acceder a información que satisfaga sus necesidades y que puedan cumplir el propósito de difundir y consolidar los recursos, herramientas y servicios que permitan replicar y sugerir un establecimiento que cumple con la información indicada dentro del documento, el cual logra la función para la cual se creó.

5.2.2. PROCESO DE ELABORACIÓN

El diseño de la guía gastronómica digital recopila la oferta gastronómica de los establecimientos que aplican la cocina de vanguardia, mediante la implementación de ideas que permitan determinar las prioridades del consumidor, se establecerá los niveles de planificación como la portada, introducción y antecedentes de la guía, así mismo, los precios que se ofrecen y los servicios adicionales que brindan los locales, acompañados de una breve descripción de lo que cada restaurante quiere transmitir con sus creaciones gastronómicas, finalmente, se adjunta la información de dónde se pueden encontrar los establecimientos descritos, lo cual marca la participación de un creativo diseño del documento cuyo propósito es la satisfacción del cliente.

Lo importante es tener una visión global acerca de la responsabilidad de la información que sea veraz y oportuna mediante la aportación (en la fase de diseño), así como la capacidad para modificar y actualizar a través de los medios digitales y que además brinde una interacción amigable con los usuarios.

A continuación, la presentación del desarrollo de la guía gastronómica digital, con el ejemplo de uno de los restaurantes encontrados en la guía.

Se puede visualizar la guía gastronómica a través del siguiente link:

<https://sites.google.com/d/1jPhhXbHDTN9ZwTMmlmwBxGNap8Z6pM7q/p/1aamS7foZ3IzFJj993b74fiX3o3ESIbGq/edit>

Figura 12. Portada de la Guía gastronómica digital



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 13. Presentación del autor de la guía



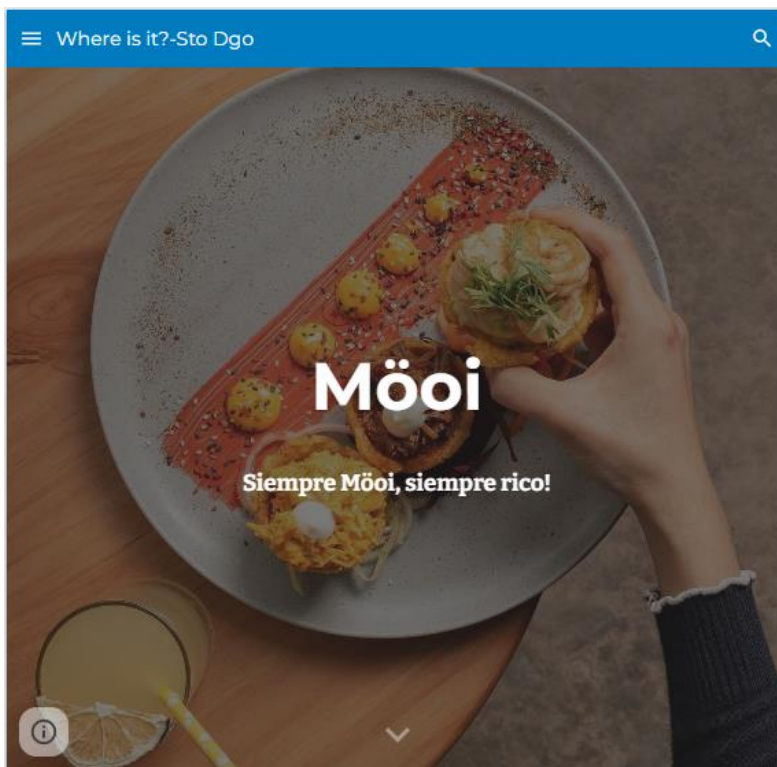
Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 14. Restaurantes ubicados en la guía digital



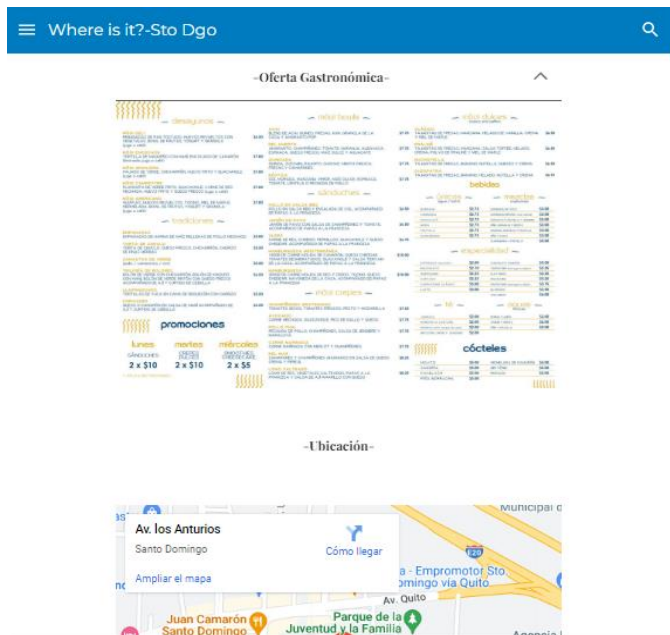
Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 15. Portada de un restaurante de la guía digital



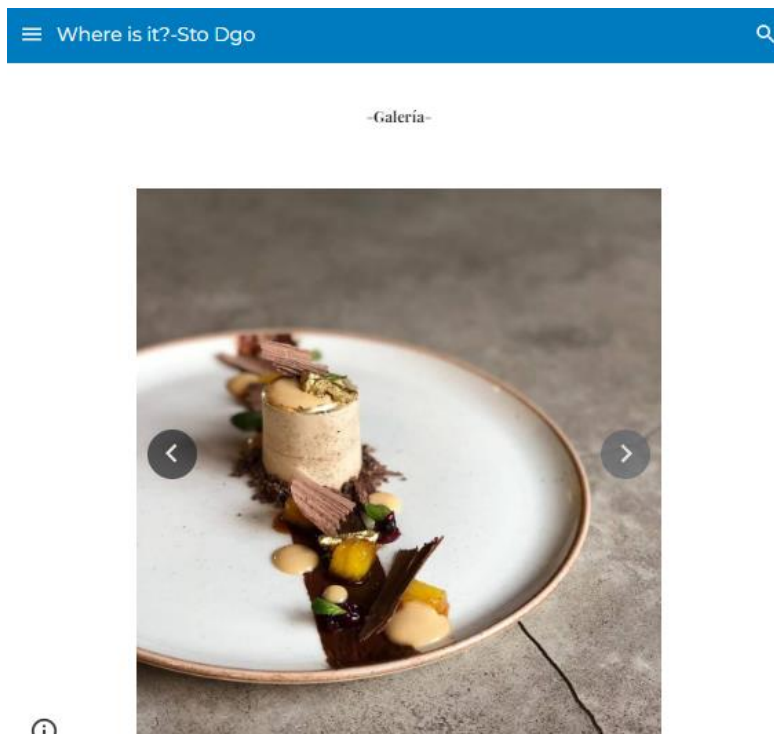
Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 16. Oferta gastronómica y la ubicación del restaurante



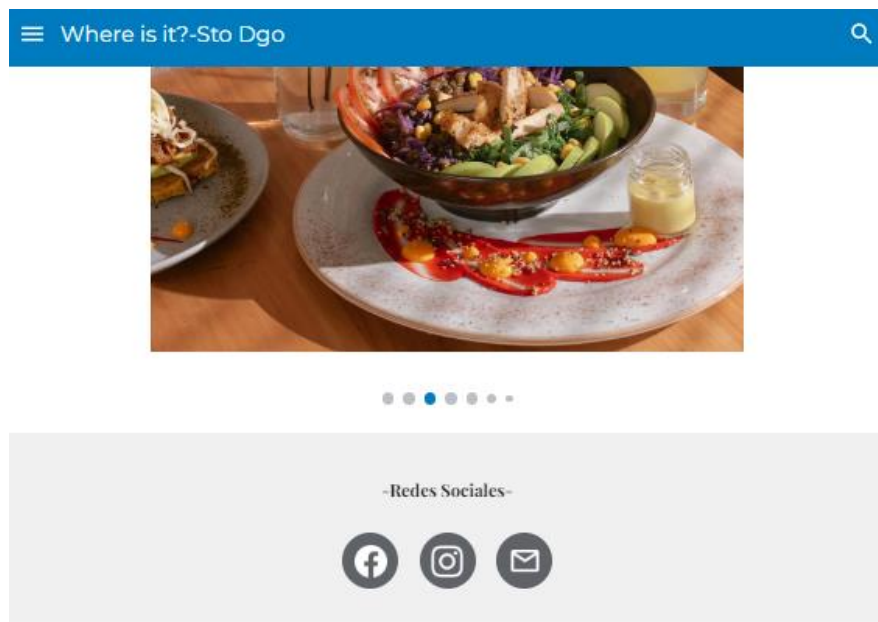
Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 17. Galería de los platos y bebidas que ofrece el restaurante



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 18. Redes sociales y contacto del restaurante



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

5.2.3. LOGROS

Representar los lugares e información llamativa en el diseño.

Añadir logotipos, oferta gastronómica, figuras llamativas y lo más importante la accesibilidad a una buena información del factor económico.

Bosquejar con exactitud la ubicación de los establecimientos.

5.3. IMPACTO DE LA PROPUESTA

5.3.1. Social

La sociedad requiere de una buena información sobre diferentes aspectos que satisfagan sus necesidades, una de ellas, el acceso a la alimentación bajo condiciones higiénicas, accesibles y que posean servicios adicionales como parqueo, envíos a domicilio, entre otros.

5.3.2. Ambiental

Exige que bajo las condiciones actuales deban tener una garantía tanto saludable como amigable con el medioambiente y que además los establecimientos posean información exacta de los ingredientes que ocupan en la elaboración de los alimentos.

CAPITULO V

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Los resultados obtenidos en el presente estudio admiten la posibilidad de no acceder la información digital aduciendo a la actual crisis que sobrepasa la población mundial además de que existe un alto riesgo por la inseguridad a la que se expone la población al visitar lugares públicos.

El impacto de la integración de las plataformas digitales que permiten anunciar formas de propaganda sobre la oferta gastronómica con todos los parámetros necesarios para que no tengan inconvenientes en el momento de intercambiar tanto los servicios como el correspondiente pago remunerativo de un servicio bien conocido.

El desarrollo del potencial del sector gastronómico a creado grandes expectativas sobre las formas de interactuar dentro de parámetros de intercambio de bienes y servicios que permiten crear nuevas formas de emprendimiento y que pueden sobrellevar las consecuencias de la crisis que azota en la actualidad a la humanidad

Gracias a todo lo que hemos analizado, se propone la necesidad de crear esta guía gastronómica para brindar información sobre los restaurantes modernos que apliquen la cocina de vanguardia, de esta manera, dar a conocer estos locales en los que se encuentran otro tipo de atención y presentación en sus platos para vivir otra experiencia gastronómica, en suma, fomentar el turismo en la ciudad.

6.2. Recomendaciones

Es necesario que las entidades públicas trabajen en conjunto con el sector privado para que existan formas de potencializar el turismo gastronómico de la sociedad ecuatoriana y que detienen el avance y sobreponerse a la crisis con acciones positivas que ayuden a la sociedad en general.

Las actividades humanas requieren de las tecnologías de la información que apoyan en todos los ámbitos de la vida humana, siempre que se realicen con principios y valores que aseguren la información que contiene el fruto de la investigación plasmado en una guía digital.

Es necesario que existan alianzas en todos los niveles de la sociedad, así como el apoyo de las instituciones académicas para que puedan expandirse los conocimientos no solo del sector gastronómico, sino que apoyen la riqueza que tiene el Ecuador desde la producción hasta la industrialización pasando por el intercambio de productos que son conocidos a nivel internacional y que requieren del apoyo de todos y cada uno de los miembros de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aizega Zubillaga, J. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Obtenido de Basque Culinary Center: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- 10 barra de ideas. (18 de julio de 2019). *¿Qué son Restaurantes Temáticos?* Obtenido de <https://barradeideas.com/que-son-restaurantes-tematicos/>
- Ascorbe Landa, C. (2018). Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza? *Nutrición hospitalaria*, 36(Extra 4), 44-48. doi:<http://dx.doi.org/10.20960/nh.2124>
- Ayora Díaz, S. I. (14 de Marzo de 2017). Translocalidad, globalización y regionalismo: cómo entender la gastronomía. *Anales de Antropología*, 96-10. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0185122517300097?token=04372B44E9DAEA5A8F79E97C76881755ACD35F900B7799BD9A7390DA9BC33799FC1095E425C118BBECCACE8DA492156C&originRegion=us-east-1&originCreation=20221004174729>
- Blog BCH. (2022). *COCINA DE VANGUARDIA: QUÉ ES Y SUS TÉCNICAS*. Obtenido de Barcelona Culinary Hub: <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/cocina-de-vanguardia#:~:text=Consiste%20en%20transformar%20las%20texturas,sentido%20principal%20de%20la%20gastronom%C3%ADa.>
- Bode, W. (1999). *European gastronomy. The story of man's food and eating customs*. London, UK: Hodder & Stoughton.
- CORBUSE. (5 de Abril de 2021). *¿Qué es la gastronomía?* Obtenido de Historia de la gastronomía: <https://corbuse.edu.mx/blog/index.php/que-es-la-gastronomia/>
- Corbuse. (10 de marzo de 2022). *¿Qué tipos de gastronomía existen en la actualidad?* Obtenido de <https://corbuse.edu.mx/blog/index.php/que-tipos-de-gastronomia-existen/>
- DCastro. GRUPO GASTRONÓMICO. (2022). *Grupo gastronómico DCASTRO*. Obtenido de <https://www.grupodecastro.com/>
- De Bonis, G. (20 de agosto de 2019). *La oferta gastronómica en los restaurantes y hoteles*. Obtenido de <https://germandebonis.com/la-oferta-gastronomica/>
- EL UNIVERSO. (13 de Marzo de 2016). Guías gastronómicas famosas. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/03/13/nota/5459640/guias-gastronomicas-famosas/>
- Espinoza Ordóñez, F. (2017). *DISEÑO DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA Y DIFUSIÓN DE PLATOS TÍPICOS EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS*. Proyecto de investigación, UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES, Ambato. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5947/1/PIUAESC016-2017.pdf>
- Guato Iza, L. A., & Laguatasig Bonilla, M. P. (Marzo de 2021). *Repositorio UTA*. Obtenido de E-logística: análisis en el sector gastronómico de Ambato en época de COVID : <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32781/1/638%20O.E..pdf>
- Guato Iza, L. A., & Laguatasig Bonilla, M. P. (marzo de 2021). *E-logística: análisis en el sector gastronómico de Ambato en época de COVID*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32781/1/638%20O.E..pdf>
- Gutiérrez de Alva, C. I. (2012). *Historia de la gastronomía*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/370/1/Historia_de_la_gastronomia.pdf
- INAN. (2022). *Preguntas frecuentes sobre Registros Sanitarios*. Obtenido de https://www.inan.gov.py/site/?page_id=957#p1
- IngenieríadelMenú.com. (2022). *¿Qué es una oferta gastronómica? Tipos, Creación y Diseño de propuestas gastronómicas*. Obtenido de Diseño de menús: <https://ingenieriademenu.com/oferta-gastronomica-tipos-creacion-y-diseno/>
- Irusta Mendieta, P. (12 de marzo de 2019). *30 tipos de comunicación y sus principales características*. Obtenido de <https://pedroirustamendieta.com/es/tipos-comunicacion-caracteristicas/>
- LEARNING FROM FOOD. (1 de Febrero de 2017). *LEARNING FROM FOOD*. Obtenido de <https://learningfromfoodblog.wordpress.com/2017/02/01/un-entorno-sin-igual-restaurant-de-cocina-contemporanea/>

- Luján, N. (1988). *Historia de la gastronomía*. DEBATE.
- Ministerio del Turismo. (22 de noviembre de 2018). *Gastronomía ecuatoriana entre las mejores del mundo*. Obtenido de Noticias: <https://www.turismo.gob.ec/gastronomia-ecuatoriana-entre-las-mejores-del-mundo/#:~:text=Ecuador%20consolida%20su%20potencial%20gastron%C3%B3mico%20en%20el%20mundo&text=El%20pa%C3%ADs%20posee%20varios%20de,hacen%20especial%20en%20el%20mundo>.
- Monouso. (18 de julio de 2019). *Restaurantes temáticos: una excelente idea para crecer*. Obtenido de <https://blog.monouso.es/restaurantes-tematicos/>
- REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. (05 de Octubre de 2018). *Acuerdo Ministerial 53*. Recuperado el 2022, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/RO%20Reglamento%20Alimentos%20y%20Bebidas.pdf>
- Royo Coloma, C. (15 de Marzo de 2016). *A fuego lento*. Obtenido de <https://www.afuegolento.com/articulo/las-guias-gastronomicas/2592/>
- Salazar Duque, D., & Burbano Argoti, C. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13, 2-14. Recuperado el Agosto de 2022, de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2017000100002&script=sci_abstract
- Salesforce. (2022). *Atención al Cliente con Service Cloud*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/atencion-al-cliente/>
- Sánchez Duro, X. (22 de junio de 2020). *¿Qué es la divulgación gastronómica?* Obtenido de <https://www.sanchezduro.com/blog/que-es-la-divulgacion-gastronomica>
- Scoolinary BLOG. (2022). *Scoolinary BLOG*. Obtenido de La Cocina de Vanguardia: <https://blog.scoolinary.com/cocina-de-vanguardia/>
- SRI. (2022). *Certificado de establecimientos*. Obtenido de Información proporcionada por: Servicio de Rentas Internas (SRI): <https://www.gob.ec/sri/tramites/certificado-establecimientos>
- Tortosa, J. (2012). *La cocina de vanguardia: Cuando los restaurantes dan paso a los espacios de*. Obtenido de file:///C:/Users/evely/Downloads/295893-Text%20de%20l'article-412173-1-10-20150709.pdf
- Tortosa, J. C. (2012).
- Universidad ICEL. (2020). *La evolución de la publicidad*. Obtenido de <https://www.icel.edu.mx/blog-evolucion-publicidad/>
- Villón Hidalgo, G. F., & Proaño Palacios, J. J. (marzo de 2022). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante temático para la ciudad de Samborombón*. Recuperado el 23 de agosto de 2022, de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/61082/1/BINGQ-GS-22P24.pdf>
- VIVANCO. (2016). *Vivanco*. Recuperado el Septiembre de 2022, de <https://vivancoculturadevino.es/blog/2016/07/27/guias-gastronomicas/>
- Vivanco, F. M. (28 de enero de 2021). *Turismo gastronómico*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>

ANEXOS

INSTITUTO TECNOLÓGICO JAPÓN ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

Sr/ita: Con el propósito de conocer el nivel de conocimientos sobre los: “Restaurantes modernos y contemporáneos que brindan cocina vanguardista y recopilados en una guía gastronómica digital en Santo Domingo de los Colorados”, solicito exprese de forma confiable, a las siguientes preguntas, por cuanto los resultados serán beneficiosos para la elaboración del presente trabajo.

N°	Preguntas	Si	No
1	¿Considera que la crisis sanitaria detuvo la expansión gastronómica en la ciudad?		
2	¿Cree que existe una buena propaganda por parte del sector gastronómico?		
3	¿El factor económico restringe el acceso a locales que brindan servicios de alimentos exquisitos?		
4	¿Considera la atención al cliente logra el éxito de los establecimientos que brindan servicios de alimentos y bebidas?		
5	¿Cree que el sector gastronómico no estuvo preparado para la actual crisis?		
6	¿Existe una guía de los establecimientos del sector gastronómico de la ciudad?		
7	¿Cree que las herramientas tecnológicas aportan para que la oferta de bienes y servicios ayuden en el proceso de reactivación económica?		
8	¿Existe facilidad para acceder a información sobre los establecimientos que brindan bienes y servicios gastronómicos?		
9	¿Cree que una guía digital ayudaría con información relacionada a la cocina vanguardista?		
10	¿Se puede replicar la información que existen en otros lugares en base al uso de programas digitales?		

Gracias por su cooperación.

Figura 19. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 20. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 21. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 22. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 25. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 23. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 24. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía

Figura 26. Visita a restaurantes



Fuente: Elaborado por Evelyn Alejandra Legarda Mejía