



**Universidad  
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Tesis**

**Implementación de plataformas digitales para el desarrollo del  
turismo gastronómico de una granja ecológica en Lurín, 2021**

**Para optar el Título profesional de Licenciada en Administración en Turismo y  
Hotelería**

**AUTORA**

**Br. Burga Guevara, Sarita Anali**

**Código ORCID**

**0000-0001-5681-4589**

**LIMA - PERÚ**

**2021**

## **Tesis**

# **Implementación de plataformas digitales para el desarrollo del turismo gastronómico de una granja ecológica en Lurín, 2021**

**Línea de investigación general de la universidad**

Economía, Empresa y Salud

**Línea de investigación específica de la universidad**

Responsabilidad Social Empresarial

**Asesora**

Dra. Solano Lavado, Mariela Stacy

**Código ORCID**

000-0002-1752-5300

## **Miembros del Jurado**

Dr. Leoncio Robinson Sánchez Roque (ORCID: 0000-0003-1336-8288)

Presidente del Jurado

Dr. Fernando Alexis Nolazco Labajos (ORCID: 0000-0001-8910-222X)

Secretario

Mtro Ernesto Arce Guevara (ORCID: 0000-0002-3082-5789)

Vocal

Asesor temático

Dra Mariela Stacy Solano Lavado (ORCID: 0000-0002-1752-5300)

Asesor metodólogo

Dr. Nolazco Labajos, Fernando Alexis (ORCID: 0000-0001-8910-222X)

### **Dedicatoria**


Esta tesis está dedicada:

A mis padres quienes con su esfuerzo me han permitido cumplir una meta más, por inculcar en mí valores, por enseñarme a no rendirme a pesar de las adversidades, a mis hermanos por apoyarme incondicionalmente, a todos los docentes de la universidad por ayudarme en mi formación académica y finalmente deseo dedicar a todas mis amigas y amigos, por apoyarme cuando más lo he necesitado, por la amistad y amor brindado cada día.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por permitirme seguir adelante y culminar mis estudios y a la Universidad Norbert Wiener por brindarme una enseñanza de calidad a través de excelentes profesionales de quienes aprendí mucho y siempre recordaré con cariño, a mis amigos que siempre me apoyaron en los momentos más difíciles y a mis compañeras del aula por su sincera amistad.

## Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	<b>DECLARACIÓN DE AUTORIA</b>	
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	FECHA: 13/03/2020

Yo, Sarita Anali Burga Guevara, estudiante de la escuela académica de Administración en Administración en Turismo y Hotelería de la universidad privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: "Implementación de plataformas digitales para el desarrollo del turismo gastronómico de una granja ecológica en Lurín, 2021" para la obtención del título profesional de: Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....  
Firma

Nombres y apellidos del estudiante: Burga Gamarra Sarita Anali  
DNI:46086069



Huella

Lima 02 de diciembre de 2021

## Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autoría	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Índice de cuadros	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	15
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA</b>	17
1.1. Planteamiento del problema	17
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema general	19
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3. Objetivos de la investigación	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos	19
1.4 Justificación de la investigación	19
1.4.1 Teórica	19
1.4.2 Metodológica	20
1.4.3 Práctica	20
1.5 Limitaciones de la investigación	20
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	22
2.1 Antecedentes de la investigación	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.1.2 Antecedentes nacionales	24
2.2 Bases teóricas	26
2.2.1 Turismo gastronómico	26
2.2.3. Subcategorías	29
2.2.3. Implementación de plataformas digitales Categoría solución	35
2.2.3.1. Teorías de la categoría solución	35

2.2.3.2. Conceptos de plataformas digitales	38
2.2.3.3. Subcategorías	39
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b>	44
3.1 Método de investigación	44
3.2 Enfoque	44
3.3 Tipo de investigación	45
3.4 Diseño de la investigación	45
3.5 Población, muestra y unidades informantes	45
3.6 Categorías y subcategorías	46
3.6.1 Definición conceptual categoría problema	46
3.6.2 Definición conceptual categoría solución	47
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
3.7.1. Técnicas	51
3.7.2. Instrumento	51
3.7.3. Descripción	52
3.7.4. Validación	53
3.7.5. Confiabilidad	54
3.8 Procesamiento y análisis de datos	55
3.9 Aspectos éticos	56
<b>CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	57
4.1. Descripción de resultados cuantitativos	57
4.1.1 Niveles de la sub categoría gastronomía sostenible	57
4.1.2 Niveles de la subcategoría de Planta turística	60
4.1.3 Niveles de la Subcategoría Satisfacción del cliente	62
4.2 Descripción de resultados cualitativos	68
4.2.1 Análisis de la subcategoría Gastronomía sostenible	68
4.2.2 Análisis de la subcategoría Planta turística	69
4.2.3 Análisis de la subcategoría Satisfacción del cliente	70
4.3 Diagnóstico	72
4.4 Identificación de los factores de mayor relevancia	73
4.5 Propuesta	73
4.5.1 Priorización de los problemas	73
4.5.2 Consolidación del problema	74
4.5.3 Categoría solución (conceptualización)	74
4.5.4 Objetivo general y específicos de la propuesta	75



<b>4.5.5 Impacto de la propuesta</b>	75
<b>4.5.6 Direccionalidad de la propuesta</b>	76
<b>4.5.7 Entregable 1</b>	79
<b>4.5.9 Entregable 3</b>	89
<b>4.1. Discusión</b>	92
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	96
<b>5.1 Conclusiones</b>	96
<b>5.2 Recomendaciones</b>	97
<b>REFERENCIAS</b>	98
<b>ANEXOS</b>	106
<b>Anexo 1: Matriz de consistencia</b>	107
<b>Anexo 2: Instrumento cuantitativo</b>	108
<b>Anexo 3: Instrumento cualitativo</b>	110
<b>Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos</b>	113
<b>Anexo 5 Ficha de validez de la propuesta</b>	121
<b>Anexo 6: Base de datos (instrumento cuantitativo)</b>	125
<b>Anexo 7: Transcripción de las entrevistas y/o informe del análisis documental</b>	128
<b>Anexo 8: Pantallazos del Atlas.ti</b>	133

## Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz de categorización de la categoría problema	49
Tabla 2. Matriz de categorización de la categoría solución	50
Tabla 3. Expertos que validaron el instrumento	54
Tabla 4. Expertos que validaron la propuesta	54
Tabla 5. Confiabilidad del cuestionario	55
Tabla 6. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Gastronomía sostenible	57
Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Planta turística	60
Tabla 8. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Satisfacción del cliente	62
Tabla 9. Pareto de la categoría Turismo gastronómico	65

## Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Gastronomía sostenible	58
Figura 2. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Planta turística	61
Figura 3. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Satisfacción del cliente.	63
Figura 4. Pareto de la categoría Turismo gastronómico	67
Figura 5. Análisis cualitativo de la subcategoría Gastronomía sostenible	68
Figura 6. Análisis de la categoría Planta turística	69
Figura 7. Análisis de la categoría Satisfacción del cliente.	70
Figura 8. Análisis mixto de la categoría turismo comunitario	71
Figura 9. Evidencia de la propuesta de diseño del menú con código QR 1	79
Figura 10. Evidencia de la propuesta de diseño de menú con código QR 2	79
Figura 11. Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 1	81
Figura 12. Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 1	82
Figura 13. Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 3	82
Figura 14. Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 4	83
Figura 15. Evidencia de la propuesta de tour en realidad virtual y promociones diseñadas	84
Figura 16. Evidencia de la propuesta del taller interactivo	85
Figura 17. Evidencia de la propuesta de la bicicleta generadora de energía con batería	86
Figura 18. Evidencia de la propuesta de la bicicleta generadora de energía con dinamo	87
Figura 19. Evidencia de la propuesta del concurso y sus respectivos premios	88
Figura 20. Evidencia de la propuesta del taller en gestión de alimentos y bebidas	89
Figura 21. Evidencia de la propuesta del diploma de reconocimiento para el empleado del mes	90
Figura 22. Evidencia de la propuesta de capacitación virtual sobre el servicio y atención al cliente en restaurantes	91
Figura 23. Pantallazo Atlas.ti 1	133
Figura 24. Pantallazo Atlas.ti 2	133
Figura 25. Pantallazo Atlas.ti 3	134
Figura 26. Pantallazo Atlas.ti 4	135

## Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Matriz de direccionalidad de la propuesta	76
Cuadro 2. Matriz de direccionalidad de la propuesta	77
Cuadro 3. Matriz de direccionalidad de la propuesta	78

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo principal proponer estrategias de mejora para el desarrollo del turismo gastronómico dentro de la granja ecológica de Lurín, se utilizó tres soluciones para resolver los problemas que enfrenta el restaurante con relación al turismo gastronómico. Por medio del análisis de la información recolectada correspondiente a tres subcategorías de la categoría problema: gastronomía sostenible, planta turística y satisfacción del cliente. Para ello se pidió apoyo a los clientes que visitaron la granja y a los dueños de la empresa.

La indagación se realizó bajo el enfoque de tipo proyectivo, con un diseño explicativo secuencial y de método inductivo y deductivo. Para la población consignada se contó con la participación de 500 clientes quienes visitaron la granja ecológica entre los días de viernes a domingo y se tomaron 94 personas para la muestra a quienes se aplicó una encuesta de 15 preguntas basadas en la escala de Likert. Así mismo, se consideraron tres unidades informantes para entrevistar quienes fueron el gerente general del establecimiento, la coordinadora y el administrador del restaurante. Cabe mencionar que los instrumentos utilizados con la finalidad de recolectar los datos cuantitativos y cualitativos fueron el cuestionario y la guía de entrevista, para el procesamiento de la información se usó los programas de Excel, SPSS y Atlas. ti 8. Conforme a los resultados se observó que uno de los elementos no permite que se desarrolle una buena gastronomía turística y la poca variedad de platillos ofrecidos. En tal sentido, se propone implementar una nueva carta de menú con nuevos platillos haciendo uso de los códigos QR e impulsar el uso de plataformas digitales con la finalidad de mejorar el proceso de compra y venta de productos.

*Palabras clave:* Turismo gastronómico, plataformas digitales, gastronomía sostenible, medio ambiente, planta turística y satisfacción del cliente.

## **Abstract**

The main objective of this research was to propose to improvement strategies for the development of gastronomic tourism within the ecological farm in Lurin, the three strategies were used to solve the problems faced by the restaurant of the ecological farm, in relation to gastronomic tourism. Through the analysis of the information collected corresponding to three sub categories: sustainable gastronomy, tourist plant and customer satisfaction. For this purpose, support was requested from the clients who visited the farm and from the owners of the business.

The research was approached under a projective type, with a sequential explanatory design and an inductive and deductive method. For the target population there were 500 customers who visited the organic farm from Friday to Sunday of which 94 of them were taken for the sample and a survey of 15 questions based on Likert scale was applied to them. Likewise, three informant units were considered for interviewing which were the general manager of the establishment, the coordinator and the restaurant manager. It is worth highlighting that the instruments used to collect quantitative and qualitative data were the questionnaire and the interview guide, followed by the use of Excel, SPSS and Atlas.ti 8 software for the information analysis. In this sense, it is proposed to implement a new menu with updated dishes using the QR code, as well as to encourage the use of digital platforms, in order to optimize the purchasing and selling process of products.

*Key words:* gastronomic tourism, digital platforms, sustainable cuisine, environment, touristic establishment and customer satisfaction

# Introducción

En el presente trabajo se analizó la presencia del turismo gastronómico en un establecimiento ecológico interactivo y la manera en que pueda ser desarrollado para brindar una mejor oferta y experiencia a sus clientes, por lo tanto, se concluye que la categoría solución viene a ser la utilización de plataformas digitales debido a que de esa manera se podrá ofrecer al cliente nuevas experiencias gastronómicas, el restaurante mejorará y el proceso de ventas pasaría a formar parte de la tecnología y dejaría de realizarlo manualmente agilizando de esta manera el proceso de ventas. Por otro lado, la empresa obtendrá una base de datos de sus clientes que puede ser utilizada para mejorar y proponer perfeccionamientos dentro del establecimiento.

Para cumplir con el objetivo de culminar esta indagación se compiló información para sustentar el fundamento de la tesis por medio del uso de los antecedentes, teorías, conceptos que han brindado consistencia a esta tesis.

Toda la información recopilada ha sido presentada en el estudio, desarrollándose una serie de cinco capítulos.

En el primer capítulo se explica el contexto del problema de estudio con un alcance internacional y nacional y se presenta el problema general, el planteamiento de objetivos y la justificación del trabajo.

En el capítulo dos se incluye el marco teórico con 5 antecedentes internacionales y 5 nacionales, así como las bases teóricas y conceptos que proporcionan la base para el desarrollo de la investigación realizada.

La metodología empleada para el desarrollo de la tesis es presentada en el capítulo tres y especifica el enfoque, tipo, nivel y método. Por lo tanto, también se usó categorías y subcategorías; así mismo, se describen los instrumentos utilizados para la recolección de datos y su procesamiento.

El capítulo cuatro consta de los resultados cuantitativos y cualitativos y su análisis respectivo, de igual manera se presenta un tercer análisis que es la triangulación mixta, el detalle de la propuesta que se plantea para dar solución al problema y la discusión de cierre.

En el último capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones finales para posteriormente pasar a las referencias que se consultaron al desarrollar el trabajo y los anexos con las evidencias del estudio realizado.



# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

## 1.1.Planteamiento del problema

En relación al turismo gastronómico en el ámbito internacional, se sabe que es elemento muy importante para la historia, las costumbres y la identidad de las localidades visitadas, la experiencia culinaria puede incluir otro tipo de actividades tales como participar en festividades netamente gastronómicas, visitar al productor local, participar de clases de cocina, etc, esta actividad turística ha evolucionado largamente y está basado en conocer, degustar y aprender sobre la cultura gastronómica que identifica a diferentes territorios y localidades. Este tipo de turismo tiene una relación directa con la sostenibilidad y es por eso que la Organización Mundial del Turismo (OMT) anualmente realiza el Foro Mundial de Turismo Gastronómico para incentivar la práctica de un turismo responsable para ayudar al poblador local (OMT, 2019).

El sector turismo a nivel mundial ha sido afectado gravemente por la pandemia Covid – 19 y el turismo gastronómico está dentro de ello y en Perú el sector gastronómico ha sufrido un gran golpe por lo que muchos restaurantes han cerrado debido a la coyuntura, los restaurantes turísticos se han visto más afectados. La Basque Culinary Center (BCC) Innovation el principal Centro Tecnológico conducente en la gastronomía en la tierra desarrolló un informe con estrategias que pretenden ayudar a las empresas relacionadas a la gastronomía, se plantea cuatro estrategias para poder recuperar la gastronomía tales como la continuación, orden y control, colapso y transformación. La sociedad volverá al estado de conservación del sistema tan pronto como sea posible, pero se tiene que tomar medidas de control y restrictivas a fin de lograr una pronta recuperación, el periodo del caos y transición serán usados para la reorganización e innovación dentro del sector gastronómico a través de canales digitales y experienciales, el objetivo es garantizar a los consumidores que los espacios son seguros y la recuperación estable. Aplicar activamente herramientas de ventas digitales, comunicación de beneficios y medidas de bioseguridad y el marketing digital juegan un papel muy importante para la reactivación de la economía (Innovation, 2019).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el 2019 lanzó un reto llamado innovación Naranja con la finalidad de capitalizar propuestas hasta US\$ 500 mil para las organizaciones con las excelentes ideas de innovación que presenten mejoras a nivel turístico, cultural y gastronómico, pero la solución o mejora tenía que ser usando la

tecnología y el sector turístico no está ajeno a las innovaciones digitales que cada día se van implementando (BID, 2019).

La gastronomía en Perú se ha transformado en un significativo movilizador de viajes, por tal razón el país está logrando un renombre en los últimos tiempos posicionándose en un lugar muy privilegiado a nivel mundial obteniendo el galardón en los World Travel Awards – los galardones Óscar del turismo por séptimo año consecutivo; por otro lado, el Rally Dakar que se celebró en Perú puso en los ojos del mundo la gastronomía peruana ya que se expuso la oferta turística, cultural, de naturaleza, aventura y gastronómica, más de 190 países pudieron apreciar las riquezas que ofrece el Perú (CANATUR, 2019).

Si bien es cierto este tipo de actividad turística ha presentado un gran crecimiento debido a su potencial, es necesario que el país participe en diferentes ferias internacionales para dar a conocer la gastronomía de todas las regiones del Perú, por tal motivo, PROMPERÚ impulsó el turismo deportivo y esto se demostró con la realización de los XVIII Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, por otro lado, Perú participó en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que tuvo como anfitrión a España, el Señor Edgar Vásquez representando al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y 20 expositores fueron encargados de mostrar una plaza atractiva para el turismo deportivo y gastronómico, fomentar las técnicas culinarias, uso de insumos locales de las regiones del país (Infotur, 2020).

La Cámara de Comercio de Lima (CCL), señaló que el turismo y gastronomía han sido muy afectados por la pandemia COVID – 19 y con la ejecución de equipos de seguridad y salud poco a poco se va ir recuperando. Con la epidemia se han estancado más de 70.000 restaurantes y la pérdida de ocupaciones inmediatas y transversales, para acelerar la recuperación sería de gran ayuda que el gobierno reaperture las zonas y distritos con menos contagios y el periodo de gracia reactiva Perú se debería aplazar por 2 años adicionales de esta manera brindaría posibilidades a las empresas para cancelar sus cuotas, también la destitución transitoria de IGV e interrupción de impuesto temporal a los activos netos (ITAN) para las compañías de turismo y gastronomía serian de gran apoyo para subsistir (Cámara, 2021).

El problema reside en las acciones turísticas que se ejecutan en la localidad de Lurín en la Granja Ecológica, las personas llegan al lugar por los talleres o actividades que ofrece la Granja, pero el servicio del área del restaurante es muy deficiente ya que ofrece al cliente 3 tipos de platos, por otro lado, hay labores incompletas que mejorar tales como los servicios

y la generación de vínculos entre la historia y los productos brindados de la zona, otra problemática que se presenta continuamente es que los turistas tienen mucha dificultad para llegar al lugar y esto es porque no existe una buena señalización.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo mejorar el turismo gastronómico de una granja ecológica en Lurín 2021?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cuál es el contexto actual de la gastronomía dentro del restaurante de la granja ecológica?

¿Qué factores inciden en el desarrollo del turismo gastronómico en la granja ecológica?

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

### **1.3.1. Objetivo general**

Proponer estrategias para mejorar el desarrollo del turismo gastronómico dentro de la granja ecológica en Lurín.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

Analizar en qué estado se encuentra la actividad turística gastronómica en la granja ecológica en Lurín.

Determinar los factores que inciden en el desarrollo del turismo gastronómico en la granja ecológica en Lurín.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Teórica**

La existencia de diversas teorías justifica la veracidad de esta pesquisa, se mencionó a 3 teorías básicas, la teoría del espacio turístico, ayudó a la investigación a comprender y entender los espacios turísticos de las zonas donde se deseó trabajar y esto fue dentro de una Granja Ecológica en Lurín, tener todos los espacios amplios para una buena planificación y ubicación para el desarrollo de la actividad turística y contar con una buena señalización es importante para desarrollar las actividades relacionadas al turismo. Se observó que no hay problema en cuanto al espacio turístico, sin embargo, no cuenta con una buena señalización para acceder al lugar y esto trae problemas a los clientes para llegar a la hora programada para realizar las actividades dentro de la Granja. Por otro lado, se contó con la teoría del desarrollo sustentable y contribuyó a entender que la preservación del medio ambiente siempre debe ser tomado en cuenta para el desarrollo de cualquier proyecto relacionado al turismo. A tal efecto dar a conocer y mentalizar a los pobladores que siempre se debe tener

en cuenta el cuidado del entorno ambiental para el disfrute actual sin dañarlo a un largo periodo, para que las futuras generaciones puedan aprovecharlo. Finalmente, se consideró la teoría de la conducta dentro del trabajo de indagación porque es importante conocer sobre el comportamiento de cada individuo, saber qué cosas estimulan a realizar las actividades permitiendo a la organización implementar un plan de estímulos para que las personas reaccionan a ellas de una forma positiva y así cumplir con sus expectativas.

#### **1.4.2 Metodológica**

La justificación del presente estudio radicó en el sintagma holístico que permite examinar datos cualitativos como cuantitativos, en base a un enfoque mixto, este método destaca datos que podrán relacionar y analizar a fin de obtener valores e información que precise detalladamente el problema de investigación. Se usó los instrumentos de encuesta a las personas que visitaron la granja y esto fue de manera presencial y la entrevista se realizó a gerente general, la Coordinadora y el encargado del área del restaurante, con el objetivo de llevar a cabo un estudio de diagnóstico agudo de la categoría problema definida turismo gastronómico de una granja ecológica con el fin de realizar un procedimiento de mejora y garantizar la satisfacción del cliente.

#### **1.4.3 Práctica**

El turismo gastronómico ha tomado gran importancia dentro del mundo turístico de la gastronomía, contar con una variedad de platos para ofrecer a los turistas es importante, ya que de ello dependerá el éxito del negocio, esto se convertirá en un activo por lo que probablemente el turista regrese al lugar o recomiende a otras personas visitar la granja. Los resultados permitieron a los directivos de la organización proponer y formular estrategias o proyectos para mejorar la variedad de platos ofrecidos al público, también permitió brindar un mejor servicio por parte del restaurante la chacra.

#### **1.5 Limitaciones de la investigación**

Se presentaron ciertas limitaciones en cuanto al tiempo de ejecución porque la tesista tenía que balancear su disponibilidad entre lo académico y laboral, sin embargo los inconvenientes fueron superados a través de permisos por parte del empleador y coordinación previa para la acomodación de horarios que no perjudiquen a los colaboradores; por otro lado, una de las limitaciones fue la conectividad de internet, por tal motivo retrasó la realización de la indagación pero fue superado contratando una línea con mayor rapidez, así mismo se indica que la exploración ha sido financiada con recursos

proprios sin necesidad de solicitar préstamos a entidades bancarias, también ante la situación actual por la pandemia Covid 19 no se fue posible acudir a bibliotecas presenciales para la revisión de bibliografía pero fue solucionado con el uso de las bibliotecas y bases de datos virtuales.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

Acle, Santos y Herrera, (2020) realizaron una indagación sobre la gastronomía acostumbrada como atrayente turístico de la ciudad de Puebla, México. Cuyo objetivo fue comprobar la correspondencia de la gastronomía acostumbrada como atrayente turístico. La indagación se realizó bajo una orientación turístico-mercadológico, siendo la utilidad echar de ver como la gastronomía tradicional incide en la ciudad de Puebla como atrayente turístico, se usó una metodología mixta con una orientación de calidad – cantidad, los instrumentos de recaudación de encuesta fueron la información y la entrevista, el tamaño de muestra fueron 396 restaurantes, fondas, cafeterías y bares. Se alcanzó como resultado que la gastronomía tradicional si es un detonante de la actividad turística en la ciudad de Puebla, pero es necesario mejorar los elementos relacionados a la atención y entretenimiento. Se ha concluido que la gastronomía en la zona sí influye en el turismo, pero hay que mejorar en algunos aspectos para tener mayor relevancia en el mercado.

Hernando, Duran y Pabón, (2020) evaluaron su investigación relacionado al turismo gastronómico en la localidad de Santander Colombia. El objetivo fue la creación, fortalecimiento y consolidación de un nuevo producto basado en la gastronomía local y dar a conocer la importancia de la gastronomía, el enfoque usado es el enfoque mixto, recolección y análisis de información cualitativa y cuantitativa, la herramienta fue la encuesta, de la población se tomó como muestra a 381 individuos. El segundo enfoque se consideró como herramienta al cuestionario y fue enviado vía WhatsApp y e-mail a 379, usando excel para el procesamiento de los resultados. Los resultados fueron que los turistas no conocen la ruta gastronómica que ofrece la localidad de Santander. Se concluyó que los turistas se encuentran insatisfechos con relación a la gastronomía de Santander, es necesario mejorar algunos aspectos de la gastronomía local.

Gómez, Medina, Jiménez, y Choque, (2020) mostraron un estudio con respecto a la incitación y apreciación de atributos en el gastro turismo de Oruro. El objetivo primordial es la realización de una segmentación de los turistas extranjeros que visitan y degustan de la gastronomía de la localidad. La metodología que siguió está basada en el modelo de Bjok y Kauppinen, como herramienta se usó la encuesta y cuestionario, la muestra fue de 370

turistas, se usó un muestreo técnico no probabilístico. Como resultados se obtuvieron que la gastronomía local de Oruro no es desconocida por los visitantes, los platos que los turistas prefieren son los tradicionales, pero es necesario mejorar la infraestructura y el ambiente dentro de los establecimientos hoteleros. Se concluyó que la gastronomía en la localidad de Oruro se está convirtiendo en uno de los más importantes ejes de la atracción turística y eso consolida al destino motivando al visitante a ir al lugar solo por la gastronomía.

Mendoza, Gómez, y Álvarez, (2020) realizaron una investigación con relación a las potencialidades de los establecimientos del litoral ecuatoriano para ampliar el turismo gastronómico. El primordial objetivo fue examinar y poner a miramiento el reconocimiento a la ciudad de Manta como un beneficio gastronómico profesional, la gastronomía es la estimulación primordial de deslizamientos de visitas de otras zonas. Para la indagación se identificaron y procesaron una serie de información aplicando métodos y técnicas tales como: Métodos teóricos, que tiene el propósito de identificar los principios que respaldan el tema investigado, dentro de ello se encuentra el método Inductivo - deductivo, que ayudó a diseñar el sistema y constatar su efectividad, también se utilizó el método empírico, que se basa en la observación, ahí se aplicó la encuesta a los propietarios del restaurante, además se tomó en cuenta el método estadístico, que permitió el cálculo de la media aritmética y se procesó toda la información recaudada del establecimiento. Se llegó al siguiente resultado que los platillos elaborados con productos del océano son la principal aceptación y motivo de viaje, la gastronomía del litoral ecuatoriano puede cambiar en un destino turístico de gran aportación económico, social, cultural, sostenible. Se concluyó que hay un vínculo preciso entre turismo, cultura y gastronomía.

Vacas, (2017) realizó una indagación relacionado al turismo gastronómico sostenible en Segovia, cuyo objetivo principal fue conocer la realidad del turismo en el lugar de estudio, basándose en la apuesta de un turismo gastronómico sostenible. Se usó el análisis documental, también se usó la entrevista abierta y en profundidad y se llegó a los siguientes resultados que la ciudad de Segovia no alcanza satisfacer las necesidades de alojamiento, la gastronomía es parte del ADN de la Ciudad. Se concluyó que la sostenibilidad es un concepto de dimensiones que aún hay que explorar y en el ámbito gastronómico es un elemento clave que los destinos deben implementar con finalidad de cuidar los recursos, el turismo es una herramienta de transformación que ayuda a localidades y el turismo gastronómico sostenible genera desarrollo en comunidades locales preservando el patrimonio.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Acosta & Cornejo, (2021) en su investigación el objetivo principal fue proponer un plan estratégico de marketing para fomentar el turismo gastronómico en el restaurante el rocoto a través del biohuerto en la ciudad de Lima. El estudio se basó en la indagación científica y metodológica, el tipo de investigación fue mixta, usando el método cuantitativo y cualitativo, de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo. Cuyos resultados fueron que la gastronomía peruana si atrae a los turistas, el biohuerto si generaría atracción por la gastronomía, convirtiéndose en tendencia como productos orgánicos, y la mayoría de los turistas considera a la gastronomía peruana como parte de su viaje. Se concluyó que, la propuesta de plan de marketing mostró los principales elementos orientados a una alimentación saludable, el segmento del mercado debe ser: ejecutivos, parejas jóvenes y grupos familiares, que buscan una opción para comer sanamente.

Gómez de la Torre y De la Cruz, (2020) realizaron una investigación para conocer los motivos de los turistas que realizan un turismo gastronómico en el distrito de Miraflores y establecer las motivaciones que llevan a los comensales a realizar visitas gastronómicas en restaurantes con mayor influencia dentro del distrito de Miraflores. El tipo de la investigación fue básica de nivel descriptivo, de un diseño exploratorio, cuya muestra fue de 80 participantes, utilizado fue de nivel descriptivo, se usó un diseño exploratorio, las cuales informan sobre el estado o los hechos. El instrumento y técnica de recolección de datos primarios se aplicó el método cuantitativo, por otro lado, la herramienta usada fue la entrevista y encuesta. Los resultados mostraron que la mayoría de turistas visitan Lima por su gastronomía, los turistas visitan los restaurantes de influencia por recomendación de algún amigo o familiar, coexisten diversas motivaciones por las cuales los viajeros realizan itinerarios gastronómicos en restaurantes con mayor reputación en el distrito de Miraflores. En su interior destacan: la calidad, higiene y seguridad, autenticidad e innovación y experiencia interpersonal. Se concluyó que la calidad, higiene y seguridad son factores que influyen para los turistas y el compromiso social y la identidad cultural son posicionados como exaltaciones secundarias, el impacto de la exaltación gastronómica física junto con la identidad culinaria tiene un rol importante en este tipo de establecimientos.

Condori & Cerpa, (2020) ejecutaron una indagación cuyo objetivo principal fue proyectar una infraestructura urbana-arquitectónica en Sabandía para la difusión del turismo gastronómico vivencial como fuente de desarrollo económico, social y ambiental del distrito.



La indagación fue descriptiva, los medios para la recolección de datos fueron libros, revistas, internet, encuestas, entrevistas, visitas de campo, fichas de observación, levantamiento fotográfico del sector de intervención, entre otros. Los resultados fueron que la actividad agropecuaria es la que más ocupa a la PEA de Sabandía, el distrito si cuenta con los servicios básicos. Se concluyó que El Tío Darío Restaurante, conformado por diferentes ambientes mayormente son áreas al aire libre (terrazas) que permiten convivir con la naturaleza. Uno de los atractivos es ofrecer show de cocina en vivo, proyecto de agroturismo sistémico: reflexión y nuevo enfoque de los desarrollos turísticos en contextos naturales, con esto se propone fusionar las actividades agrícolas con el turismo vivencial.

Noriega, (2019) realizó un estudio cuyo objetivo principal fue determinar de qué modo la disponibilidad de capitales turísticos puede potencializar el progreso del distrito de Huacho y convertirlo en un destino turístico. La investigación fue realizada bajo el diseño fenomenológico – exploratorio, con un enfoque cuantitativo-cualitativo, el método usado fue el analítico, se usó la encuesta y la entrevista, la muestra fue de 374 personas. Los resultados fue que la mayoría de los encuestados no han comido o no conocen la comida con algas, pero si están dispuestos a probar nuevos potajes, preparados con nuevos productos. Se concluyó que el insumo o microalga *Dunaliella salina* si se puede potenciar y ser aprovechado en el turismo sostenible en la Laguna de las Salinas de Huacho, la localidad tiene potencial para realizar un turismo gastronómico.

García, (2018) mostró en su tesis las situaciones prósperas para el progreso del turismo gastronómico, el objetivo de la indagación fue evidenciar si los platos tradicionales, las entidades de restauración y la solicitud turística son favorables para el progreso del turismo gastronómico en la ciudad de Trujillo. Los métodos usados fueron el método inductivo-deductivo, también se utilizó el método analítico, estadístico, la muestra fueron 100 encuestados, además se usó el método etnográfico, que ayudó a identificar la realidad gastronómica de los lugares turísticos, se usó la libreta de campo, cámara de fotografía digital, entrevista y encuesta como instrumentos, la muestra fue de 125 turistas. Se obtuvo como resultado que los turistas que viajan por otras actividades turísticas si degustan la gastronomía y esta sería motivo para su estadía, es importante la infraestructura básica y la variedad de platos tradicionales. Se concluyó que los platos típicos son favorables para el desarrollo del turismo gastronómico y la mayoría de turistas visitan Trujillo por otro tipo de turismo, pero la gastronomía no deja de ser importante y poco a poco los visitantes están

tomando interés por la gastronomía y esto se muestra al consumir en los restaurantes que cumplen con los contextos minúsculos de equipamiento, infraestructura y personal

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Turismo gastronómico**

Como primera teoría para el sustento de la indagación, se tuvo presente a la teoría del espacio turístico, debido a que muestra como una persona llega a un determinado lugar o espacio que visita los elementos que forman parte de un espacio turístico son las infraestructuras, las plantas y el patrimonio, se puede decir que este se adapta dependiendo a sus necesidades de manera natural, interactuando con los diferentes espacios y conviviendo con las personas, es importante considerar al medio ambiente, la economía y la historia de un determinado lugar al momento que se visita para su aprovechamiento de todos sus recursos que posee y así perfeccionar la calidad de vida del poblador local (Nolazco, Sandoval, & Salvador , 2019) y se determinó si la zona es utilizable con respecto a la accesibilidad de los turistas. También se entiende como un área delimitada de territorio cuyas estructuras y actividades turísticas gozan de tal uniformidad que permite la ejecución de una política turística común y semejante para toda el área, haciendo que el turismo se desarrolle de manera ordenada.

Adicionalmente, se entiende que el espacio turístico son áreas donde las personas pueden visitar y realizar diferentes actividades relacionadas directamente a la industria del turismo, también engloba a los caminos, senderos que faciliten a los recorridos y traslado de un lugar a otro; sin embargo, las infraestructuras tales como carreteras, caminos son imprescindibles para unir los centros turísticos entre sí con los lugares a visitar dentro de una ciudad o comunidad, a todos ellos se les denomina como corredores turísticos (Boullón, 2006).

De igual manera, se comprende que el espacio turístico es adaptado para satisfacer diferentes necesidades, relacionados al ocio de diferentes personas que visitan a un determinado lugar más conocidos como espacios turísticos. Por otro lado, es la identificación geográficamente adaptada, organizada y modificada de acuerdo con la actividad a realizar ya sea cultural o estilo de vida, el área geográfica acontecerá con un carácter turístico a partir de la existencia de capitales culturales, atractivos turísticos y áreas originarios y por la existencia de infraestructura, equipamiento e instalaciones que demanden los turistas (Pinassi y Ercolani, 2017).

Consecuentemente, fue muy significativo la teoría del desarrollo sustentable donde los investigadores argumentan que enclaustra al crecimiento y desarrollo económico, así como la igualdad de todos los actores y del medio ambiente, todo esto en beneficio del ser humano y todos tienen derecho a una existencia saludable y armoniosa con el medio ambiente o naturaleza, pero siempre teniendo en cuenta a todas las generaciones pero es muy importante que exista una relación del estado y la sociedad para poder trabajar en conjunto y exista una equidad y que todos los involucrados se beneficien (Picazzo, Gutiérrez, Infante, & Cantú, 2011).

Tomando en cuenta a otros autores, mencionan que el progreso sustentable compensa las insuficiencias del actual, pero sin implicar el futuro de las siguientes descendencias, por otro lado, origina la preservación de los recursos naturales (Ruiz y otros, 2017). También, tiene una gran relación con el desarrollo económico, ambiental, político y social. La sustentabilidad es signo de crecimiento económico y significa vivir pacíficamente con la naturaleza, la sociedad debe variar su estilo y hábitos de vida para seguir preservando el medio ambiente y de esa manera evitar que se degrade (López, y otros, 2016). El desarrollo sustentable se ha convertido en un referente que cada día las naciones se están sumando y los países están tomando conciencia de la importancia de practicar el desarrollo sustentable o sostenible.

Por último se analizó la teoría de la conducta, son acontecimientos, condición de un individuo, pero es algo que se puede controlar; por otro lado, se puede decir que el entorno donde se encuentre la persona puede influir en la conducta del ser humano, ello responde dependiendo el momento, lugar y hora también, se puede decir que la conducta es moldeada en la familia o en casa, en el entorno familiar es donde se puede mejorar o empeorar la conducta de un ser humano por que la familia es un referente que muchas personas tienen al momento de convivir con la sociedad (Unesco, 1994).

También la conducta responde a estímulos y pueden ser comida y agua, las tentaciones pueden acondicionar al ser humano, los estímulos pueden ser internos y externos (Pellón, 2013). El comportamiento es una actividad del organismo es la reacción a diferentes objetos externos sobre el mundo exterior o un medio ambiente o es la respuesta rápida a una información, la conducta son reflejos de estímulos. La conducta social es la interacción entre varias personas relacionado a un mismo ambiente, las visitas a un determinado lugar permiten relacionarse con diferentes personas, con costumbres y estilos de vida diferente y diferentes conductas (Lorenz, 1973). La teoría de conducta ayuda a la investigación porque

accede a conocer sobre la conducta de los hombres que asisten a un determinado lugar, con ello se puede realizar ciertas actividades que estimulen a los individuos para el bien de la organización y mejorar su rentabilidad.

Los comportamientos perceptibles por otras personas, son conductas anticipadamente aprendidas, interiorizados, es decir los estados mentales establecen el comportamiento de cada individuo, los elementos básicos del comportamiento son las sensaciones, percepción, memoria, pensamiento y voluntad, todos ellos representan el ser de una persona, también se puede decir que el comportamiento varía dependiendo de los grupos socioculturales (Mendoza B. , 2004)

### **2.2.2. Conceptos de Turismo Gastronómico**

El plan consiste en proponer estrategias de mejora para el desarrollo del turismo gastronómico las cuales según (Iturralde, 2014) sostiene que el turismo gastronómico es una experiencia vivida al tiempo de visitar alguna región, lugar, zona o ciudad, ya sea por motivos de ocio, negocios o visitar a un familiar, además realizan visitas a los productores locales para poder obtener sus productos, por otro lado, participar en festivales gastronómicas, ferias, eventos, show relacionados con la cocina o preparación de algún platillo ayuda que turistas o visitantes puedan degustar, es decir que toda persona que participe en los eventos anteriormente mencionados tienen una experiencia de turismo gastronómico. Según (Long, 2018) citando a La Organización Mundial del Turismo de la ONU (Organización de las Naciones Unidas), definen al turismo gastronómico, como turistas y visitantes que planifican parcial o plenamente sus viajes para degustar la gastronomía local o realizar ocupaciones en relación con la gastronomía, por otro lado, el turismo gastronómico parece ser una industria que es enormemente beneficiosa y rentable para las sociedades a medida que reafirma su cultura alimentaria. No obstante, además de los inconvenientes usuales con el turismo generalmente y sus probables impactos negativos en espacios locales, economías y comunidades, el turismo gastronómico expone preguntas sobre la comprensión de alimentos, para realizar un turismo gastronómico se está usando la cocina étnica, esto involucra políticas culturales, costumbres, tradiciones o presentar una comida exótica, se puede realizar esta actividad de diferentes maneras ya sea asistiendo a un restaurante, realizando rutas gastronómicas, eventos públicos, festivales y degustaciones que se pueden presentar en diferentes actividades.

Además, el turismo gastronómico hace referencia a todos los individuos que realizan un viaje por motivo de deleitarse con los platos de la cocina de una determinada zona. Este

tipo de turismo está impulsando a las personas, restaurantes y negocios relacionados con la gastronomía a presentar buenos platillos con la finalidad de atraer más turistas de buen comer y los que visitaron regresen y recomienden a más personas a realizar este tipo de turismo (Navarrete & García, 2018).

Cabe mencionar que este tipo de turismo es impulsado como parte de un turismo alternativo que tiene una estrecha relación con el sector hotelero y de restaurantes porque esta actividad es una atracción e incentiva a las personas a realizar un viaje para degustar de nuevos platillos y la actividad ayuda económicamente al poblador local y mejora su estilo de vida de todas las familias desde las pequeñas, medianas y grandes empresas (Orozco, 2014).

También se puede decir que es una actividad que se disfruta por medio de la experiencia a través de los viajes a diferentes lugares, el periodo de tiempo puede ser consecutivo o puede variar, esto depende mucho de la actividad que puede estar fundamentada en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial del entorno de un lugar (Díaz & Pabón, 2015).

Por otro lado, según Leal, (2015) menciona que el turismo gastronómico es experimentar nuevos sabores, olores y ver nuevos platillos, esta actividad brinda al visitante una experiencia extraordinaria por medio de la comida o bebida. Asimismo, los festivales que se celebran en las diferentes regiones son impulsoras del turismo gastronómico y se presentan los platillos tradicionales de cada lugar, región o zona.

### **2.2.3. Subcategorías**

Con el fin de conseguir mayor comprensión sobre el tema de la investigación, se revisaron los conceptos de mayor trascendencia como la primera variable referente a la gastronomía sostenible, según Slow Food (Citado en Binz y De Conto 2019) mencionan que la gastronomía sostenible es un modelo distinto a lo habitual del que todo el mundo está acostumbrado, se puede decir que se trata de utilizar los recursos de la mejor manera, eligiendo los alimentos que tengan una historia, un significado o represente a las tradiciones, también tiene que ser de buena calidad pero que sean producidos o elaborados de forma sustentable respetando el medio ambiente. La Organización de Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente en el Objetivo número dos (2) “erradicar el hambre, lograr la seguridad alimentaria, mejorar la nutrición y promover la agricultura sostenible”, sobresale la importancia vital de la agricultura y en los objetivos ocho (8) “promover el desarrollo económico sostenible e incluyente” y doce (12) “asegurar

patrones de producción y consumo sostenibles”, con relación a la alimentación propone que la producción es el mayor impacto que genera la agricultura, los malos hábitos de consumo en los hogares son los que permiten la desigualdad y dan paso a la hambruna (Buitrago & Chitiva, 2017)

Por otra parte, se puede decir que gastronomía sostenible es una habilidad de depósito, uso e innovación de los alimentos cuyo objetivo es conocer sobre el origen de todos ellos y son utilizados de una manera eficiente, de ese modo ayudando al consumidor a mantener bien su salud, además también influye en el ámbito social, ambiental y económico principalmente en el planeta (Ramírez, 2016).

Según Yturralde, (2012) La gastronomía sostenible es la acción que tiene mucho cuidado con los recursos, haciendo uso responsablemente para no generar impactos que puedan presentarse en un futuro, estos impactos pueden ser directamente al ecosistema o recursos naturales y sociales. Es importante ser conscientes y utilizar lo necesario para mantener la diversidad natural y cultural.

En referencia a la subcategoría planta turística son las infraestructuras físicas y necesarias para la mejora de la actividad turística, es decir que las instalaciones tales como los hoteles, restaurantes, albergues, etc., juegan un papel muy significativo para el desarrollo de dicha actividad y el espacio turístico es indispensable para ello (Finanzas, 2011). Es de suma importancia que todas las instalaciones estén en buen estado para brindar un buen servicio y el visitante se sienta satisfecho y contento y pueda regresar o recomendar. En el caso de la granja ecológica, se conoce que es un atractivo recreacional natural y tiene diversas áreas donde los turistas pueden divertirse y estar en contacto con el ambiente y los animales, en la granja realizan actividades como talleres de panadería, pintado de macetas, realidad virtual, tendrán contacto con los animales de granja, acuáticos y exóticos, además aprenderán sobre las plantas que se siembran en el local tales como, cactáceas, suculentas, plantas aromáticas, etc, por otro lado, aprenderán a sembrar y cómo hacer compost o a reutilizar las cosas que usualmente se desechan en casa.

Bullón (citado en OMT, 1994) define a la planta turística como un sitio geográfico en donde se encuentra la oferta turística y la demanda, desagrega esta zona al mismo tiempo en unidades más pequeñas tales como región turística, espacio turístico, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos.

La expresión planta turística engloba a un territorio o zona, el espacio turístico comprende a esas piezas de la región donde se confirma o pueda comprobarse la destreza de

ocupaciones turísticas. La primera situación corresponde a los sitios donde llegan los turistas y la segunda a aquellas partes a las que podrían llegar, pero por razones de inaccesibilidad no lo pueden realizar (Boullón, Espacio turístico y desarrollo sustentable, 2010). Las plantas turísticas necesitan de buena infraestructura para poder ser accesibles, buena señalización, el buen estado de las carreteras o pistas ayudan a mejorar la llegada de más turistas a las localidades o regiones.

En cuanto a la subcategoría de satisfacción del cliente va a depender del funcionamiento percibido del producto o servicio recibido y esto están relacionadas con las expectativas del cliente. Si el producto entregado o el servicio recibido no cubre con las perspectivas, el comprador se sentirá insatisfecho. Si el funcionamiento coincide con las expectativas, el consumidor va a estar satisfecho. Además, en el caso que el manejo exceda las expectativas, el cliente se sentirá bastante orgulloso o inclusive encantado (Kotler & Armstrong, 2007). En el restaurante de la granja ecológica la clientela no se retira totalmente satisfecha porque los servicios (atención, variedad...) no llegan a cubrir las expectativas.

Es entendible que la satisfacción del cliente podría ser examinado a partir del punto de vista de un periodo de estado de ánimos que concluye con una contestación positiva o negativa al consumidor. Por tal motivo es de gran importancia brindar una buena atención al consumidor para no afectar su estado de humor y mantener un ambiente amigable entre vendedor y consumidor. En el ámbito de los restaurantes, magnitudes como capital humanitario, comida, turnos de espera, instalaciones, ambiente, áreas, son muy importantes para que el consumidor pueda sentirse satisfecho Kotler y Keller (Citados por Monroy, 2019).

Según Las normas internacionales ISO 9001:2008 (Citado por Rubio, Rodríguez, y Uribe, 2012). Considera que la satisfacción del comprador es una de las medidas de funcionamiento del sistema de administración de la calidad, por lo que la organización o empresa debería hacer rastreo de la pesquisa relativa a la percepción del comprador, para así cumplir con todas sus expectativas del cliente. El concepto expuesto permite comprender el comportamiento del interesado de la granja ecológica, con el fin de determinar los principales problemas y plantear las posibles soluciones.

Uno de los indicadores presentados en la investigación es la responsabilidad social y es un compromiso que las organizaciones asumen por la paz del ámbito social que las rodea, esta responsabilidad lleva a las entidades a hacer actividades que impidan o aminoren cualquier efecto negativo que sea de su responsabilidad producto de sus operaciones sobre

los individuos que habitan en un definido espacio y aumentar todos los impactos positivos que una inversión trae a las zonas en que se desarrollan las operaciones (Mori 2009, citando a Caravedo, 1998, p.15). Para la comunidad de Lurín la responsabilidad social por parte de las empresas es muy escasa y no es muy notorio dentro de la localidad.

Por otro lado, se tomó en cuenta el indicador del medio ambiente, el cual juega un papel muy importante dentro de la vida diaria, el entorno ambiental no es algo que solamente atañe a la vida de los seres humanos y que participen en todo el planeta. Ciencias ambientales no es semejante a ecología. Sin embargo, el procedimiento ecológico para el estudio de los sistemas biológicos más complejos de los ecosistemas ha venido aportando gran ayuda al análisis de temas que por su naturaleza son esencialmente complejos, como es el caso de los relacionados con el medio ambiente (Hérmendez, 1996), el entorno medio ambiental es muy importante para el desarrollo de diferentes actividades y es de suma importancia cuidar de ella y seguir disfrutando de sus recursos.

La infraestructura es una base material de la economía, se puede decir que son obras, estructuras y esto ayuda al desarrollo productivo de un país, ciudad o lugar donde se aplique, por otro lado, existe la infraestructura turística según Ministerio de Comercio, (2021) citando a Boullón, indica que al establecer que existe una subestructura turística y se crea una nueva forma de calificación a partir de la fuente de financiamiento y del usuario principal. Su beneficio habita en que puede servir para definir el carácter de las inversiones y el ámbito de sus beneficios en las tareas de evaluación y formulación de los proyectos turísticos. Pero su existencia no invalida a los sistemas que se manejan en urbanismo y planeamiento del territorio. El transporte terrestre, aéreo, acuático, comunicaciones, sanidad tales como agua, desagüe, recojo de basura y salud y energía forman parte de una infraestructura turística. Es importante que todo atractivo turístico cuente con una infraestructura bien diseñada y cuidada y el visitante sienta que todo es de buena calidad.

La oferta turística es un grupo de productos turísticos y servicios puestos a disposición del cliente en un destino definido para su goce y consumo, la oferta turística puede recibir un uso no turístico de parte de los residentes o de los visitantes no involucrados con la actividad turística, en un destino turístico la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la sencilla suma de los productos turísticos que tiene, representa un todo incluido por dichos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos (OMT, Introducción al turismo, 2011) de las actividades que se realizan dentro de la granja ecológica en Lurín se puede decir que está dentro de la categoría de la oferta turística.



Según Covarrubias, (2015), citando a la Secretaría de Turismo, (2002) explica que el análisis de la oferta turística local debe permitir en primer lugar hacer un inventario de los siguientes elementos: Factores naturales, están constituidos por la situación geográfica y tamaño del territorio y tienen relación con la situación geológica y condiciones climáticas, además la hidrografía (mares, ríos, lagos, etc.), los paisajes, fauna y flora. Por otro lado, se mencionan los Factores socioeconómicos: Que consta de una estructura económica (relevancia de los diferentes campos de actividad, etc.) y se puede incluir a la estructura socio-demográfica (pirámide de edad, emigración, distribución socio profesional, etc.). Asimismo, de una estructura político-administrativa. De la misma forma se encuentra la Infraestructura y servicios disponibles: está incluye diferentes elementos como equipamiento (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.), transporte (red de carreteras, red ferroviaria, transportes públicos, etc.), también se encuentran los servicios (comercios, servicios de salud, etc.) y tiene conexión con los Factores culturales: Dichos Factores engloba un conjunto de elementos como, por ejemplo, historia, costumbres/productos artesanales locales, configuración de los lugares, monumentos y curiosidades y lugares para visitar, visitas guiadas, atracciones, manifestaciones culturales, etc. Se hace mención a la Oferta: deportes y ocio, hoy en día las personas viajan solo por esos motivos ya sea por deportes náuticos, natación, aviación, equitación dentro de esta área se encuentra los deportes extremos o trial, como por ejemplo el senderismo y cicloturismo, deportes de invierno, golf, petanca. Por otro orden de ideas, la oferta: salud y curas, termalismo, puesta en forma, descanso, terapias diversas, etc. También se puede hablar de la Oferta: la distribución de la oferta de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tamaño, distribución local de alojamiento, calidad y precios, posibilidades de vacaciones en granjas, en casas rurales y evolución de la oferta de alojamiento La Oferta: restauración tiene la Posibilidades de organizar conferencias y seminarios en los centros de congresos y exposiciones, los hoteles juegan un papel importante donde pueden ofrecer salas para seminarios y equipamientos técnicos correspondientes. Es muy importante tomar en cuenta todos estos elementos al momento de ofrecer un producto al turista por que la oferta es muy variada.

Se consideró al indicador desempeño laboral, con el propósito de entender como el resultado del comportamiento de los trabajadores frente al contenido de su cargo, sus atribuciones, labores y ocupaciones es dependiente de un proceso de participación o regulación entre él y la corporación, dentro del entorno resulta fundamental brindar

seguridad a los trabajadores que ingresan a las organizaciones ofreciendo los adecuados beneficios según sea la situación, de ello depende un mejor manejo laboral el cual es considerado como componente primordial para medir la efectividad y triunfo de una organización, tener estabilidad en el trabajo crea que el individuo tenga paz, salud, motivación y buen estado emocional y la persona está dispuesto a enfocarse hacia otros horizontes que lo lleven a mejorar su postura en la organización y en la sociedad Pedraza, Glenys y Mayrene (2010), citando a Faria, 1995, se puede decir que se analiza el desempeño laboral de los trabajadores del restaurante dentro de la granja ecológica.

El desempeño laboral, es la búsqueda de objetivos trazados por la organización y por medio de estrategias preestablecidas, con la finalidad de verificar que habilidades posee el colaborador y se puede decir que es la forma o manera de cómo desarrolla sus labores el trabajador, la motivación se convierte en un factor para desarrollar la realidad y el éxito de la empresa y es donde sobresalen algunas características tales como las competencias, destrezas, necesidades y facultades que pueden crear comportamientos donde afecten el desempeño, el desempeño laboral es reconocida como una mayor productividad, eficiencia y competitividad (Mamani & Cáceres, 2019)

Y por último se consideró el indicador de expectativa, se entiende como una aspiración o un objetivo, por ejemplo, cuando una persona compra un producto o recibe un servicio, siempre va a tener un pensamiento o concepto sobre lo que va a recibir al momento de obtener el producto y el individuo podrá apreciarlo y dependiendo de su calidad, presentación, atención puede satisfacer al cliente y cumplirá con su expectativa. Veytia (2019), citando a Vroom 1964, sostiene que los individuos son seres pensantes que tienen creencias y albergan esperanzas y expectativas respecto a los sucesos futuros de sus vidas. En este caso, la conducta es el resultado de elecciones y las alternativas están basadas en creencias y actitudes. Según esta teoría, las personas altamente motivadas son aquellas que no solo plantean metas valiosas para ellos, sino que también subjetivamente consideran que existen altas probabilidades para alcanzarlas.

Las expectativas vinculadas a la satisfacción del cliente son elementos primordiales para una estrategia de calidad institucional, el logro de satisfacción de la clientela es indispensable para las empresas que deseen alcanzar el éxito, cada día los clientes exigen mejor calidad de servicio, por medio de las ofertas se puede satisfacer al consumidor. Los clientes elegirán diferentes alternativas sobre la base de sus expectativas, esto puede ser sobre la calidad del producto (Pelegrín, Juaneda, Olarte, & Sierra, 2016)

Peralta (2006) en su investigación señaló que las expectativas son de un estándar de evaluación, constituyéndose como creencias acerca de lo cual va a pasar a grado de resultados y de procesos (experiencia afectiva) en la siguiente situación de consumo. Tener expectativas implica que el cliente puede categorizar e interpretar desde sus creencias y puede confirmar o no en sus premisas. Según esta postura, la satisfacción del cliente va a estar determinada por el sentimiento que viene movilizadora por una comparación en medio de las expectativas del comprador y el servicio ofrecido por la organización. Desde la perspectiva del resultado, la satisfacción se concibe como contento (utilitarismo) o sorpresa (hedonismo). En el primer enfoque, la satisfacción se asocia a poca activación y a la actuación de procesos cognitivos, valorándose hasta qué punto el bien o servicio cumple con las funcionalidades que poseía asignadas. En el segundo caso, prevé alta activación con enorme relevancia de los procesos afectivos.

Además de las experiencias previas del consumidor con una marca existen algunos componentes que tienen la posibilidad de influir en las expectativas del comprador, y estas son las siguientes: Vivencias previas con la competencia de una organización u otras organizaciones semejantes, el entendimiento anterior que tiene sobre tu marca, el estado de ánimo en el que se encuentra el consumidor al momento de obtener el producto, es importante la publicidad del negocio o la marca, los principios y valores individuales.

Si la organización desea saciar las expectativas de los consumidores, debe tomar en cuenta dichos componentes y trata de que los usuarios se sientan en la mejor disposición para hacer la compra de un producto o servicio ofreciéndoles justo lo cual requieren en el instante clave y cumpliendo con lo cual esperan de tu marca, cumplir con las expectativas del cliente es muy importante, porque eso significa una posible fidelización de la marca o del servicio ofrecido.

### **2.2.3. Implementación de plataformas digitales Categoría solución**

#### **2.2.3.1. Teorías de la categoría solución**

Se hace referencia a la teoría general de sistemas, la cual se refiere a los conocimientos tecnológicos de información, y la evolución de la tecnología (Flórez & Thomas, 1993). Esta teoría se relaciona con el trabajo de estudio, admite conocer sobre las nuevas tecnologías y como se aplican para optimizar la experiencia de los visitantes en el restaurante. Las aportaciones de la Teoría de sistemas al estudio, dentro de las organizaciones son relevantes por que la organización puede analizar a partir de la

perspectiva de sistemas, esta teoría debería aplicarse de una forma dinámica dentro de una empresa y se puede decir que la teoría de sistemas representa al cerebro de una persona, si ello falla, entonces todo lo demás también. Si se relaciona esta teoría a la tecnología, las actividades empresariales mejoran cada día más por el avance tecnológico que día a día se renuevan, la tecnología consigue ayudar a las empresas a ser más eficientes y mejorar gran parte de sus procesos interno con especial énfasis en el software de recursos humanos. Sin embargo, muchas empresas continúan utilizando sistemas tradicionales que no permiten aprovechar los beneficios de la tecnología en sus negocios tal es el caso de la granja ecológica en Lurín. La importancia de la tecnología en las empresas es cada vez más evidente y las empresas que no apuestan por la digitalización de áreas claves de sus actividades pueden verse afectadas en su competitividad. Ahorrar tiempo y reducir costos son algunas de las razones más importantes. Pero hay mucho más, hoy en día algunos de los avances tecnológicos que se usan en diferentes negocios es el código QR significa Quick response, es un sistema para recopilar información en una matriz de puntos y almacena información final o puede servir como intermediario. Los datos son un enlace a un sitio web (URL) y los códigos se personalizan y las marcas integran la identificación visual en sus códigos QR. Al personalizar se presta atención a ciertas reglas con respecto a la estructura de los códigos para que sean legibles. La personalización sigue es una forma muy eficaz de promover la identidad visual de su marca (Leiva, 2012). Con la implementación del código QR el restaurante de la granja ecológica da un paso al uso de las nuevas tecnologías.

Por otro lado, la organización está apostando por el uso de la tecnología enfocada a la realidad virtual, ¿Qué es realidad virtual? La realidad virtual se puede llamar a una tecnología que posibilita suplir el planeta real por un material sintético logrando que el cliente crea que está en otro reino. Hablamos de un grupo de tecnologías que se usan para generar espacios virtuales provocados por PC donde los usuarios tienen la posibilidad de experimentar e interactuar como si lo hicieran en la vida real e integra pantallas estereoscópicas, seguimiento de desplazamiento hardware, dispositivos de ingreso y plataformas de programa. No obstante, los juegos en realidad virtual no solo se restringen al entretenimiento y se ha expandido a diferentes campos, primordialmente con el objetivo de aprender o practicar por medio de los juegos captar nuevas experiencias, principalmente referido como entretenimiento educativo, también se introduce al sector turístico y engloba el área de restaurantes (Cruz, Fernández, & Portalés, 2018). Los visitantes a la granja

Ecológica pueden disfrutar de una experiencia gastronómica en realidad virtual, permitiéndoles ver desde otra perspectiva la gastronomía.

Por otro lado, se vincula a la teoría del desarrollo sostenible, con la implementación de actividades sostenibles dentro de la granja ecológica en Lurín y generar un impacto positivo a favor del medio ambiente, mejorar la economía de la localidad y también la preservación, de esa manera se satisface las necesidades de los visitantes actuales sin comprometer a las generaciones futuras (Bermejo, 2014), es importante que los visitantes tengan conocimiento sobre la sostenibilidad y cómo estas acciones van ayudar positivamente al cuidado de medio ambiente, en la economía y estilo de vida. Es importante que ellos tengan claro qué significa la sostenibilidad, es necesario hacer de su conocimiento que la naturaleza y el medio ambiente no son recursos inagotables, es necesaria su protección y uso adecuado. Además, la sostenibilidad promueve el desarrollo social al buscar la fusión de comunidades y culturas y alcanzar niveles satisfactorios de calidad de vida, salud y educación, dentro de la comunidad de Lurín. También, consiste en promover un crecimiento económico que genere riqueza para todos por igual sin dañar el medio ambiente.

Utilizando el principio de las 3 R: Reducir-Reciclar –Reutilizar, es como la granja ecológica pone en práctica y enseña a sus visitantes sobre la sostenibilidad, en la organización se reciclan botellas de plástico, el cual le damos un uso; como es la fabricación de regaderas artesanales y comederos para los animales, también se reciclan artefactos eléctricos malogrados como hervidor, licuadora, etc, otros productos que se reciclan zapatos, zapatillas en desuso, y son empleados para plantar algunas plantas como por ejemplo, orégano, manzanilla, suculentas, cactáceas, etc. Otros puntos muy importantes enseñan aprovechar los desechos orgánicos (desperdicios de comida que dejan las familias) y son utilizados para preparar abonos naturales como es el humus y el compost.

El humus es una sustancia que se crea a partir de la descomposición de materias orgánicas presentes en la capa superficial de un suelo, ayuda a la retención de agua como a la filtración de la misma, según las necesidades del suelo es importante porque da una acertada consistencia a los suelos según su tipo. En suelos arenosos compacta, mientras que en arcillosos tiene un efecto de dispersión y facilita la toma de nutrientes por la rizosfera, regula la nutrición vegetal y aporta productos nitrogenados al suelo degradado.

El compost es un proceso de transformación natural de los residuos orgánicos mediante un proceso biológico de oxidación que los convierte en abono rico en nutrientes y sirve para fertilizar la tierra. Los clientes que visiten la granja aprenden esta técnica de hacer

un abono orgánico y no necesitan invertir comprando productos y pueden realizarlo con los desechos que cocinan e incluso esta técnica puede beneficiarlos económicamente si ellos empiezan a vender este abono natural.

La chacra se ubica cerca al río Lurín, en donde las comunidades arrojan sus desechos al mismo río generando un impacto negativo y perjudicial en el medio ambiente, por ello mediante un proceso de filtración de forma ecológica (uso de plantas acuáticas filtrantes) reutilizan esas aguas servidas, que luego son utilizados en los sembríos y cultivos hidropónicos (apio, lechuga, espinaca, rabanitos) y brindarle alimento a los animales que habitan en la granja. La hidroponía es un método de cultivo industrial de plantas que en lugar de tierra utiliza únicamente soluciones acuosas con nutrientes químicos disueltos o con sustratos estériles (arena, grava, vidrio molido) como soporte de la raíz de las plantas.

Es necesario mencionar a la teoría de Maslow, hace referencia a las motivaciones, necesidades de las personas, en este caso hace referencia a los trabajadores del restaurante, es importante porque ayuda a comprender al comportamiento del ser humano y están motivadas por cinco tipos de necesidades: fisiológicas, seguridad, orden, sociales y autorrealización (Araya & Pedreros, 2013). El recurso humano es importante dentro de una empresa y es importante tomar en cuenta sus necesidades para un buen desempeño laboral.

Para lograr que el cliente visite la granja ecológica por su gastronomía e incentivar el cuidado del medio ambiente se propone el uso de herramientas digitales y productos innovadores, compuesta por la elaboración de una carta de menú con código QR, capacitaciones, realidad virtual y talleres.

#### **2.2.3.2. Conceptos de plataformas digitales**

En la investigación se proponen estrategias de mejora para el desarrollo del turismo gastronómico, según los autores Reuver, Sorensen y Basole (2018) mencionan que las plataformas digitales tienen la posibilidad de conceptualizarse como instrumentos técnicos y la plataforma es una base de código extensible y el ecosistema comprende módulos de terceros que complementan esta base de códigos, una aplicación virtual se caracterizará como ensamblaje socio técnico que encierra los recursos técnicos (de programa y hardware), los procesos y estándares organizacionales asociados, las aplicaciones virtuales tienen la posibilidad de ser plataformas externas fundamentadas en programa que consisten en el extensible base de código de un sistema con base en un programa que da funcionalidad compartida por los módulos que interoperan con ella y las interfaces por medio de las cuales interactúan.

Por otro lado, (Hein, y otros, 2020) en su indagación sostienen que el rendimiento de las plataformas digitales es la conducta de los usuarios de multi-homing al minimizar la excepcionalidad y equilibrios dominantes de la empresa, por otro lado, mencionan que con las aplicaciones virtuales hay una base suficientemente instalada y los especialistas en plataformas digitales tienen la posibilidad de utilizar una postura dominante en el mercado.

Para incrementar más su colaboración en el mercado se subvencionan los servicios de computación en la nube o usan su superioridad en la información para competir con los complementadores internos. El punto de vista técnico analiza las aplicaciones virtuales como plataformas fundamentadas en programa y bases de código extensibles que brindan funcionalidad central complementadas con servicios modulares y es un subsistema de programa que puede expandir la funcionalidad de la plataforma, los ejemplos de servicios modulares tienen la posibilidad de ser los SDK que otorga el dueño de la plataforma o los accesorios de costo añadido de los complementadores y tienen la posibilidad de usar interfaces estandarizadas de programación de aplicaciones (API) para integrar nuevos módulos y la plataforma basada en programa no es solo una fuente de economías de escala y alcance; además fomenta las economías de sustitución y resultan de la reutilización de elementos modulables y actualizables en una plataforma en lugar de diseñar un sistema a partir de cero. Las plataformas digitales con el tiempo son indispensables para las empresas, en el caso del restaurante la granja ecológica es necesario que se involucre con las tecnologías.

### **2.2.3.3. Subcategorías**

Como se conoce, la tecnología hoy en día es parte de la vida diaria de la mayoría de las personas por tal motivo una gran cantidad de empresas aprovechan estas plataformas para la difusión de sus servicios y productos. La tecnología es la rama del intelecto científico que se encarga de la construcción, aplicación y uso de medios técnicos y su interrelación con la vida humana, la sociedad y el medio ambiente, basándose en temas como la ingeniería, ciencia aplicada, ciencia pura y artes industriales. La implementación de nueva tecnología influye en la cultura y los valores de una sociedad y comúnmente expone novedosas preguntas éticas. Ilustrando el surgimiento de la idea de eficiencia y efectividad en términos de productividad humana, un término originalmente aplicado solamente a las máquinas ahora se ha convertido en reglas clásicas usuales (Aitha & Shubhrajyotsna, 2015).

Para Sazali, (2012) citando a Kumar, (1999) menciona que la tecnología consta de dos elementos fundamentales: un elemento físico que comprende recursos tales como

productos, herramientas, grupos, planos, técnicas y procesos; y dos, el elemento informativo que se basa en know-how en administración, marketing, producción, control de calidad, fiabilidad, mano de obra calificada y zonas funcionales. Los estudios recientes sobre la transferencia de tecnología han conectado la tecnología de manera directa con el razonamiento y se presta más atención al proceso de averiguación y desarrollo. La tecnología es continuamente un referente con la obtención de cierto resultado, la resolución de ciertos inconvenientes, la ejecución de ciertas labores usando capacidades particulares y utilizando conocimientos. El término de tecnología no se relaciona sólo con la tecnología que añade el producto, sin embargo, además está vinculada con el razonamiento o la información de su uso, aplicación y el proceso de desarrollo del producto (Lovell, 1998; Bozeman, 2000).

La tecnología ha aportado gigantes beneficios a la raza humana, su papel primordial es generar el mejoramiento de herramientas y complementos que fueron útiles para simplificar el ahorro de tiempo y el esfuerzo de trabajo, como los medios de transporte, así como los coches, aviones etcétera, fueron de enorme beneficio además para nuestras propias necesidades y tener una vida más cómoda, existen muchas empresas que usan la tecnología dentro de sus organizaciones, en la granja ecológica el uso de la tecnología es aún muy deficiente. En estos tiempos la tecnología ha tenido un efecto que ha perjudicado de manera positiva y negativa en la sociedad de la cual formamos parte y para nosotros mismos es imprescindible debido a que estamos acostumbrados a un modo de vida en donde la tecnología es el papel primordial de nuestro alrededor social.

Como segunda subcategoría fue plataformas digitales según (Drewel, Ozcan, Koldewey, & Gausemeier, 2020), en su investigación define a las plataformas digitales como aplicaciones virtuales que son intermediarias y permiten interrelaciones intercambiando valores por lo menos en dos equipos de usuarios diferentes e interdependientes, además constituye elementos constantes en el núcleo y elementos cambiantes en la periferia. Los usuarios de aplicaciones virtuales cambian servicios o productos, información y monedas (por ejemplo, dinero o datos) con el objeto de producir coste añadido para por lo menos uno de los equipos. El triunfo de las aplicaciones virtuales se debe primordialmente a los fuertes efectos de la red; los efectos indirectos de red acostumbran tener una más grande predominancia, los usuarios de una plataforma forman parte de la periferia variable y entran a un núcleo consistente. El operador de la plataforma otorga la infraestructura elemental y define las normas y el marco para la plataforma. El triunfo de una aplicación virtual no se



fundamenta en los recursos internos, se realiza a través del ecosistema en el cual se integra la plataforma.

Para Ruggieri, Savastano, Scalingi, Bala, & D'ascenzo, (2018) citando a Sedera et al. (2016) define una plataforma digital como una arquitectura tecnológica que posibilita desarrollo de sus propias funciones informáticas y posibilita la incorporación de plataformas de tecnología de información, computación y conectividad accesibles para una organización, una definición adicional es la siguiente: software, que se puede utilizar exclusivamente online con funcionalidades aplicativos básicas para explorar los inicios de la convergencia digital del hipermedia y la ubicuidad de la red para llevar a cabo prácticas de cambios de contenidos (ámbito multimedia) y construcciones de datos (esfera de hipertexto), para ser usadas por usuarios sin vivencia en tecnología y ciencias de la computación.

La utilización de las aplicaciones virtuales resulta bastante fundamental pues nos posibilita laborar en un solo sitio y tener la posibilidad de realizar distintas labores sin necesidad de salir de esa plataforma.

El uso de las plataformas digitales resulta muy importante porque permite trabajar en un solo lugar y se puede ejecutar diversas tareas sin necesidad de salir de la plataforma, existen plataformas dedicadas al asunto educativo, otras dedicadas al negocio electrónico, lo más usado las plataformas sociales y las plataformas especializadas. Con las plataformas especializadas se hace referencia a que permanecen destinadas a cierto sector específico de usuarios, tales como, las que permanecen diseñadas para los conjuntos de marketing digital. Además, las aplicaciones virtuales, al estar pensadas y diseñadas para proteger y facilitar procesos, ayuda en un asunto que es un problema constante en los múltiples sectores y hace referencia a la productividad que ayuda a las empresas a realizar más tareas en un menor tiempo que cuando se realiza manualmente, con instrumentos contenidos en una plataforma virtual el acto de tomar elecciones se convierte en una labor simple y la plataforma posibilita evaluar, recopilar y optimizar los procesos de una organización, compañía o emprendimiento personal. Un enorme conjunto de usuarios de distintas especialidades debido al confinamiento obligado del coronavirus ha tenido la posibilidad de hallar el valor y la necesidad de hacer uso de las aplicaciones virtuales y el teletrabajo se ha vuelto una modalidad casi imperativa, las plataformas virtuales han permitido que bastantes personas logren incorporarse a esta nueva alternativa de jornada laboral no solo en el ámbito empresarial también en el campo educativo se ha usado las plataformas digitales. Asimismo,

los trabajos en grupo se han vuelto más funcionales y las plataformas ofrecen interfaces de conexión con diversos usuarios y de esta manera la relación es más dinámica.

Para Walsh & Pawlowski, (2002) La tecnología de realidad virtual (VR) puede tener efectos profundos en las percepciones humanas por medio de una realidad sintética que puede inducir de forma realista todos los sentidos humanos. En ocasiones es criticado por no conseguir su potencial proclamado, la tecnología de realidad virtual se está volviendo rentable para aplicación en varios dominios y se espera que lo sea todavía más en el futuro. Este aparente imperativo tecnológico es un área donde la sociedad de averiguación de sistemas de información puede hacer contribuciones relevantes, es una tecnología de forma sencilla disponible y los instrumentos de desarrollo novedosos y más eficientes sugieren que es hora de volver a las aplicaciones de realidad virtual. Sin embargo, sin las tensiones o necesidades de un mundo real, la realidad virtual avanzó muy lento y es viable que jamás pueda lograr tal objetivo. No obstante, como tecnología en la que tienen la posibilidad de usar interfaces multisensoriales de alta calidad para brindar información y comunicación, su utilidad es notable y cada día se usa más.

La realidad virtual como tecnología también se usa en la educación y brinda la probabilidad de permitir que los aprendices participen en sociedades de práctica y pasen de su condición de novatos al entorno de los profesionales. Simular un mundo en el cual el estudiante avanza hacia la colaboración plena debe ser un ámbito poderoso para la comprensión y además favorecer con la transferencia de conceptos a nuevos entornos, para (Hedberg & Alexander, 2006) La Realidad Virtual es un ámbito inclusivo multidimensional creado por un ordenador que podría ser aceptado por los competidores como cognitivamente válido. La realidad virtual usa una computadora y pluralidad de complementos para generar simulaciones de la vivencia humana. Su objetivo es mejorar la comunicación en cada una de sus maneras entre humanos, máquinas y otros seres. La realidad virtual se convierte en una forma de sentir, sentir y pensar. La computadora controla la sensación evitando el acceso a los sentidos, alterando la vivencia, el sentimiento y al final el raciocinio, en la granja ecológica se pretende usar la realidad virtual en niños y personas mayores con la finalidad de conocer más sobre la gastronomía que se prepara en el lugar.

Con el avance de las novedosas tecnologías, los clientes cambian su forma de estilo de vida y esto no es algo que vaya a afianzar a un largo plazo, la novedosa tecnología no tiene un rumbo establecido y cada vez salen cosas novedosas que las nuevas generaciones se adaptan a ella. Por esta razón, cada una de las industrias tienen su mirada puesta en el

sector turismo. Desde que se aplicó la tecnología, su beneficio se notó en la reducción de tiempo y precios promoviendo un consumo más grande, por ejemplo, el internet abrió las puertas haciendo más fácil la documentación de los usuarios con relación a los viajes. Cada vez es más simple reservar en línea el transporte y el alojamiento y es viable conocer el destino sin necesidad de estar en el lugar. Las novedosas tecnologías ofrecen un nuevo escaparate que se debe explorar con la realidad virtual en turismo. La realidad virtual se puede aplicar en los productos turísticos que se presentan a los clientes, también se puede emplear al momento que el usuario busca información sobre los destinos que deseen visitar, de esa manera la realidad virtual puede ofrecer una mejor experiencia en la búsqueda de información.

Las empresas del rubro del turismo para brindar información de calidad y que la persona tenga una experiencia única e inolvidable brindan una visita de 360° de los destinos turísticos que ofrecen, de esa forma el turista puede explorar y experimentar nuevas cosas y puede aplicar para restaurantes, hoteles y atractivos turísticos, usando esta tecnología se hará que las emociones de los clientes influyan en la toma de decisiones de los usuarios.

La realidad virtual ha introducido en el sector turismo como por ejemplo Google Maps y las visitas de 360° pero ya no es ajena a este sector poco a poco se está introduciendo esta tecnología. Con la realidad virtual se puede restaurar lugares que se han dañado, de tal manera que se recuperara su visualización y puede ser una herramienta de marketing para ofrecer nuevos destinos, con la RV el cliente siente el destino o producto turístico antes de realizar el viaje (Almeida, 2019)

Los restaurantes tales como los demás negocios tienen que adaptar su realidad a la de sus consumidores en algunos restaurantes están utilizando la realidad virtual, un ejemplo de los restaurantes que usa esta tecnología es un restaurante de la cadena italiana afincada en el Reino Unido Carluccio's que ha distribuido 50.000 pares de gafas de RV-3D en todos sus restaurantes para permitir que los comensales puedan sumergirse en Italia en cuestión de minutos. Estos auriculares y gafas de RV-3D permiten transportar virtualmente a los clientes a la idílica costa de Taormina en Sicilia mientras disfrutan de platos típicos de la zona. Como funciona, los clientes descargan un video ubicado en YouTube en sus Smartphone y conectan los dispositivos que brinda el restaurante y disfrutan de una experiencia gastronómica única. Los clientes pueden comer bajo el agua, rodeada de flores, en medio de un viñedo, en lo alto de una montaña o en una típica bodega francesa. Etc.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Método de investigación**

Con respecto al método establecido, se usaron dos tipos: inductivo y deductivo; el primero se basó en la razón, que facilita salvar de hechos particulares a los principios generales, estudió la observación con el propósito de llegar a una conclusión, con el único fin de crear leyes o teorías, pero se tiene en cuenta que solo aplica a los objetos que se estudia. Este método se desarrolla por hechos y prácticas particulares que permiten llegar a organizar fundamentos teóricos (Prieto, 2017). Por otro lado, ayudó a comprender y seguir ciertos pasos como la observación de hechos que registre, analice y contraste en la empresa, para catalogar la información obtenida, también establecer patrones y hacer generalizaciones.

Con relación al método deductivo, permitió conocer y entender los fundamentos teóricos para luego concluir en algunos hechos, fundamenta sus principios en definitivos elementos teóricos hasta alcanzar a conformar hechos o experiencias particulares (Prieto, 2017). La deducción presenta la generalización como el punto de partida para hacer inferencias psicológicas y sacar nuevas conclusiones lógicas para situaciones específicas (Rodríguez & Pérez, 2017). Este método ayudó a inferir y sacar ciertas conclusiones de acuerdo a lo planteado en el estudio y permitió razonar de acuerdo a los resultados logrados en el estudio de investigación.

### **3.2 Enfoque**

El enfoque aplicado en la exploración es mixto, con el propósito de recoger la mayor información posible con relación al contenido del estudio, por medio de un conjunto de técnicas para recolectar, interrelacionar, analizar y triangular datos cuantitativos y cualitativos, también se puede obtener una información completa y se evidencian datos numerales, porcentuales en integridad o conjuntamente, con datos orales, textuales o sensoriales (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019). Este enfoque se puede entender como una serie de técnicas métodos empíricos y críticos de indagación que envuelven la recolección y el análisis de fichas cuantitativos y cualitativos, también la integración y discusión conjuntamente, realizando interferencia del producto de toda la información obtenida y tener un mejor alcance a cerca del estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

### **3.3 Tipo de investigación**

El tipo de exploración que se desarrolló es el proyectivo porque tiene relación con el diseño, elaboración de las técnicas e instrucciones para la exploración que se ha elegido. Por otro lado, la indagación proyectiva permite ver de fondo la problemática, haciendo un estudio de toda la averiguación lograda por medio de diferentes técnicas y métodos y luego brindar posibles soluciones a las deficiencias encontradas en la indagación (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019). También, implica la creación, diseño y redacción de proyectos, para proyectos que utilicen este método, las sugerencias deben basarse en un proceso sistemático de búsqueda y consulta, requiriendo descripción, análisis, comparación, explicación y predicción (Hurtado, 2000), La investigación proyectiva permite ver de fondo la problemática, haciendo un análisis de toda la información obtenida a través de diferentes técnicas y métodos y dar posibles soluciones a las deficiencias encontradas en la indagación.

### **3.4 Diseño de la investigación**

Con relación al diseño escogido, se consideró el explicativo secuencial, permitirá entender, analizar todos los datos cuantitativos y cualitativos, para luego entender el problema, además se puede recoger y evaluar datos cualitativos, los datos cuantitativos se pueden obtener por medio de indagaciones de documentos, catálogos, fichas de observación, inventario de cotejos o lo más conocido como la encuesta, luego se interpreta y examina las reseñas cualitativas que son obtenidos por documentaciones, clasificación de experiencias, análisis de información o la habilidad más usada como la entrevista y se triangula toda la información cuantitativa y cualitativa y se obtiene un diagnóstico (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019). El diseño también se caracteriza por que sigue un proceso y comienza por la recolección y análisis de datos cuantitativos lo que permite desarrollar el proceso de recolección y análisis de los datos cualitativos, con el propósito de integrar ambos resultados y desarrollar la correcta interpretación y desarrollo del reporte de la investigación (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Este diseño de investigación permite realizar un correcto desarrollo, interpretación y elaboración de los datos que se recolectan para realizar el presente estudio.

### **3.5 Población, muestra y unidades informantes**

La población analizada hace referencia a un grupo de temas que cumplieron con las tipologías y descripciones para la elaboración de un estudio (Hernández, Fernández, Baptista, 2014). En el caso del actual estudio, la población son los clientes que visitaron la granja ecológica.

Consecutivamente, se seleccionó la muestra que hace referencia a un subconjunto o una parte de la población que pueden tener las mismas características y tiene que ser significativa para realizar una inferencia estadística, existen dos tipos de muestras: muestreo probabilístico; se define porque a partir del cálculo estadístico intenta realizar apreciaciones de variables en la población pero debe hallarse conexión entre el problema, la teoría y el método, por otro lado está el muestreo no probabilístico y se determina por establecer muestras que no son distintivas en vista que se establecen o calculan de forma injusta . (Carhuancho, Nolzco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019). Para el proyecto se empleó el modelo de muestreo aleatorio simple, que se define porque todos los componentes de la población pueden ser parte de la muestra (Otzen y Manterola, 2017), el tamaño de muestra fue de 94 participantes.

Adicionalmente, se tomó en cuenta la participación de unidades informantes que hace referencia a una recopilación de participantes elementos, o hechos, que coinciden entre sí, dependiendo de una cadena de peculiaridades y se consiguió información sobre la categoría que se realiza por medio de entrevistas (Carhuancho, Nolzco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019). En la presente averiguación se contó con la ayuda del personal administrativo de la granja ecológica.

### **3.6 Categorías y subcategorías**

La ejecución de este trabajo de investigación se respalda en la categoría de turismo gastronómico, teniendo en cuenta la búsqueda de información previa para corroborar el problema, así como la determinación de objetivos. Se descubrieron las categorías apriorísticas que llevaron a identificar sus indicadores; por otro lado, las categorías y subcategorías conducen a la reacción de las problemáticas y mejores diagnósticos.

#### **3.6.1 Definición conceptual categoría problema**

Con relación a la categoría problema Gheorghe, Tudorache, & Nistoreanu,( 2014) definió al turismo gastronómico como un fenómeno emergente que se lleva a cabo como un nuevo producto turístico y un tercio del presupuesto del viaje se destina al consumo de

alimentos. La cocina es un elemento primordial cuando nos referimos al viaje de vacaciones. Una de las definiciones más usadas del turismo gastronómico es uno postulado por (Lee et al., 2015): donde menciona que el turismo gastronómico "es un viaje, en zonas ricas en recursos gastronómicos, que producen vivencias recreativas o poseen entretenimiento objetivo, que integran: visitas a productores primarios o secundarios de productos gastronómicos, festivales gastronómicos, ferias, eventos, demostraciones culinarias, degustaciones gastronómicas o cualquier actividad relacionada, es decir es la participación de cualquier actividad donde se deguste la comida de una determinada localidad.

Con respecto a la subcategoría gastronomía sostenible promueve los productos locales por motivos medioambientales y socioculturales. Los sistemas gastronómicos promueven la sustentabilidad ambiental, la justicia social y el negocio justo. Construyendo mercados para especialidades locales, centros gastronómicos, antiguo sistema agrícola y culinario, rutas del vino o eco-museos inventan locales de desarrollo. La gastronomía localizada favorece no solo a los agricultores también aporta costo agregado a los clientes quienes valoran el contacto directo con los agricultores que generan sus alimentos. La veracidad es una cualidad que ayuda a una pluralidad de alimentos y cocinas y consta de 2 temas primordiales: Primero, hay alimentos específicos a una localización; En segundo sitio, dichos productos alimenticios son el resultado de un proceso artesanal Ridvan & Karakas, (2013), tener contacto con la naturaleza o participar de la elaboración de un producto es una experiencia única para el turista.

Por otro lado, la subcategoría de satisfacción del cliente indica que, para brindar elevados niveles de satisfacción al comprador, las empresas tienen que detectar y medir los recursos internos que generan los gerentes y tienen la posibilidad de establecer qué ocupaciones se necesitan para mejorar la satisfacción del comprador. Este entendimiento puede permitir a los gerentes adoptar un enfoque proactivo y no reactivo, para la satisfacción del comprador. La calidad del servicio interno definida a tal efecto como la satisfacción del empleado con el servicio recibido de proveedores de servicio interno, ha recibido poca atención en la teoría empírica. (Hallowell, Schlesinger, & Zornitsky, 1996)

### **3.6.2 Definición conceptual categoría solución**

Según Schcolnik, (2018) define a la categoría solución que son plataformas digitales usadas para referirse a programas (es mencionar el software) que poseen funciones concretas, como correctores ortográficos. El concepto algunas veces se utiliza para referirse al hardware como computadoras portátiles (Anderson y Mims 2014). Con el paso del tiempo, estas herramientas digitales toman posicionamiento en las grandes, medianas y pequeñas empresas, porque si no se adaptan a ello, terminarían desapareciendo del mercado.

Las plataformas digitales han pasado a formar parte importante del vivir de cada día, a través de ellas se pueden realizar diferentes actividades como, compras, cumplir con obligaciones familiares y componen una fuente alternativa de generación de ingresos adicionales, proveen un ahorro significativo de ingresos frente a eventuales pérdidas de empleos, crisis económicas o migraciones forzadas (Fernández & Benavides, 2020)

Con la existencia de las plataformas digitales se pueden enviar mensajes que se transmiten a millones de personas sin costo alguno. Estos adquieren mención global, mientras más aumenta los usuarios, más importantes son y se comunican entre sí, intercambian datos sobre los clientes por medio de protocolos que tienen compatibilidad entre ellas, algunas comparten información de manera gratuita, sin embargo, otras lo realizan por una venta (Sánchez, 2018).

El término de plataformas también es usado en el campo de la computación para describir entornos en línea o internet que admitan que los usuarios o terceras personas diseñar y desplegar aplicaciones apps, estos pueden incluir aplicaciones que sirvan para divulgar noticias, ideas, información, publicidad por medio de las plataformas y se pueden desarrollar hardware informático, sistemas operativos, dispositivos de juegos, móviles formatos digitales (Monroy, 2021). Se pretende aplicar las plataformas digitales al trabajo diario dentro de la granja ecológica y dejar las operaciones manuales para pasar a la digitalización.

Shun & Carroll, (2017) citando a Brey (2009), mencionan que la subcategoría tecnología es complicado desarrollar una definición, la población sí sabe qué es y puede discernir en medio de las cosas que son creadas por el ser humano y las que ocurren naturalmente. La exploración de la aseveración anterior expone la aparente interacción entre el razonamiento de la tecnología y la función de uno para distinguir entre lo que pasa en la naturaleza y lo cual se crea. Sin embargo, esta interacción puede no ser tan obvia como uno pensaría, gracias a la ambigüedad del testimonio de Brey. La carencia de claridad en la



transmisión que se desea mencionar con el testimonio resulta de ser capaz de interpretarla de 2 posibilidades, con respecto a ambos conocimientos y distinción: El conocimiento de la tecnología permite distinguir entre lo natural (es decir, no tecnología), y lo que crean los humanos (es decir, tecnología), o el discernimiento de la tecnología permite diferenciar entre lo natural (es decir, lo natural tecnología) y lo que hacen las personas (es decir, la tecnología hecha por el hombre).

Con relación a la subcategoría plataformas digitales. Para Asadullah, Faik, & Kankanhalli, (2018) citando a Spagnoletti et al. (2015, p. 364) definen que la plataforma digital es como un bloque de creación que da una funcionalidad importante a un sistema tecnológico y sirve como base sobre la cual tienen la posibilidad de desarrollar productos, tecnologías o servicios complementarios. Los estudios que adoptan esta perspectiva se centran en los desarrollos técnicos y las funcionalidades que conforman la base sobre la cual tienen la posibilidad de desarrollar productos y servicios complementarios aplicaciones virtuales conceptualizadas fundamentadas en una perspectiva no técnica que muestra plataformas como una red comercial o mercado que posibilita transacciones a modo de intercambios de compañía a organización (B2B), de compañía a comprador (B2C) o inclusive de comprador a comprador (C2C).

**Tabla 1.**

*Matriz de categorización de la categoría problema*

Categoría	Subcategoría	Indicador
Problema: Turismo gastronómico	SC 1 Gastronomía sostenible	I1 Responsabilidad social
		I1.1 Medio ambiente
	SC 2 Planta turística	I2 Infraestructura
		I2.1 Oferta turística
	SC 3 Satisfacción del cliente	I3 Desempeño laboral
		I3.1 Expectativas

**Tabla 2.***Matriz de categorización de la categoría solución*

Categoría	Alternativas de solución	KPI	Entregable
Solución: Plataformas digitales	1. Creación de nueva carta con código QR	KPI 1. Carta de menú / código QR diseñados.	Evidencia 1. Diseño del menú con código QR
		KPI 2. Plataforma diseñada/ventas	Evidencia 2. Boceto de la plataforma diseñada
		KPI 3. Tour / promociones diseñados.	Evidencia 3. Boceto de tour y promociones diseñadas.
	2. Implementación de productos sostenibles	KPI 4. Fotos del taller/clientes	Evidencia 4. Flyer de taller
		KPI 5. Bicicleta generadora de energía diseñada/clientes	Evidencia 5. Diseño de la bicicleta generadora de energía.
		KPI 6. Premios del concurso diseñados/familias participantes	Evidencia 6. Flyer de concurso
	3. Programa de fortalecimiento y capacidades	KPI 7. Taller de capacitación diseñados/especialista	Evidencia 7. Flyer de capacitación
		KPI 8. Reconocimiento diseñado/colaboradores	Evidencia 8. Foto del reconocimiento al mejor trabajador del mes.
		KPI 9. Taller virtual diseñado/especialista	Evidencia 9. Flyer del taller.

### **3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.7.1. Técnicas**

Se empleó la técnica de la encuesta a la muestra elegida porque permite recabar información de una determinada población de interés, depende mucho el volumen de la muestra del estudio, la información será recopilada por medio de un proceso de preguntas que se hará a cada individuo (Behar, 2008). También se puede decir que es una técnica que usa un grupo de métodos estandarizados de indagación por medio de los cuales se almacena y examina una secuencia de datos de una muestra de casos representativa de una población y se intenta explorar, explicar, pronosticar o detallar una secuencia de características (Casas, Repullo, & Donado, 2003).

Así mismo, se empleó la entrevista que es una manera de interacción social cuyo objetivo es obtener datos de una investigación, el interesado formula una serie de preguntas a las personas indicadas, estableciendo un diálogo para recolectar la información potencial sobre el tema de indagación (Behar, 2008). La relación establecida entre el científico y el objeto de exploración es con el fin de obtener testimonios verbales y es importante que las preguntas o datos a emplear deben tener la utilidad claramente especificada (Hurtado & Toro, 2005). La entrevista aplicada al personal de la granja ecológica consistió en cinco preguntas todas relacionadas al tema de desarrollo del presente estudio, con tres unidades informantes y se realizaron a través de la entrevista personal.

#### **3.7.2. Instrumento**

Como instrumento para la compilación de datos se manejó el cuestionario de quince preguntas a la muestra expuesta previamente, siguiendo la escala de Likert, el cual se llevó a cabo de manera escrita con un conjunto de interrogaciones correspondientes a una o más variables, las preguntas pueden ser variadas ya sea cerradas o abiertas, en las preguntas cerradas se presentan categorías alternativas para marcar (Behar, 2008), por otro lado, el cuestionario es la herramienta que facilita proponer un grupo de cuestiones para recoger información organizada sobre una muestra de individuos, usando el procedimiento cuantitativo y añadido de las contestaciones para explicar la población a la que corresponden y/o contrastar estadísticamente varias interacciones entre medidas de su interés (Meneses, 2016). Esta técnica de recopilación de datos será muy importante para el desarrollo de la

presente averiguación y permite recolectar los datos cuantitativos necesarios para el desarrollo y análisis del estudio.

De igual forma se usó el instrumento de la guía de entrevista, la cual comprende datos que identifican al entrevistado; datos censales o sociológicos; este archivo anteriormente debería ser inspeccionado y verificado con el objetivo de la indagación y datos concernientes al asunto de averiguación, las etapas para la elaboración de una guía de entrevistas son las siguientes: definir el tema, obtener información, enumerar temas relacionados, formular y redactar preguntas y finalmente probar la herramienta (Carhuancho, Nolzco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019); (Hurtado, 2000). Esta herramienta va a permitir conocer más acerca la Granja Ecológica y se emplea con el personal administrativo del establecimiento, con el fin de conocer qué opiniones tiene acerca de sus clientes.

### **3.7.3. Descripción**

Ficha técnica: Encuestas

Nombre: Instrumento que mide la opinión referente a la gastronomía, del restaurante de la Granja Ecológica en Lurín.

Año: 2021

Autor: Sarita Anali Burga Guevara

Objetivo del instrumento: Analizar la apreciación que tienen los visitantes a la Granja Ecológica y el turismo gastronómico.

Sub categorías: Gastronomía sostenible, planta turística y satisfacción del cliente.

Escala/ Niveles: Totalmente en desacuerdo/Moderadamente en desacuerdo/Ni desacuerdo ni acuerdo/Moderadamente de acuerdo/Frecuentemente de acuerdo.

La encuesta se aplicó en el trabajo de indagación para la obtención de datos que muestran el estado real del problema estudiado y obtener los resultados para analizarlos y llegar a sacar conclusiones y posibles propuestas de solución. El cuestionario fue usado como instrumento de recolección de datos y para identificar el problema más notable, para ser analizados y estudiados y llegar a tener un resultado preciso.

Ficha técnica: Entrevistas

Nombre: Instrumento que mide la opinión referente a la gastronomía turística por parte del gerente general de la granja ecológica, la coordinadora del área de guía y el encargado del restaurante.

Año: 2021

Autor: Sarita Anali Burga Guevara

Objetivo del instrumento: Analizar la apreciación que tienen las unidades informantes acerca del turismo gastronómico.

Emergente: Factores que afectan la comunicación entre la administración y el restaurante.

Las entrevistas buscan recopilar toda la información posible, por medio de un estudio que puede ser en grupo o personalmente entre el entrevistador y el entrevistado. La guía de entrevista se basa en una serie de preguntas que el entrevistador logra desarrollar, la respuesta obtenida puede ser notable para el tema de investigación.

#### **3.7.4. Validación**

Los instrumentos explicados anticipadamente fueron revisados y aprobados por el juicio de expertos, los cuales son obligatorios para determinar el verdadero alcance de un problema, una herramienta se apoya en que mida lo cual tiene que medir, ciertos métodos a ocupar son: conocer grupos, validez predictiva y preguntas de verificación cruzada (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, & Casana, 2019) citando a (Corral, 2009, p. 230). La validez es usada para establecer cuán relevantes son la prueba experimental y los fundamentos teóricos que avalan una herramienta, examen o acción elaborada. Además, es entendida como el nivel en que una herramienta mide o intenta calcular o que cumple con el fin para el cual ha sido fundada, este criterio es esencial para tener en cuenta la validez de una prueba (Urrutia, Barrios, Gutiérrez, Mayorga, 2014).

**Tabla 3.***Expertos que validaron el instrumento*

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Fernando Alexis Nolazco Labajos	Docente metodólogo	Aplicable
2 Edil Fernando Ramos Zamora	Administración en Negocios MBA	Aplicable
3 Florisa Graciela García Chumioque	Doctora en Turismo	Aplicable

**Tabla 4.***Expertos que validaron la propuesta*

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Mariela Stacy Solano Lavado	Turismo	Aplicable
2 Bazzetti De los Santos, Ernesto Piero	Turismo y Hotelería	Aplicable

### 3.7.5. Confiabilidad

La confiabilidad del cuestionario se realizó con la prueba de Alfa de Cronbach y fue usada para medir intervalos o de razón, el procedimiento de cálculo necesita una sola gestión del instrumento de medición. Su virtud radica en que no se necesita dividir en 2 mitades a los agregados del instrumento, sencillamente se aplica la medición y se calcula el coeficiente. La mayoría de los programas estadísticos como SPSS y Minitab los determinan y sólo tienen que interpretarse. El procedimiento de cálculo de éstos necesita una sola gestión del

instrumento de medición, su virtud radica en que no se necesita dividir en 2 mitades a los ítems del instrumento, sencillamente se aplica la medición y se calcula el coeficiente, el investigador calcula su valor, muestra y somete a observación de los usuarios del análisis u otros estudiosos, expresando el procedimiento usado la interpretación de los diversos coeficientes mencionados (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014).

**Tabla 5.**

*Confiabilidad del cuestionario*

Prueba de confiabilidad	Resultado	Opinión
Alfa de Cronbach	0,872	Alta confiabilidad

En la presente indagación se logró observar que hay un valor de 0.872 lo que significa que existe una alta confiabilidad y que tiene consistencia.

**3.8 Procesamiento y análisis de datos**

Como primer paso para comenzar el proceso, el cuestionario fue aprobado por los jueces y dar paso a una prueba experimental, las encuestas fueron llevadas de manera presencial, se ejecutó la lista de datos en el programa de Excel para que fuera un proceso más simple, permite editar, ayuda a obtener una base de datos del campo de interés para el estudio, además tiene la facilidad de aplicar a los datos estadísticos basados en ordenar los artículos dependiendo de la variable, visualizar los artículos que cumplan con los requisitos y también aplica diversos modos de subtotaes para alguna variable, se puede decir que se usa para ordenar datos y producir registros electrónicos (Pérez, 2006), para luego ser procesados en el software SPSS (Stastistical Package for the Social Sciences) y permite producir un documento de datos de manera organizada y además ordenar una base de datos que puede ser examinada con distintas técnicas estadísticas, SPSS posibilita capturar y examinar las fichas sin necesidad de depender de otros programas (Castañeda, Cabrera, Navarro, y Vries, 2010).

Por otro lado, se obtuvo la guía de entrevista examinada y luego se desarrollaron de manera presencial y las respuestas fueron escritas en Word, se aplicó el Atlas.ti lo que

permitió lograr tener una mejor concepción del contraste y la triangulación de las declaraciones de los entrevistados en el programa Atlas. Ti, es un instrumento que administra y ordena de manera eficiente los datos cualitativos: textos, retratos, manifiestos, audio y clip de video y brinda una diversidad de instrumentales que facilitan al indagador hacer la investigación de los datos de una manera visual, también ayuda a hallar las interacciones complicadas que se hallan ocultos en los datos cualitativos brindando una potente e intuitiva red de comentarios y categorías que admiten conservar los datos bajo el estudio permanente (Blanco, 2012), como método de análisis de los datos mixtos se usó la triangulación, porque permite que de forma simultánea se pueda recoger y estudiar todos los datos cuantitativos y cualitativos sobre el problema de averiguación es decir casi al mismo tiempo.

A lo largo de la interpretación y la controversia se terminan de describir ambas clases de resultados y se efectúan comparaciones de las bases de datos (Hernández, Fernández, Baptista, 2014). Por otro lado, se puede decir que la triangulación es el modelo más empleado en las investigaciones con método mixto y que los datos cualitativos y cuantitativos son generados al mismo tiempo (Hamui, 2013).

La triangulación de método de análisis de datos cualitativos es fundamental para el desarrollo de la presente investigación porque contribuye con la reducción de malos entendidos obteniendo una comprensión más despejada de antecedentes y objetivos.

### **3.9 Aspectos éticos**

El proyecto guardó respeto de los derechos del escritor en los libros, artículos científicos, revistas científicas, tesis y otros documentos que fueron referenciados y manejados para el progreso de esta indagación, de igual manera se afirma la conservación de la confidencialidad personal de la respuesta de cada encuestado, así como la presentación verídica de los resultados sin ninguna modificación.



# CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

## 4.1. Descripción de resultados cuantitativos

### 4.1.1 Niveles de la sub categoría gastronomía sostenible

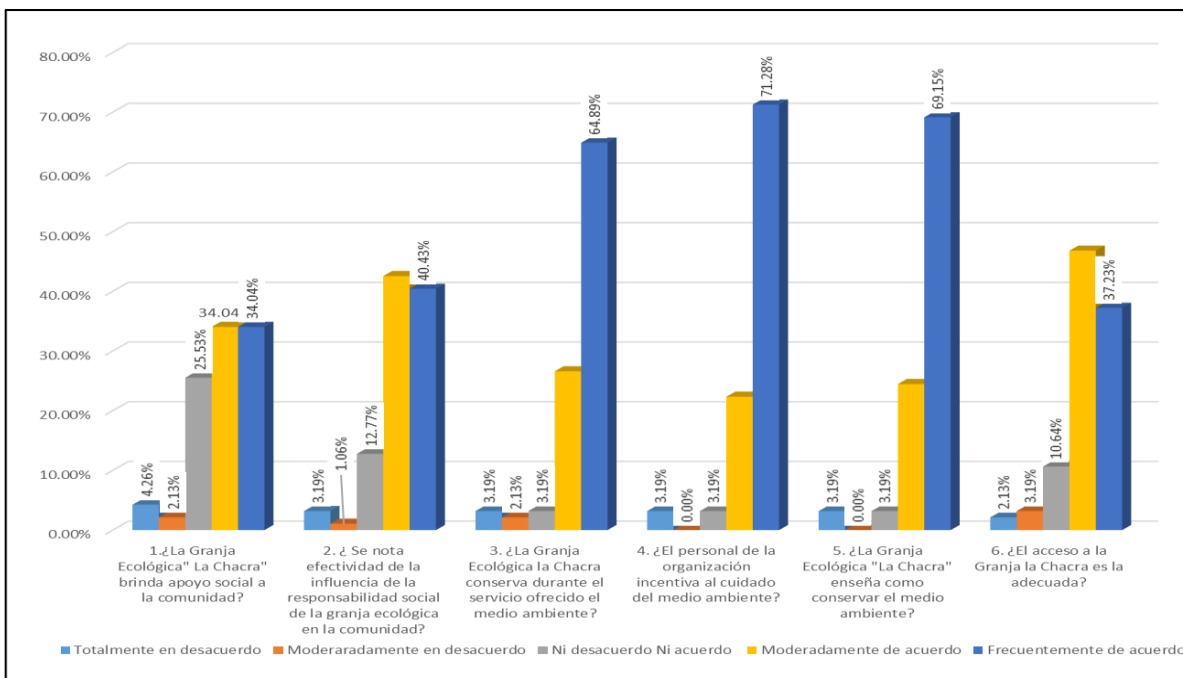
**Tabla 6.**

*Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Gastronomía sostenible*

Ítems	Totalmente									
	en desacuerdo		Moderadamente En desacuerdo		Ni desacuerdo Ni acuerdo		Moderadamente De acuerdo		Frecuentemente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.¿La Granja Ecológica brinda apoyo social a la comunidad?	4	4.26%	2	2.13%	24	25.53%	32	34.04%	32	34.04%
2.¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad?	3	3.19%	1	1.06%	12	12.77%	40	42.55%	38	40.43%
3.¿La Granja Ecológica conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?	3	3.19%	2	2.13%	3	3.19%	25	26.60%	61	64.89%
4. ¿El personal de la organización incentiva al cuidado del medio ambiente?	3	3.19%	0	0.00%	3	3.19%	21	22.34%	67	71.28%
5. ¿La Granja Ecológica enseña como conservar el medio ambiente?	3	3.19%	0	0.00%	3	3.19%	23	24.47%	65	69.15%
6. ¿El acceso a la Granja es la adecuada?	2	2.13%	3	3.19%	10	10.64%	44	46.81%	35	37.23%

**Figura 1.**

*Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Gastronomía sostenible*



**Interpretación:**

Ejecutadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta subcategoría se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 1: ¿La granja ecológica brinda apoyo social a la comunidad?, un importante 34.04% indican que, si se existe un trabajo social en la comunidad de Lurín, pero también un 34.04% señalan que no es notorio el trabajo social que brindan, es decir que la comunidad si se beneficia por la llegada de los turistas. La pregunta 2: ¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad? Se manifestó un importante 42.55 % moderadamente de acuerdo, 40.45% frecuentemente de acuerdo; vale decir que el turismo si lleva beneficio a la comunidad por medio del apoyo de las empresas a la comunidad. Con respecto a la pregunta 3: ¿La granja ecológica conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?; un considerable 64.89% indican que la granja si conserva el medio ambiente durante el tour guiado; y un 2.13% indican que no se realiza una buena conservación del medio ambiente, es importante trabajar en mejorar el servicio y brindar información sobre la conservación de

la naturaleza. La pregunta 4: ¿El personal de la organización incentiva al cuidado del medio ambiente?; un porcentaje de 71.28% indicó que el personal de la granja si animan al turista a cuidar el medio ambiente. Con relación a la pregunta 5: ¿La granja ecológica enseña como conservar el medio ambiente?; el 69.15% manifiestan que la granja si enseña a conservar el medio ambiente y se realiza a través de los tours guiados. Finalmente, en relación a la pregunta 6: ¿El acceso a la Granja la Chacra es la adecuada?, el 46.81% de los encuestados declaran que el acceso a la granja ecológica está en óptimas condiciones.

La gastronomía sostenible es sinónimo de una cocina que tiene en cuenta el origen de los ingredientes, cómo se cultivan y cómo llegan a nuestros mercados y finalmente a nuestros platos (ONU, 2020).

#### 4.1.2 Niveles de la subcategoría de Planta turística

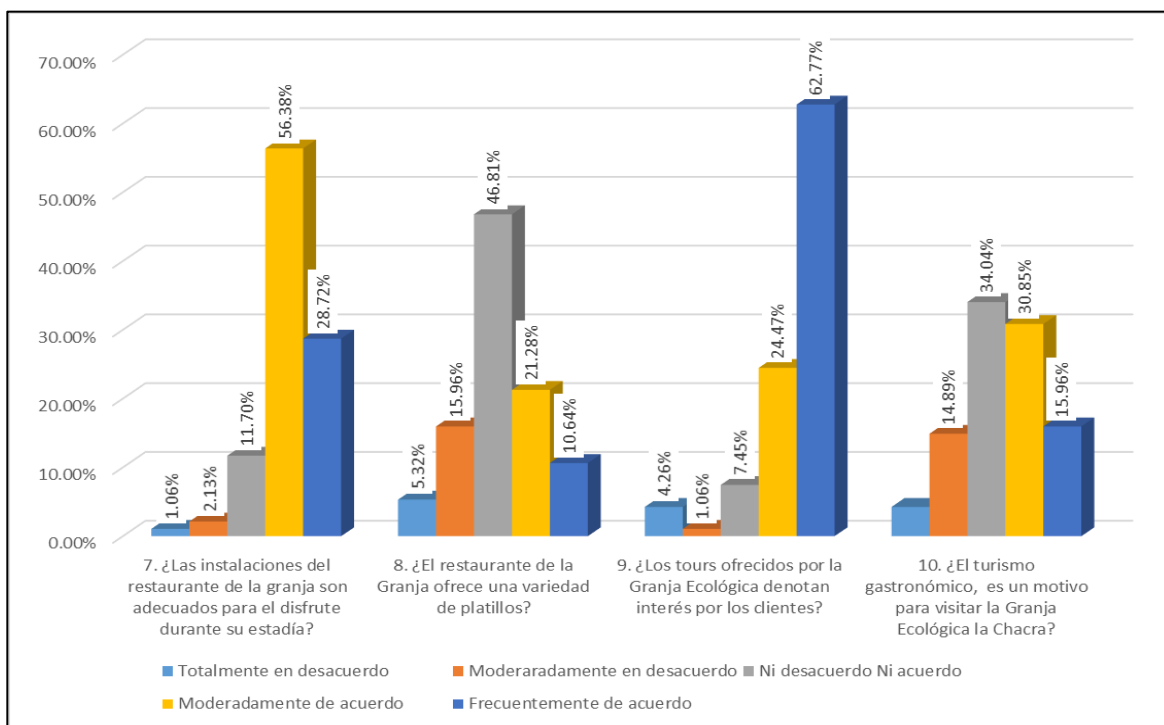
**Tabla 7.**

*Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Planta turística*

Ítems	Totalmente en desacuerdo		Moderadamente En desacuerdo		Ni desacuerdo Ni acuerdo		Moderadamente De acuerdo		Frecuentemente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	7. ¿Las instalaciones del restaurante de la granja son adecuadas para el disfrute durante su estadía?	1	1.06%	2	2.13%	11	11.70%	53	56.38%	27
8. ¿El restaurante de la Granja ofrece variedad de platillos?	5	5.32%	15	15.96%	44	46.81%	20	21.28%	10	10.64%
9. ¿Los tours ofrecidos por la Granja Ecológica denotan interés por los clientes?	4	4.26%	1	1.06%	7	7.45%	23	24.47%	59	62.77%
10. ¿El turismo gastronómico, es un motivo para visitar la Granja Ecológica la Chacra?	4	4.26%	14	14.89%	32	34.04%	29	30.85%	15	15.96%

**Figura 2.**

*Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Planta turística*



**Interpretación:**

Con relación a la subcategoría Planta turística los encuestados respondieron de la siguiente manera. Con afinidad a la pregunta 7: ¿Las instalaciones del restaurante de la granja son adecuadas para el disfrute durante su estadía?, un importante 56.38% revelan que, si las instalaciones son adecuadas, es decir que los clientes disfrutaran durante su estadía. La pregunta 8: ¿El restaurante de la granja ofrece variedad de platillos?; un alto porcentaje de 46.81% ni desacuerdo ni acuerdo y el 21.28% moderadamente de acuerdo, es decir que el restaurante tiene que mejorar su carta, brindando más variedad de platillos para que el turista tenga una buena experiencia gastronómica. Con respecto a la pregunta 9: ¿Los tours ofrecidos por la granja ecológica denotan interés por los clientes?; un 62% indican que están frecuentemente de acuerdo; los servicios ofrecidos por medio de tours si es de interés de los clientes. Finalmente, en relación a la pregunta 10: ¿El turismo gastronómico, es un motivo para visitar la granja ecológica?, el 34% de los encuestados revelan no están ni de acuerdo ni

en desacuerdo, se puede interpretar que el turismo gastronómico no es un motivo para visitar la granja, un 30.85% están moderadamente de acuerdo con la gastronomía del lugar y es de suma importancia mejorar este punto para ser un referente para los turistas al momento de elegir el lugar.

La planta turística está integrada por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones, el equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos. El segundo componente de la planta turística está constituido por las instalaciones (Boullón, 2006).

#### 4.1.3 Niveles de la Subcategoría Satisfacción del cliente

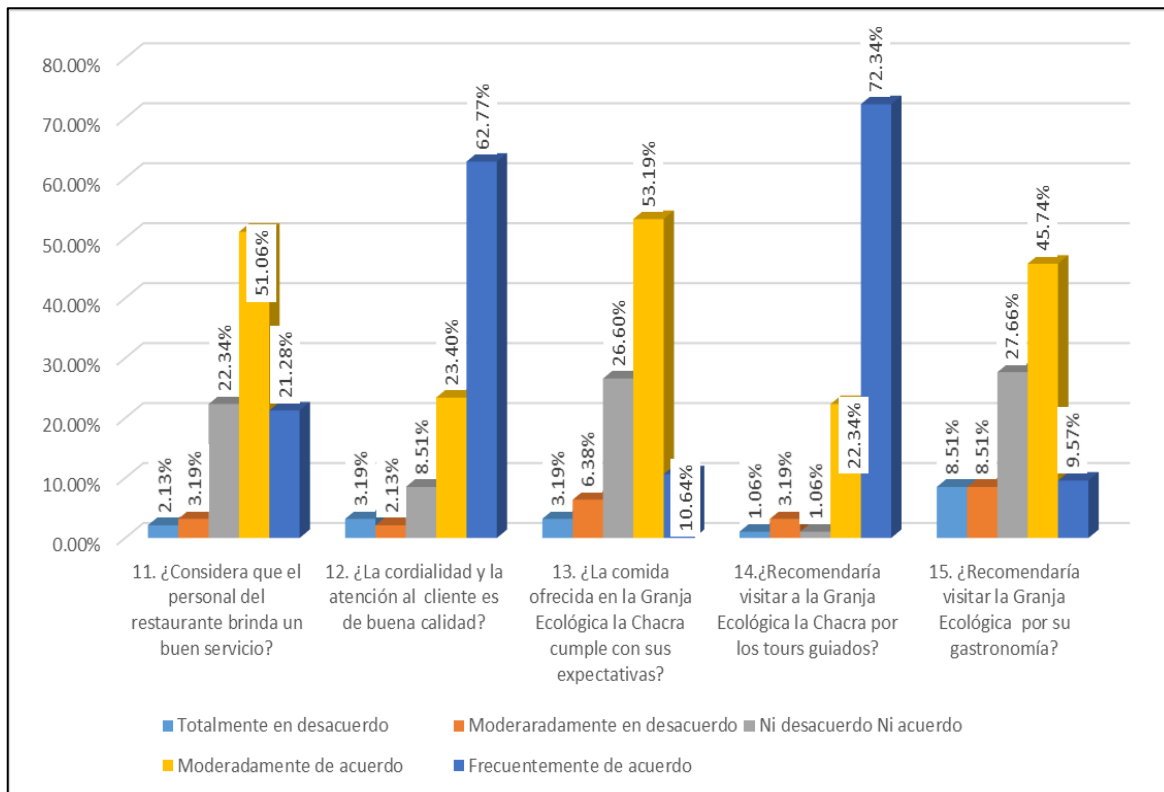
**Tabla 8.**

*Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Satisfacción del cliente*

Ítems	Totalmente en desacuerdo		Moderadamente En desacuerdo		Ni desacuerdo Ni acuerdo		Moderadamente De acuerdo		Frecuentemente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
11. ¿Considera que el personal del restaurante brinda buen servicio?	2	2.13%	3	3.19%	21	22.34%	48	51.06%	20	21.28%
12. ¿La cordialidad y la atención al cliente son de buena calidad?	3	3.19%	2	2.13%	8	8.51%	22	23.40%	59	62.77%
13. ¿La comida ofrecida en la Granja Ecológica la Chacra cumple con sus expectativas?	3	3.19%	6	6.38%	25	26.60%	50	53.19%	10	10.64%
14. ¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica La Chacra por los tours guiados?	1	1.06%	3	3.19%	1	1.06%	21	22.34%	68	72.34%
15. ¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica por su gastronomía?	8	8.51%	8	8.51%	26	27.66%	43	45.74%	9	9.57%

**Figura 3.**

*Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Satisfacción del cliente.*



**Interpretación:**

Con respecto a la subcategoría satisfacción del cliente se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 11: ¿Considera que el personal del restaurante brinda un buen servicio?, un significativo 51.06 % indican que el servicio recibido de parte del personal es bueno, por otro lado, un 22.34% señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo y es necesario mejorar la atención al cliente. La pregunta 12: ¿La cordialidad y la atención al cliente es de buena calidad? Se mostró un importante 62.77 % que están frecuentemente de acuerdo y muestra que los turistas si se encuentran satisfechos con la atención por parte del personal de la granja. Teniendo en cuenta a la pregunta 13: ¿La comida ofrecida en la Granja Ecológica la Chacra cumple con sus expectativas?; un imponente 53.19% contestaron están moderadamente de acuerdo, pero un 26.60% no están ni desacuerdo ni acuerdo, vale decir que el restaurante tiene que mejorar en los platillos para cumplir con las expectativas de los

visitantes. La pregunta 14: ¿Recomendaría visitar la granja ecológica por los tours guiados?; un alto porcentaje del 72.34% contestaron que sí recomendaría visitar la chacra por sus tours guiados. En último lugar, en relación a la pregunta 15 ¿Recomendaría visitar la granja ecológica por su gastronomía?, el 45.74% de los encuestados afirman que recomendarían la granja por su gastronomía, pero también el 27.66% no están ni en desacuerdo ni acuerdo, por tal motivo la granja tiene que innovar en sus platillos para presentar a los turistas y tener mejor acogida.

La satisfacción del Cliente es la clave para una mejora continua ya que facilita la identificación de áreas críticas en las que intervenir con prioridad, es una herramienta de gestión que puede ser un poderoso estímulo de aceleración y orientación para cambiar los aspectos organizativos, culturales y técnicos (Bruni, 2017).



#### 4.1.4 Nivel de Pareto categoría Turismo gastronómico

**Tabla 9.**

*Pareto de la categoría Turismo gastronómico*

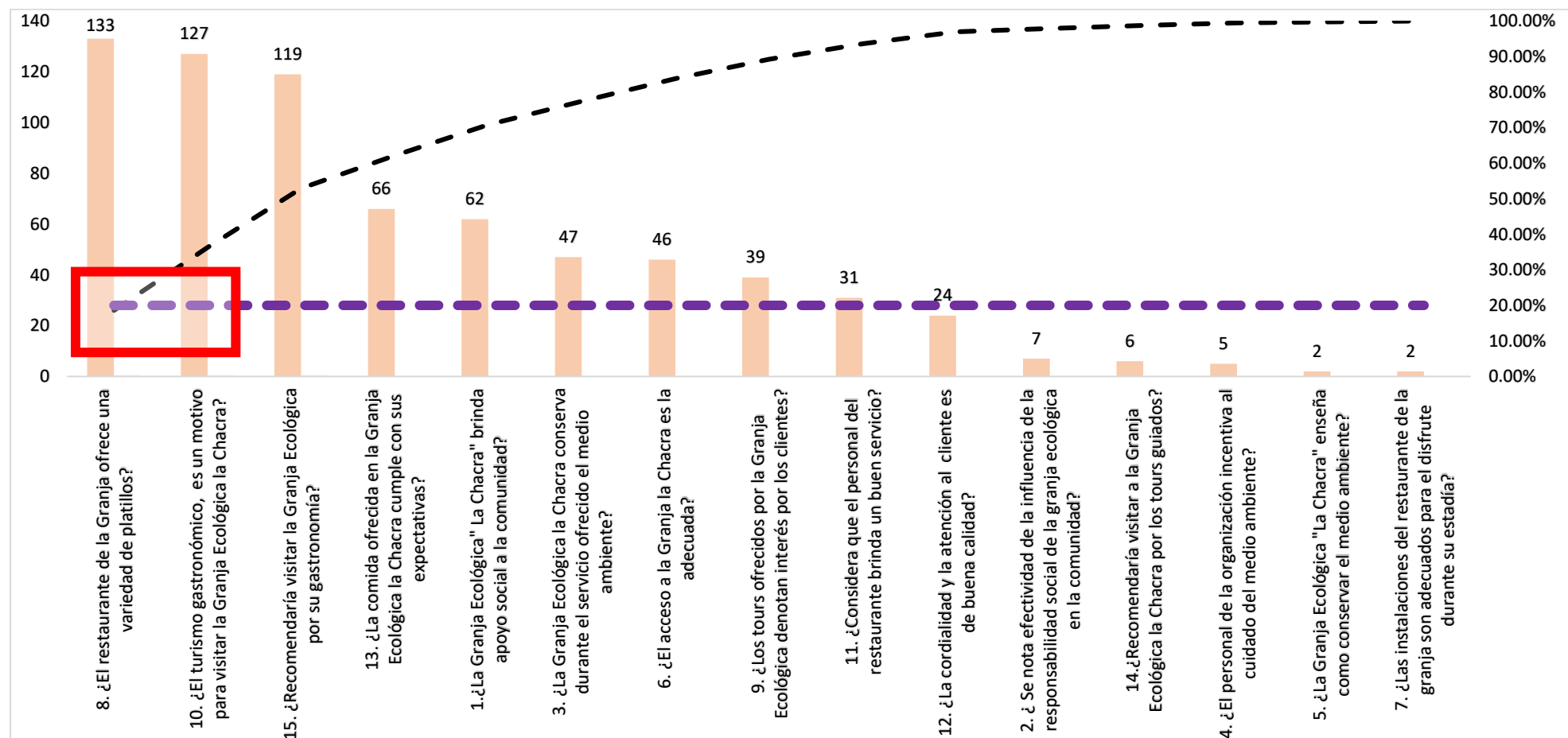
Ítems	Puntaje	%	Acumulativo	20.00%
8. ¿El restaurante de la Granja ofrece variedad de platillos?	20	18.52%	18.52%	20%
10. ¿El turismo gastronómico, es un motivo para visitar la Granja Ecológica la Chacra?	18	16.67%	35.19%	20%
15. ¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica por su gastronomía?	16	14.81%	50.00%	20%
13. ¿La comida ofrecida en la Granja Ecológica la Chacra cumple con sus expectativas?	9	8.33%	58.33%	20%
1. ¿La Granja Ecológica "La Chacra" brinda apoyo social a la comunidad?	6	5.56%	63.89%	20%
3. ¿La Granja Ecológica la Chacra conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?	5	4.63%	68.52%	20%
6. ¿El acceso a la Granja la Chacra es la adecuada?	5	4.63%	73.15%	20%
9. ¿Los tours ofrecidos por la Granja Ecológica denotan interés por los clientes?	5	4.63%	77.78%	20%
11. ¿Considera que el personal del restaurante brinda buen servicio?	5	4.63%	82.41%	20%
12. ¿La cordialidad y la atención al cliente son de buena calidad?	5	4.63%	87.04%	20%
2. ¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad?	4	3.70%	90.74%	20%
14. ¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica la Chacra por los tours guiados?	4	3.70%	94.44%	20%
4. ¿El personal de la organización incentiva al cuidado del medio ambiente?	3	2.78%	97.22%	20%
5. ¿La Granja Ecológica "La Chacra" enseña como conservar el medio ambiente?	3	2.78%	100.00%	20%
7. ¿Las instalaciones del restaurante de la granja son adecuadas para el disfrute durante su estadía?	0	0.00%	100.00%	20%

**Interpretación:**

Con respecto a las preguntas críticas de la encuesta, se considera la pregunta 8: ¿El restaurante de la Granja ofrece variedad de platillos? Determinándose según el análisis de Pareto un 18.52% de punto crítico en base al 20%; comprobándose que el restaurante de la Granja Ecológica la Chacra no ofrece una variedad de platillos a los turistas, mostrando que es necesario implementar una nueva carta de menú. La otra pregunta crítica con 35.19% es la pregunta 10. ¿El turismo gastronómico, es un motivo para visitar la granja ecológica?; refiriéndose que el turismo gastronómico no es un referente al momento de elegir para visitar la granja y es importante trabajar para impulsar la gastronomía de la localidad de Lurín y tener posicionamiento.

Figura 4.

Pareto de la categoría Turismo gastronómico



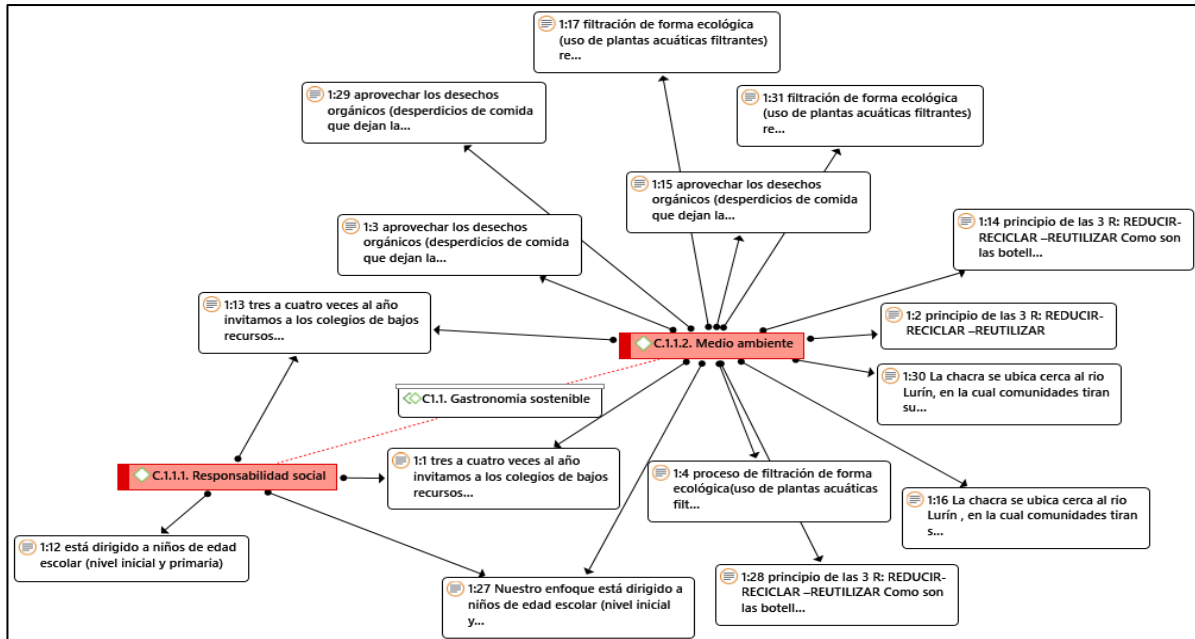
## 4.2 Descripción de resultados cualitativos

### 4.2.1 Análisis de la subcategoría Gastronomía sostenible

Figura 5.

Análisis cualitativo de la subcategoría Gastronomía sostenible

Fuente: Elaboración Propia.



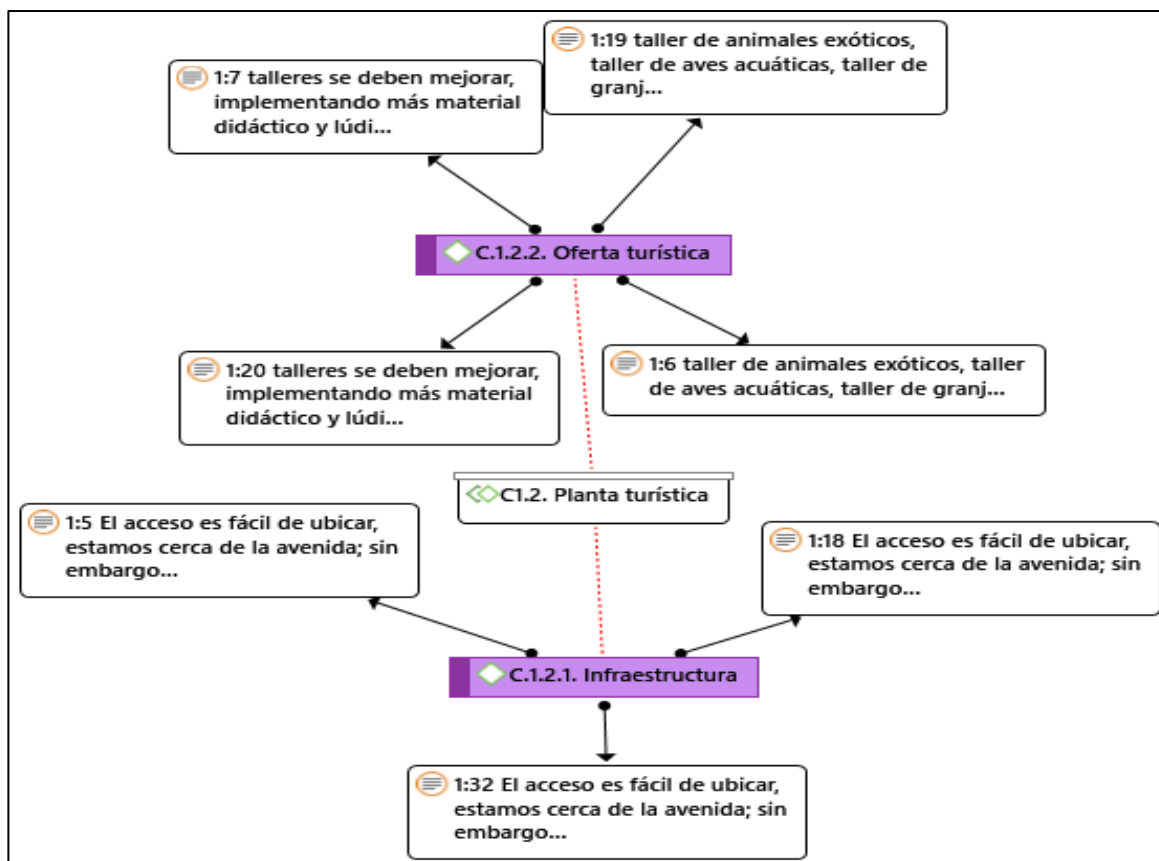
La gastronomía sostenible se respalda en indicadores como son la responsabilidad social y el medio ambiente. Con respecto a la responsabilidad social que brindan a la comunidad va dirigido a niños de nivel inicial y primario, 3 o 4 veces al año invitan a diferentes colegios especialmente los de bajos recursos visitar la Granja y brindan charlas informativas como conservar y cuidar el medio ambiente. Con relación al indicador de medio ambiente, la empresa practica los principios de las 3 R como son: Reducir, Reciclar y Reutilizar, por otro lado, usan los desechos orgánicos de las familias para realizar abonos naturales como humus y compost. La Granja está ubicada al costado del río Lurín y las comunidades botan basura generando impacto negativo en el medio ambiente, la granja realiza un proceso para tratar el agua por medio de la filtración usando plantas acuáticas filtrantes y el agua servida es usada en los sembríos y cultivos hidropónicos, productos como apio, lechuga, espinaca y rabanito.

## 4.2.2 Análisis de la subcategoría Planta turística

Figura 6.

Análisis de la subcategoría Planta turística

Fuente: Elaboración Propia.

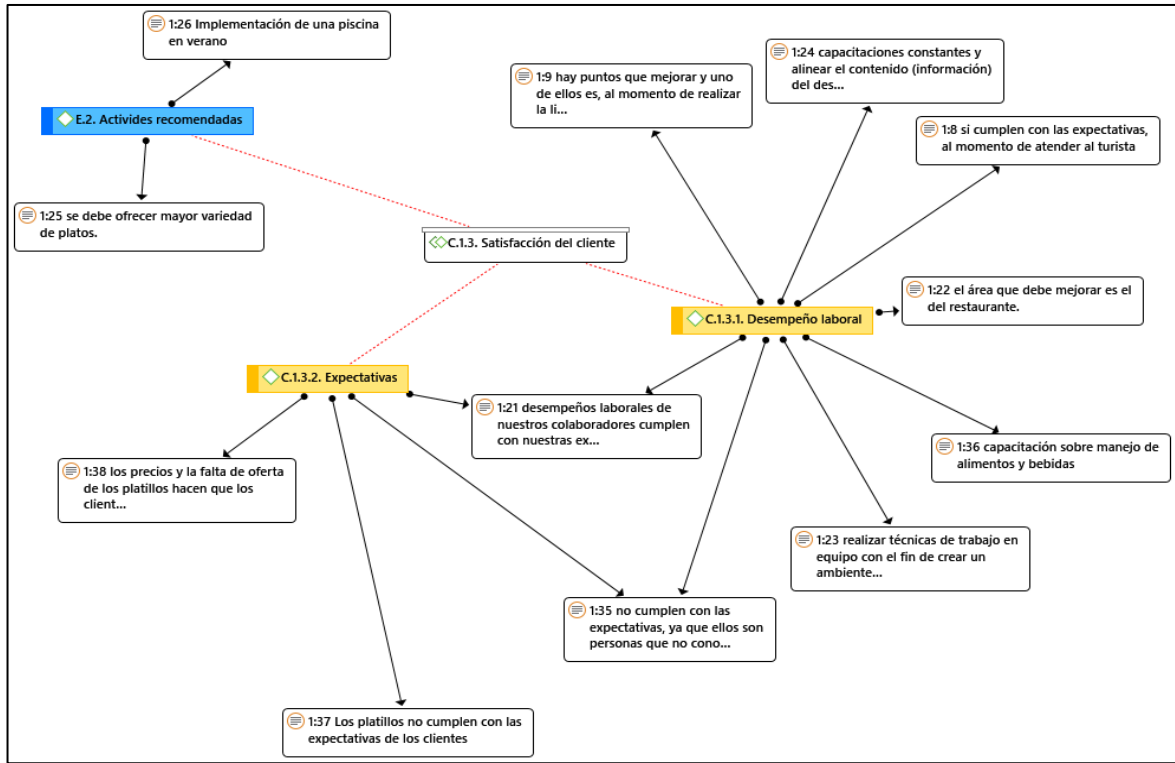


El análisis de la Planta turística se sostiene de los indicadores: infraestructura y planta turística. Con afinidad a la infraestructura, los entrevistados manifiestan que el acceso a la Chacra es fácil de llegar y están ubicados cerca de la avenida principal de la Panamericana Sur, sin embargo, es necesario poner señalización como: carteles o letreros que indiquen que dirección seguir. En cuanto a la oferta turística, cuentan con una variedad de talleres, los cuales son ofrecidos como tours guiados a las familias visitantes, los talleres ofrecidos son: de animales exóticos, aves acuáticas, granja; peces, anfibios y reptiles; huerta; panadería y pintado de macetas. Sin embargo, creen que estos talleres se deben mejorar implementando más material didáctico y lúdico.

### 4.2.3 Análisis de la subcategoría Satisfacción del cliente

Figura 7.

Análisis de la subcategoría Satisfacción del cliente.

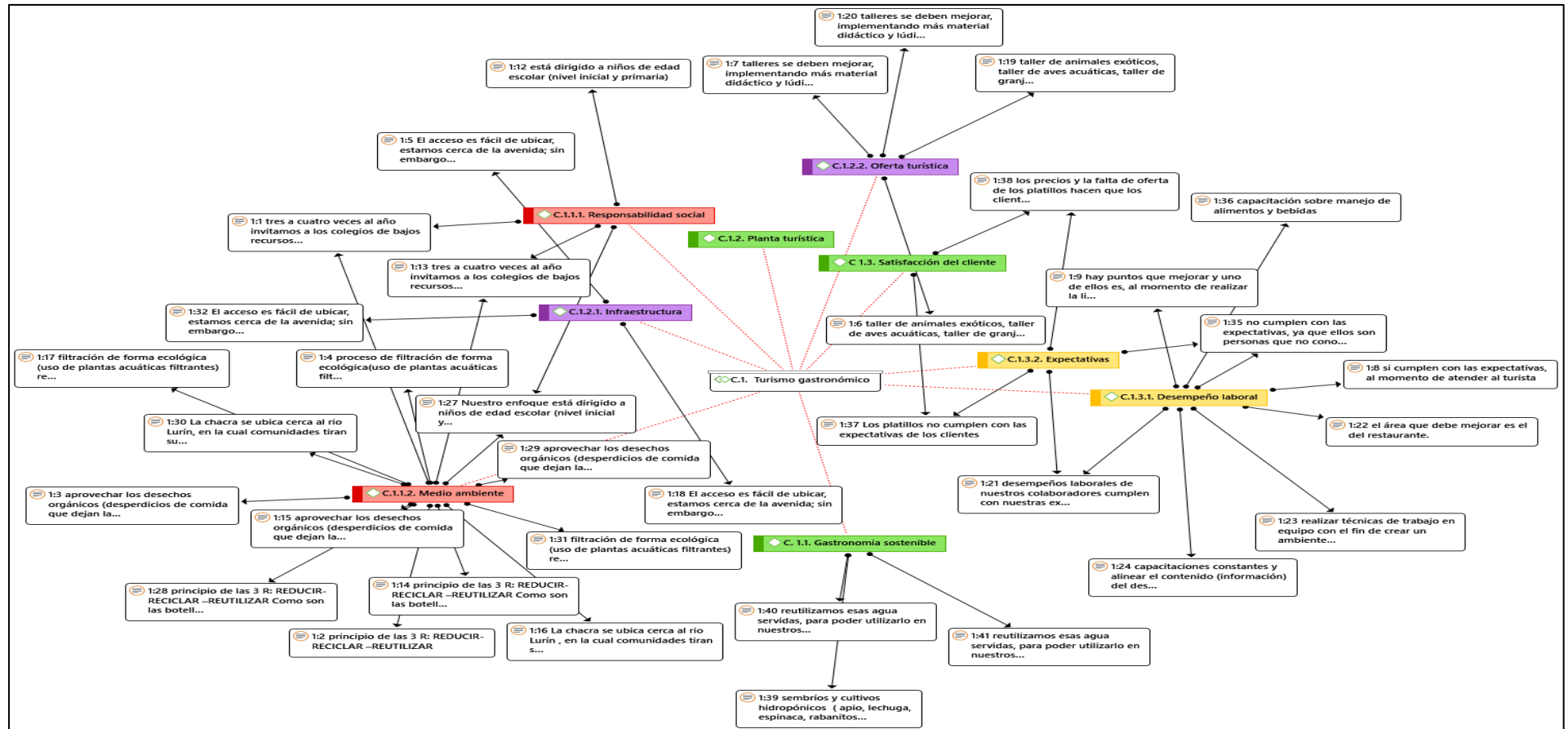


Fuente: Elaboración Propia.

El estudio de la subcategoría satisfacción del cliente, se respalda en indicadores como el desempeño laboral y las expectativas. De acuerdo con el desempeño laboral el personal de los tours guiados si tienen buen desenvolvimiento en sus puestos de labores, pero en el área de restaurante los colaboradores no tienen buen desempeño laboral y no están preparados en el manejo de alimentos y bebidas o atención al cliente, es necesario que ellos tengan capacitaciones sobre el tema, en general todo el personal necesita mejorar en algunos puntos, especialmente en la organización y cuidados de los productos de limpieza etc. En cuanto al indicador de expectativas, los platillos que ofrece el restaurante no cumplen con las expectativas de los clientes y esto es porque no cuenta con una carta variada, los precios y falta de ofertas o promociones, por tal motivo muchos de ellos, hacen pedidos delivery o llevan sus propios alimentos, teniendo en cuenta estos puntos el área de restaurante necesita reinventarse o innovar sus productos

**Figura 8.**

**Análisis mixto de la categoría turismo comunitario**



Fuente: Elaboración Propia.

### 4.3 Diagnóstico

El análisis mixto de la categoría Turismo gastronómico muestra el contexto de las respuestas que brindaron los clientes que visitaron la Granja Ecológica la Chacra, así como los tres entrevistados y se aprecia que la categoría turismo gastronómico se correlaciona con la subcategoría Gastronomía sostenible, según La Organización de las Naciones Unidas (2020) esto es sinónimo de una cocina que tiene en cuenta el origen de los ingredientes, cómo se cultivan y cómo llegan a nuestros mercados y, finalmente, a nuestros platos. Se observa que en la Granja ecología La Chacra en Lurín, refleja que, si es posible brindar un servicio gastronómico, practicando la sostenibilidad. En la triangulación cuantitativo y cualitativo de los datos es importante diagnosticar que un 25.53% señalan que no están ni desacuerdo ni acuerdo con respecto al trabajo social que brindan la Granja hacia la comunidad, por otro lado, un 2.13% indican que no hay una buena conservación del medio ambiente al momento de realizar los tours guiados, si bien es cierto la granja como organización incentiva al cuidado y la conservación del medio ambiente, un 3.19% no están ni desacuerdo ni acuerdo, y otro punto a tomar en cuenta es el acceso a la Granja, como se muestra en la figura 1 hay un alto porcentaje que están modernamente de acuerdo, sin embargo, un 10.64% opinaron que necesitan mejoras.

En relación a la subcategoría Planta turística, la cual está integrada por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones, donde el equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básico, El segundo componente lo constituyen las instalaciones (Boullón, 2006). Los entrevistados mencionan que, sí cuentan con una buena oferta turística para ofrecer a los visitantes, en relación a los tours guiados hay puntos que mejorar, sin embargo, es necesario implementar una nueva carta de menú e innovar en la presentación de los platillos. En este enunciado también se hace evidente en la figura 2, que el 56.38% de los encuestados están moderadamente de acuerdo con las instalaciones que ofrece la granja, un punto muy importante a tomar en cuenta es que el 46.81% respondieron que no están ni en desacuerdo ni acuerdo sobre la variedad de platillos que ofrece el restaurante, también es de suma importancia considerar que el turismo gastronómico no es motivo para visitar la granja, reflejándose con un 34.04% de las respuestas de los encuestados y es un aspecto que se debe trabajar y mejorar.

Por último, se presenta la subcategoría satisfacción del cliente, que según Bruni (2017) es la clave para un progreso continuo y que facilita la identificación de áreas críticas



en las que interponerse con prioridad es un instrumento de gestión que puede ser un poderoso estímulo de aceleración y orientación para cambiar los aspectos organizativos, culturales y técnicos. Los entrevistados tales como el Gerente General y la Coordinadora demostraron que están de acuerdo con el desempeño laboral de sus trabajadores y cumplen con las expectativas de los clientes, sin embargo; el encargado del área del restaurante, mencionó que sus colaboradores no tienen un buen desempeño. Los resultados de la figura 3 exponen que el 72.34% si recomendarían visitar la Granja por sus tours guiados, pero cuando se preguntó si recomendarían visitar la Granja por su gastronomía un 27.66% manifestó que no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, mostrando una desventaja para la Granja. Por otro lado, los encuestados opinaron que, la comida ofrecida en la granja no cumple con sus expectativas siendo un 26.60%, un punto a considerar es el servicio brindado por el personal del restaurante y un 22.34% no están ni en desacuerdo ni de acuerdo.

#### **4.4 Identificación de los factores de mayor relevancia**

Pareto se usa comúnmente en la administración, economía y negocios para mejorar la productividad y tomar mejores elecciones, pero también es usado en la informática y actividad humana (Dunford, Su, & Tamang, 2014). Con el diagrama de Pareto se logró determinar las irregularidades que existen en la Granja Ecológica, además se identificaron sus puntos de mejora y con ello hacer un plan de acción para la mejora de la empresa. Los problemas críticos que se alcanzó a identificar en la Granja Ecológica fue que el restaurante no ofrece una variedad de platillos siendo el porcentaje de 18.52% sobre 20%, seguidamente se identificó que el turismo gastronómico no es un motivo para visitar la Granja con un porcentaje de 35.19% sobre 20%.

#### **4.5 Propuesta**

Implementación de plataformas digitales para el desarrollo del turismo gastronómico de una granja ecológica en Lurín, 2021.

##### **4.5.1 Priorización de los problemas**

Los primordiales problemas considerados para el diseño de la propuesta son los siguientes:

Falta de variedad de platillos en la carta de menú.

Falta de preparación del personal sobre el cuidado del medio ambiente.

El desempeño laboral de los trabajadores del restaurante no cumple con las expectativas.

#### **4.5.2 Consolidación del problema**

El restaurante de la granja ecológica no cuenta con un menú variado, por tal motivo el desarrollo de la gastronomía turística es deficiente. De acuerdo con los resultados de la investigación se evidenció que el restaurante ubicado en Lurín cuenta con potencial turístico gastronómico, pero solo se enfocan en la presentación de tres platillos que son Nuggets, Pollo al Cilindro y Chanco Ahumado.

De igual forma, se presenta la baja preparación del personal que dan los tours guiados con relación al cuidado del medio ambiente y no incentivan a la familia a realizar o practicar acciones sostenibles que puedan proteger el medio ambiente donde viven.

Por último, se observa que el desempeño laboral de los trabajadores del restaurante no cumple con las expectativas, esto es debido a que el personal que labora ahí no tiene preparación adecuada sobre el rubro de A & B y atención al cliente.

#### **4.5.3 Categoría solución (conceptualización)**

Se hace referencia a la teoría general de sistemas porque se refiere a los conocimientos tecnológicos de información, y la evolución de la tecnología (Flórez & Thomas, 1993). Esta teoría se relaciona con el trabajo de estudio y permite conocer las nuevas tecnologías y su aplicación con el fin de mejorar la experiencia de los visitantes en el restaurante.

Por otro lado, se vincula a la teoría del desarrollo sostenible, con la implementación de actividades sostenibles dentro de la granja ecológica en Lurín se puede generar un impacto positivo a favor del medio ambiente, mejorar la economía de la localidad y la preservación, de esa manera se satisface las necesidades de los visitantes actuales sin comprometer a las generaciones futuras (Bermejo, 2014), es importante que los visitantes tengan conocimiento sobre la sostenibilidad y cómo estas acciones ayudan positivamente al cuidado del medio ambiente en la economía y estilo de vida.

Es necesario mencionar la teoría de Maslow, que hace referencia a las motivaciones, necesidades de las personas, en este caso hace referencia a los trabajadores del restaurante, es importante porque ayuda a comprender al comportamiento del ser humano y están motivadas por cinco tipos de necesidades: fisiológicas, seguridad, orden, sociales y autorrealización (Araya & Pedreros, 2013). El recurso humano es importante dentro de una empresa y es importante tomar en cuenta sus necesidades para un buen desempeño laboral.

Para lograr que el cliente visite la granja ecológica por la gastronomía y para incentivar el cuidado del medio ambiente se implementan el uso de herramientas digitales y

productos innovadores y están compuestas de la elaboración de una carta de menú con código QR, capacitaciones, realidad virtual, y talleres.

#### **4.5.4 Objetivo general y específicos de la propuesta**

Para la indagación realizada por medio del análisis del cuadro de Pareto y el programa de Atlas ti 9, se ha planteado el objetivo general que es mejorar la gestión empresarial dentro del restaurante y se formularon los siguientes objetivos específicos: Implementar nueva carta de menú con código QR y nuevos productos; además, talleres interactivos sobre cuidado de medio ambiente con ideas innovadoras para mentalizar a los turistas sobre la importancia de practicar la sostenibilidad y preparar al personal del restaurante para brindar un servicio de calidad y cumplir con las expectativas del cliente.

#### **4.5.5 Impacto de la propuesta**

Mejorar el turismo gastronómico en el restaurante de la granja ecológica en Lurín a través del uso de las plataformas tecnológicas.

#### 4.5.6 Direccionalidad de la propuesta

##### Cuadro 1.

*Matriz de direccionalidad de la propuesta*

Objetivos específicos de la propuesta	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Presupuesto de la implementación	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 1. Implementar nuevas propuestas para la carta de menú.	Alternativa 1. Creación de nueva carta con código QR	A1 Elaboración de una nueva carta de menú con nuevos platillos con Código QR	5/01/2022	15	20/01/2022	a. Chef b. Coordinador c. Especialista en plataforma digitales	S/. 670	KPI 1. Carta de menú / código QR diseñados.	Evidencia 1. Diseño del menú con código QR
		A2 Elaboración de una plataforma virtual.	20/01/2022	15	4/02/2022	a. Especialista en plataformas digitales	S/. 100	KPI 2. Plataforma diseñada/ventas	Evidencia 2. Boceto de la plataforma diseñada
		A3 Tour gastronómico y promociones, a través de la realidad virtual	4/02/2022	15	19/02/2022	a. Encargado de restaurante b. Especialista digital	S/. 2,750	KPI 3. Tour / promociones diseñadas.	Evidencia 3. Boceto de tour y promociones diseñadas.

**Elaboración: Fuente propia**

**Cuadro 2.**

*Matriz de direccionalidad de la propuesta*

<b>Objetivos específicos de la propuesta</b>	<b>Alternativa de solución</b>	<b>Actividades</b>	<b>Inicio</b>	<b>Días</b>	<b>Fin</b>	<b>Responsable/s</b>	<b>Presupuesto de la implementación</b>	<b>KPI</b>	<b>Evidencia o Entregables</b>
Objetivo 2. Implementar políticas del cuidado del medio ambiente	Alternativa 2. Implementación de productos sostenibles.	A1 Talleres interactivos sobre cuidado del medio ambiente	19/02/2022	5	24/02/2022	a. Coordinadora b. Guías	S/. 350	KPI 4. Fotos del taller/clientes  KPI 5. Bicicleta generadora de energía diseñada/clientes	Evidencia 4. Flyer de taller, fotos
		A2 Actividades eco amigables: Bicicleta generadora de energía.	24/02/2022	5	1/03/2022	a. Guías b. Coordinadoras	S/. 897	KPI 6. Premios del concurso diseñados/familias participantes	Evidencia 5. Diseño de la bicicleta generadora de energía.
		A3 Concursos	1/03/2022	5	6/03/2022	a. Guías b. Coordinadoras	S/. 170		Evidencia 6. Flyer de concurso, Foto de los premios.

**Elaboración: Fuente propia**

**Cuadro 3.**

*Matriz de direccionalidad de la propuesta*

<b>Objetivos específicos de la propuesta</b>	<b>Alternativa de solución</b>	<b>Actividades</b>	<b>Inicio</b>	<b>Días</b>	<b>Fin</b>	<b>Responsable/s</b>	<b>Presupuesto de la implementación</b>	<b>KPI</b>	<b>Evidencia o Entregables</b>
Objetivo 3. Mejorar las competencias de los trabajadores para lograr un adecuado desempeño.	Alternativa 3. Programa de fortalecimiento y capacidades	A1 Capacitación de A&B	06/03/2022	6	12/03/2022	a. Especialista en A&B	S/. 250	KPI 7. Taller de capacitación diseñados/especialista	Evidencia 7. Flyer de capacitación
		A2 Reconocimiento al trabajador del mes	12/03/2022	5	17/03/2022	a. Gerente Restaurante	S/. 105	KPI 8. Reconocimiento diseñado/colaboradores	Evidencia 8. Foto del reconocimiento al mejor trabajador del mes.
		A3 Taller virtual sobre técnicas de atención al cliente.	17/03/2022	6	23/02/2022	a. Especialista en atención al cliente	S/. 250	KPI 9. Taller virtual diseñado/especialista	Evidencia 9. Flyer del taller.

**Elaboración: Fuente propia**

#### 4.5.7 Entregable 1

##### Actividad 1: Diseño del menú con Código QR.

La primera actividad a elaborar para cumplir con el objetivo número 1 de la tabla 4, es la elaboración de una nueva carta de menú con código QR con nuevos platillos, para que el cliente tenga más de 3 opciones cuando deseen consumir dentro del restaurante, una vez que el consumidor escanee el código obtiene la carta digitalmente en su celular y puede acceder a toda la información como variedad de platos, costo. El código QR estará disponible en las instalaciones del restaurante, página web y redes sociales como Facebook, facilitando al usuario hacer una reserva anticipadamente.

Al escanear el código QR el interesado puede ver la presentación de la carta decorada y los nuevos platillos implementados como entradas, plato de fondo, bebidas, postres, guarniciones y menú para niños, al finalizar encuentra la dirección de la granja ecológica (ver figura 9).

##### Figura 9.

*Evidencia de la propuesta de diseño del menú con código QR 1*



Figura 10.

**LA CHACRA**  
RESTAURANTE

**ENTRADAS**

Causa limeña.....	s/8.00
Papa a la huancaína.....	s/10.00
Rocoto relleno.....	s/15.00
Ensalada de verduras.....	s/12.00

**PLATO DE FONDO**

Arroz con pato.....	s/25.00
Carapulcra con sopa seca.....	s/30.00
Tallarín saltado criollo.....	s/25.00
Frejol con seco de cabrito.....	s/30.00
Pollo a la leña.....	s/24.50
Chancho ahumado.....	s/37.00

**BEBIDAS**

Infusiones(té, manzanilla, anís).....	s/3.00
Café.....	s/4.00
Agua mineral.....	s/2.50
Inca Kola/Coca Cola.....	s/3.50
Jarra de chicha morada.....	s/15.00
Vaso de chicha morada.....	s/4.00
Jarra de limonada.....	s/15.00
Vaso de limonada.....	s/4.00
Lata cerveza "Pilsen".....	s/7.50

**POSTRES**

Crema volteada.....	s/5.00
Torta de chocolate.....	s/7.00
Pudín de naranja.....	s/7.00
Queque de zanahoria.....	s/8.00

**GUARNICIONES**

Porción de arroz.....	s/8.00
Porción de papas fritas...s/	10.00
Porción de yuca frita.....s/	12.00

**MENÚ NIÑOS**

Nuggets.....	15.00
Macarrones.....	18.00
Puré de papas.....	16.00
Salchipapa.....	15.50

**LA CHACRA**  
RESTAURANTE

Calle Los Laureles Mz E-2 Lote 1 y 2  
Huertos de Villena - Lurin



## Actividad 2: Boceto de la plataforma diseñada

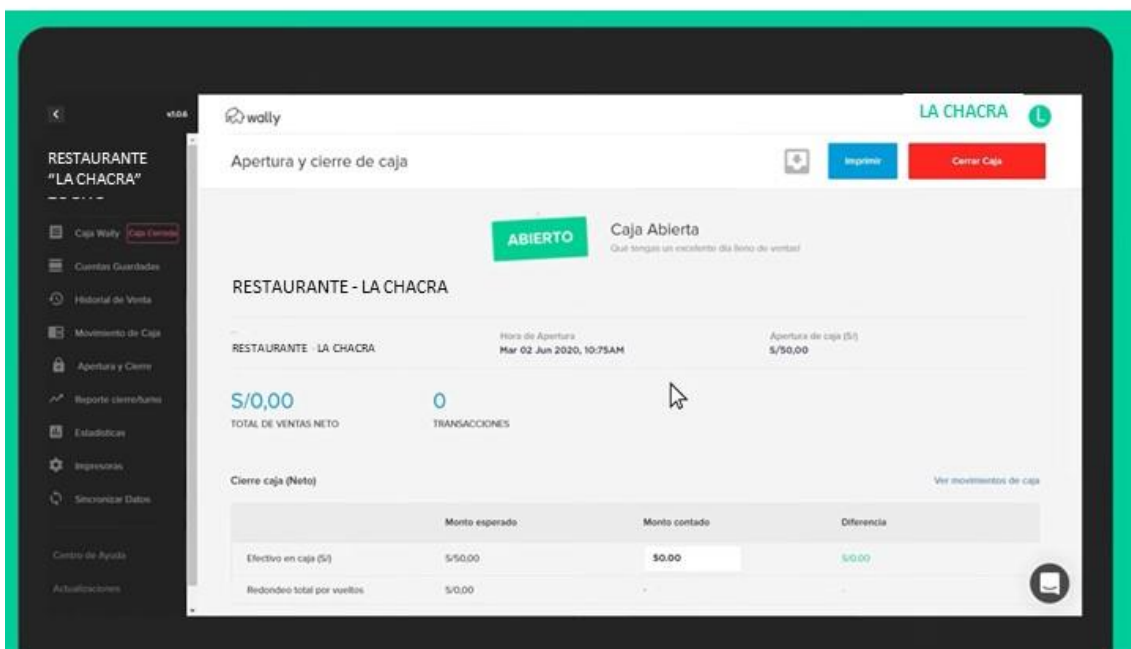
Como segunda actividad para el progreso del primer objetivo, se propone implementar una plataforma virtual que es un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) y el restaurante tiene control sobre sus compras, ventas y el análisis del negocio, además con esta plataforma se agilizan los pedidos de los clientes evitando que se formen colas al momento de reservar sus alimentos, actualmente los pedidos se hacen a mano usando comandas (ver figura 11).

En la figura 12 se puede observar que el restaurante realiza sus pedidos a través de esta plataforma, optimizando los pedidos y teniendo una buena coordinación con el área de cocina. En la figura 13 se en la plataforma que el restaurante puede llevar un conteo sobre sus ventas, indicando el monto pagado con efectivo o algún tipo de tarjeta o si hay una nota de crédito. Por otro lado, permite tener un resumen de venta diario (ver figura 14).

### Figura 11.

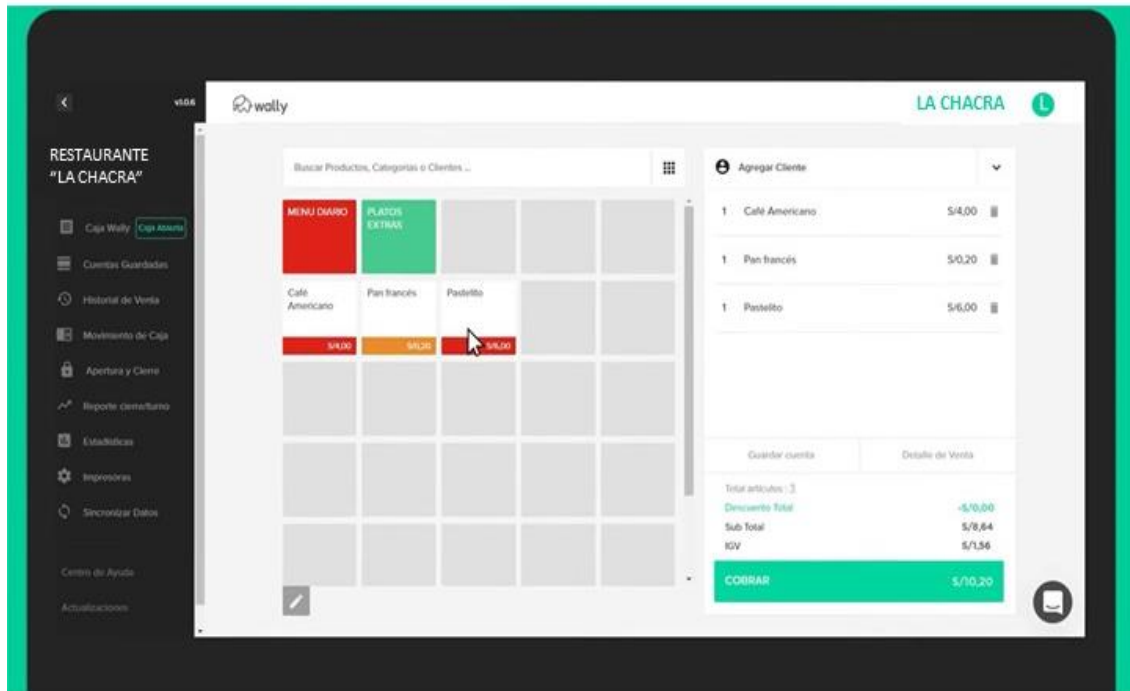
*Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 1*

# PLATAFORMA “PUNTO DE VENTA”



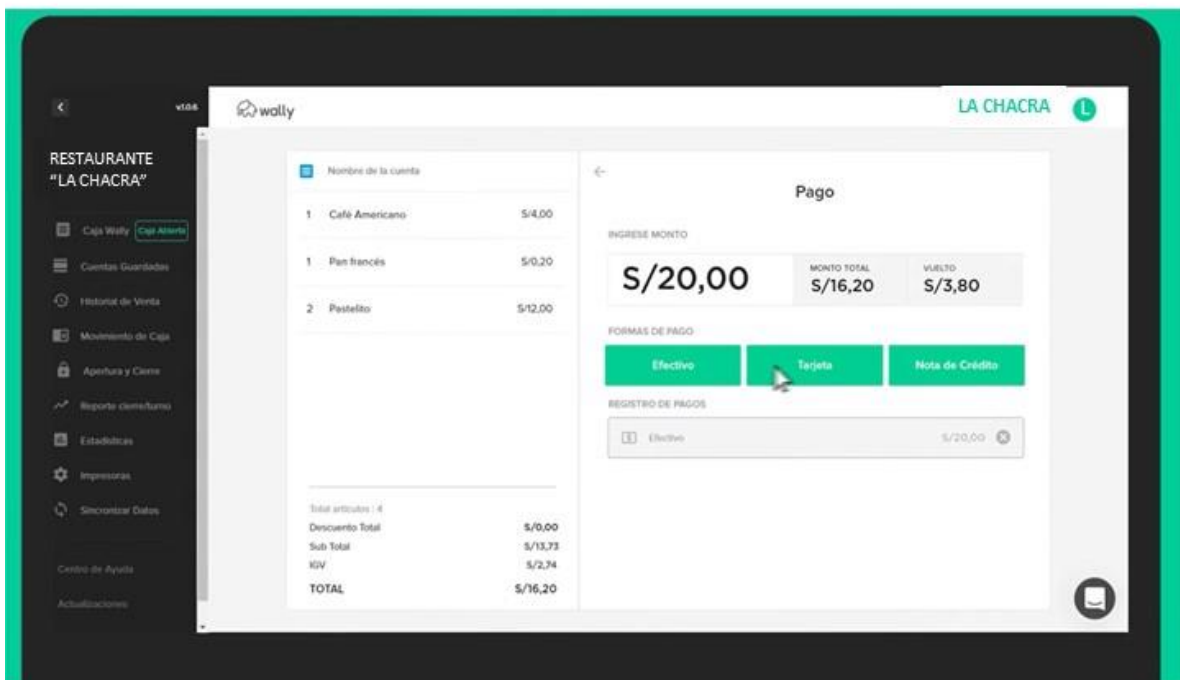
**Figura 12.**

*Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 2*



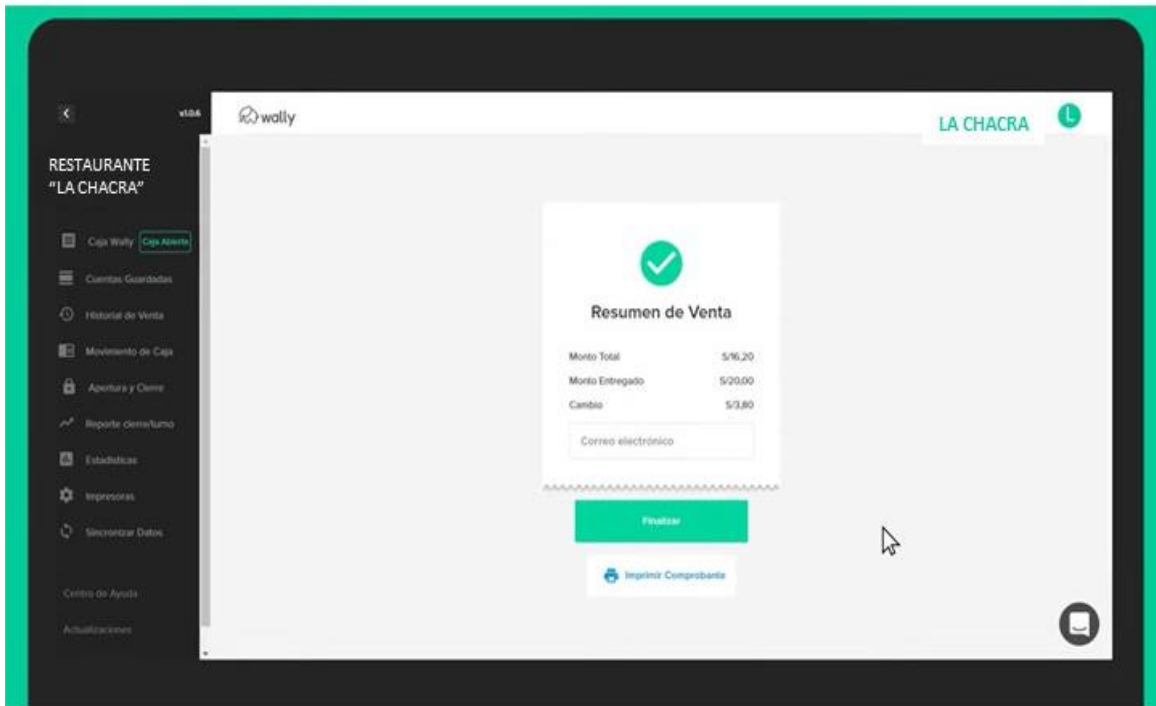
**Figura 13.**

*Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 3*



**Figura 14.**

*Evidencia de la propuesta de la plataforma diseñada 4*



### **Actividad 3: Boceto de tour en realidad virtual y promociones diseñadas**

Como tercera actividad para el desarrollo del objetivo 1, se propone la implementación de tour gastronómico usando la tecnología de realidad virtual, en este tour el cliente encontrará varias opciones para elegir, con el comando el decidirá qué opciones abrir, las opciones serán los platillos que se ofrecen en la granja, por otro lado tendrán acceso a cierta información tales como los ingredientes usados para preparar el platillo que ellos han elegido ver, además tendrán la opción de ingresar a las ofertas o promociones que tiene el restaurante (ver figura 15 ). Esta actividad podrán realizarla niños a partir de 6 años a más.

**Figura 15.**

Evidencia de la propuesta del tour en realidad virtual y promociones diseñadas



#### 4.5.8 Entregable 2

##### Actividad 4: Flyer del taller sobre el cuidado del medio ambiente.

Con relación a las actividades para cumplir con el objetivo 2 de la tabla 4, se propone la realización de talleres interactivos con todas las familias que visiten la granja ecológica, se trabaja especialmente con los niños, en el taller pueden aprender a hacer una maceta con productos reciclados, se explica la importancia del reciclado y la reutilización de los productos que muchas veces botan a la basura, después realizan el sembrado de una planta que se regala como premio a su esfuerzo (ver figura 16 )

**Figura 16.**

*Evidencia de la propuesta del taller interactivo*

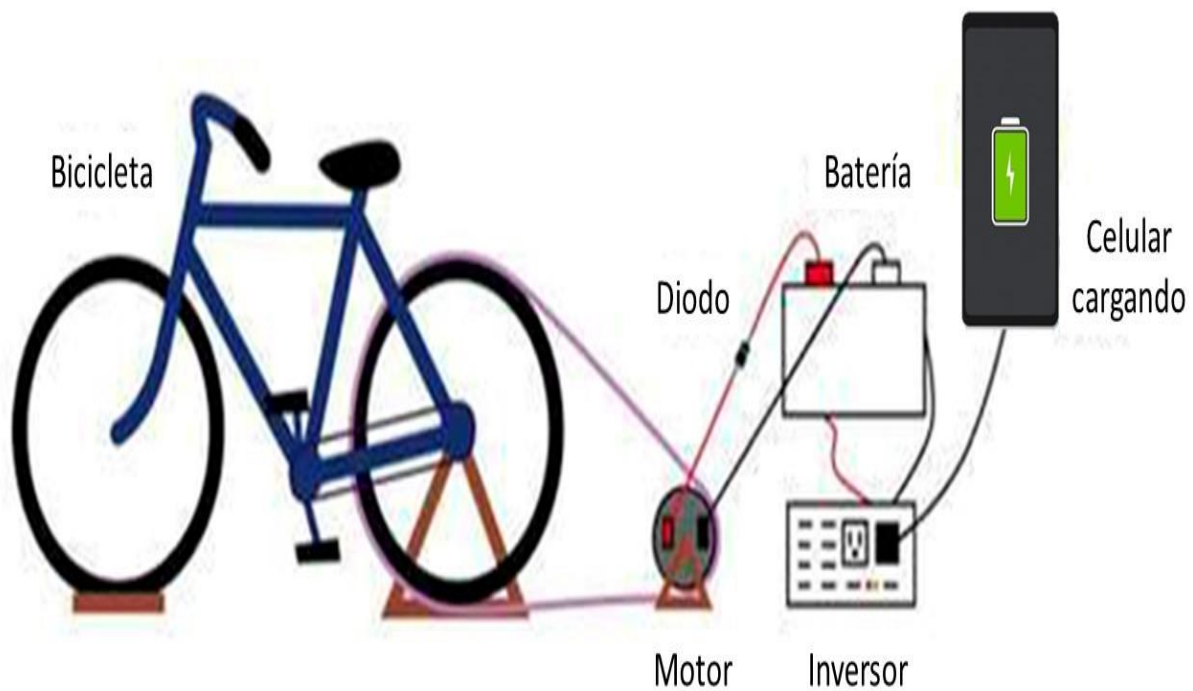


**Actividad 5: Diseño de la bicicleta generadora de energía.**

Como segunda actividad para el desempeño del segundo objetivo, se presenta la bicicleta generadora de energía, con esta bicicleta los clientes pueden cargar sus celulares usando la bicicleta y al mismo tiempo realizando una actividad deportiva, se presentarán 2 tipos de bicicletas una estática que genera energía al momento de pedalear y de esa manera se recarga la batería y se conecta a un dispositivo móvil para su carga, esta bicicleta puede ser usada por personas mayores que no puedan manejar una bicicleta (ver figura 17)

**Figura 17.**

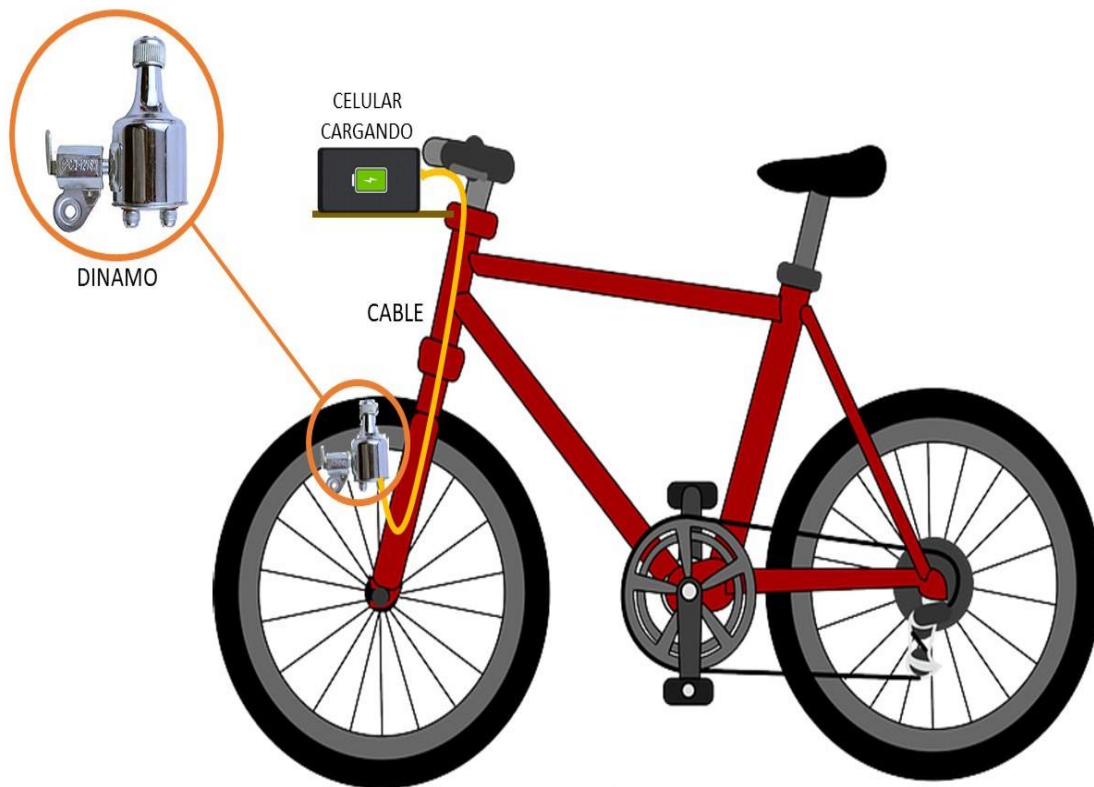
*Evidencia de la propuesta de la bicicleta generadora de energía con batería*



La segunda bicicleta es dinámica y es usada por los niños y personas adultas, este tipo de bicicleta se utiliza un dinamo para generar la energía y pasa por un inversor de energía que permite conectar el dispositivo a cargar (ver figura 18). Este tipo de bicicleta genera energía renovable y ayudar a reducir el uso de electricidad pública.

**Figura 18.**

*Evidencia de la propuesta de la bicicleta generadora de energía con dinamo*



**Actividad 6: Flyer del concurso. Foto de los premios.**

Como tercera actividad del segundo objetivo se exhibe el flyer del concurso y fotos de los premios a entregar, en esta actividad se comunicará a las familias llevar objetos que ya no tengan uso, por ejemplo, zapatos, ollas viejas, botellas, artefactos malogrados, etc. Las familias que lleven los objetos participan del concurso de la ruleta ganadora, como se muestra en la figura 19. Los premios a entregar son plantas que se han sembrado en diferentes objetos y son desechados o están en casa ocupando espacio, enseñándoles la reutilización de los productos (ver figura 19).

**Figura 19.**

*Evidencia de la propuesta del concurso y sus respectivos premios*

# CONCURSO

Quieres participar de nuestro concurso de la ruleta y así apoyar al medio ambiente. Solo debes traer un objeto que ya no uses en casa que pueda ser reciclado (zapato, latas, envases, etc.) y listo.



## PREMIOS

- 
- 
- 
- 



### 4.5.9 Entregable 3

#### Actividad 7: Flyer del taller de A & B

Como primera actividad para el progreso del tercer objetivo de la tabla 4, se muestra el flyer del taller de alimentos y bebidas, este taller está orientado al personal que trabaja en cocina (ver figura 20). El evento se realiza en las instalaciones del restaurante y está dirigido por un especialista en A & B, la finalidad del taller es que los trabajadores aprendan el buen manejo de los productos dentro y fuera de la cocina, evitando cometer errores al momento de la manipulación de los alimentos.

#### Figura 20.

*Evidencia de la propuesta del taller en gestión de alimentos y bebidas*

**TALLER**

**GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**CAPACITADOR:**  
**Mg. Henry Villavicencio**  
Profesional en el área de alimentos y bebidas, con alta experiencia en restaurantes de categoría 5 tenedores

**DIRIGIDO A:**  
A todos los colaboradores del restaurante "La Chacra"

**HORA: 15:00PM**  
**LUGAR: RESTAURANTE "LA CHACRA"**

**LA CHACRA**  
ORGANISMO ECOLÓGICO - INTERACTIVO

**Actividad 8: Foto del reconocimiento al mejor trabajador del mes.**

Continuando con las actividades del objetivo 3, se propone brindar reconocimiento al mejor trabajador del mes (ver figura 21). Con este premio se busca incentivar al personal para que tenga un mejor desempeño, se busca promover un buen ambiente laboral y los resultados se vean reflejados al momento de la atención al cliente.

**Figura 21.**

*Evidencia de la propuesta del diploma de reconocimiento para el empleado del mes*



### Actividad 9: Flyer de capacitación virtual sobre técnicas de atención al cliente.

El desarrollo de las actividades del objetivo 3, viene a ser una capacitación virtual para aprender técnicas de atención al cliente, esta capacitación está orientada al personal del restaurante que tiene contacto directo con el cliente (ver figura 22). Y está a cargo de un especialista en atención al cliente, se realiza por medio de la plataforma Zoom, los colaboradores aprenden técnicas para brindar un servicio de calidad y cómo se deben desenvolver ante una situación que se pueda presentar.

The flyer is titled "CAPACITACIÓN VIRTUAL" in red, followed by "SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN RESTAURANTES" in a large blue box. It specifies the dates "LUN 13/DIC y MIÉ 15/DIC" in green, the time "de las 15:00 a 18:00hs", and the platform "Plataforma: ZOOM". A photo of a woman speaking into a microphone is shown in a red oval. An icon of a person writing on a notepad is also present. The text identifies the trainer as "CAPACITADORA VERÓNICA DIAZ, Especialista en servicio y atención al cliente en restaurantes". The objective states: "OBJETIVO: Está capacitación está orientada a mejorar la atención y servicio por parte del personal del restaurante hacia los usuarios. Así como, incorporar técnicas de atención que generen satisfacción y deleiten a los clientes." The logo for "LA CHACRA GRANJA ECOLÓGICA - INTERACTIVA" is in the bottom right corner.

**CAPACITACIÓN VIRTUAL**

**SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN RESTAURANTES**

**LUN 13/DIC y MIÉ 15/DIC**  
de las 15:00 a 18:00hs  
Plataforma: ZOOM

**CAPACITADORA**  
VERÓNICA DIAZ  
Especialista en servicio y atención al cliente en restaurantes

**OBJETIVO:**  
Está capacitación está orientada a mejorar la atención y servicio por parte del personal del restaurante hacia los usuarios. Así como, incorporar técnicas de atención que generen satisfacción y deleiten a los clientes.

**LA CHACRA**  
GRANJA ECOLÓGICA - INTERACTIVA

Figura 22.

*Evidencia de la propuesta de capacitación virtual sobre el servicio y atención al cliente en restaurantes*

#### **4.1. Discusión**

En conformidad con los resultados, existe una serie de obstáculos que no permite que el turismo gastronómico sea motivo para visitar la granja ecológica, en primer lugar, está que el restaurante de la granja no ofrece una carta de menú con platillos variados, solo ofrece tres opciones, como son Nuggets, pollo al cilindro y chanco ahumado al cilindro, por otro lado, no cumple con las expectativas de los visitantes; además, existe poca motivación por parte del personal de los tours guiados enfocado al cuidado del medio ambiente y se suma la falta de preparación de los colaboradores del área de restaurante en el buen manejo de alimentos y bebidas como también en la atención al cliente.

En referencia a la primera subcategoría de gastronomía sostenible que se refiere a la acción que cuida los recursos, uso responsable, evitando un impacto negativo que pueda afectar en el futuro para el disfrute de las nuevas generaciones (Yturralde, 2012). Los resultados demostraron que en la granja ecológica falta difusión del trabajo social que brinda hacia la comunidad de Lurín, es de suma importancia que la comunidad conozca sobre el apoyo por parte de la organización hacia su comunidad; por otro lado, se tomó en cuenta el cuidado del medio ambiente por parte del personal del guiado de la granja ecológica para mejorar y se propone talleres interactivos con las familias que visiten la granja, pero trabajar especialmente con los niños todo lo relacionado al cuidado del medio ambiente, también, realizar actividades eco amigables usando una Bicicleta generadora de energía y sirve para cargar los dispositivos móviles de los visitantes, otra manera de involucrar a las familias en las actividades propuestas es realizando concursos con los niños y el único requisito para que participen del concurso es que cada niño lleve un producto reciclado desde su casa.

En concordancia con Vacas (2017) en su investigación en Segovia donde evidenció que el turismo gastronómico sostenible se hace desde diversas instituciones ya sea nacionales e internacionales, por lo tanto, concluyó que la sostenibilidad es un concepto que falta investigar y en el contorno gastronómico es un elemento clave que los destinos deben implementar con la finalidad de cuidar los recursos, el turismo es un instrumento de transformación que ayuda las comunidades, además el turismo gastronómico sostenible genera desarrollo en la sociedad local preservando el patrimonio, también conserva las costumbres y tradiciones de las localidades. Al realizar la comparación con el presente estudio, se llegó a un enfoque equivalente el cual es buscar la protección del cuidado del medio ambiente por medio de talleres interactivos, y concursos enfocados a los niños que visiten la granja.

La indagación tiene el apoyo de la teoría del desarrollo sustentable y engloba a tres pilares importantes que se debe tomar en cuenta, social, que hace referencia al capital humano, como mecanismos que mejoren su calidad de vida, educación, seguridad, etc, ambiental este pilar busca diversas formas de preservación, los recursos naturales y reducir el daño causado al medio ambiente a lo largo del tiempo, en este caso es donde la granja ecológica por medio de prácticas sostenibles causa el menor impacto posible en el medio ambiente y por último el pilar económico hace referencia a temas relacionados con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, la localidad es beneficiada de forma equitativa (Picazzo, Gutiérrez, Infante, & Cantú, 2011)

Por otro lado, se analizó la subcategoría planta turística, son infraestructuras físicas y necesarias para mejorar la actividad turística, engloba a los restaurantes, hoteles, albergues, etc. (Finanzas, 2011), donde se comprobó que las instalaciones de la granja son adecuadas, permite que el cliente disfrute de ellas durante su estadía, sin embargo, existe un punto clave que se debe mejorar y es el área del restaurante porque los visitantes manifestaron que no hay variedad de comida, pero si se encuentran satisfechos con los tours guiados y hay que potenciar al tema de la gastronomía, por tal motivo se llegó a la propuesta de implementación de productos sostenibles, esta estrategia comprende las actividades de la elaboración de una nueva carta de menú con nuevos platillos con código QR, la elaboración de una plataforma digital, agiliza el manejo de los pedidos de venta, dejando atrás lo manual, también incluye un tour gastronómico y promociones a través de realidad virtual, todo ello potenciará al área de restaurante.

Acorde con la exploración en el distrito de Miraflores Lima – Perú de Gómez de la Torre y De la Cruz, (2020), obtuvieron como resultado, que los turistas visitan restaurantes de afluencia por recomendación de un amigo a familiar, llegaron a concluir que la calidad de limpieza y seguridad influyen en la toma de decisión de un turista, la gastronomía con la identidad culinaria juegan un papel importante en los establecimientos; de igual forma, coincide con la investigación en Lima Metropolitana, el propósito fue estar pendiente de las carencias y expectativas de los turistas con relación a los negocios de comida y bebida en el Centro Histórico. En este caso, se encuentra similitud con la presente investigación porque en los dos casos el punto de estudio encierra a los establecimientos turísticos.

La teoría que respalda a esta subcategoría de Planta turística es la del espacio turístico y muestra cómo las personas pueden llegar a un lugar o espacio para realizar una visita y

está formado por elementos tales como las infraestructuras, las plantas y el patrimonio, vale decir que esta se puede adaptar dependiendo de las necesidades de cada persona y permite interactuar con las personas del lugar (Boullón, 2006) y (Nolazco, Sandoval, & Salvador, 2019).

En el último, dentro del análisis de la subcategoría Satisfacción del cliente que podría ser explorado a partir del estado del ánimo del cliente y su reacción puede ser negativa o positiva, por tal razón es importante brindar una atención de calidad al cliente, en el campo de restaurante el trato del personal hacia los usuarios, comida, turnos de espera, instalaciones, ambientes, etc, son de suma importancia para que el visitante se sienta satisfecho Kotler y Keller (Citados por Monroy, 2019); cabe decir que la granja cuenta con buena presencia sobre los tours guiados, pero es opacado por el área de restaurante porque no cumple con las expectativas del cliente, desde la atención del personal hasta la venta de los platillos y como resultado los visitantes no recomiendan la granja ecológica por motivo del turismo gastronómico. Se manifestó la alternativa solución de un programa de fortalecimiento y capacidades dirigidas al personal del área de restaurante y se ha considerado las actividades de Capacitación de alimentos y bebidas (A&B), de esa manera se prepara al personal sobre las buenas prácticas en el manejo de A&B, también se ha tomado en cuenta brindar un reconocimiento al trabajador del mes, esto a modo de incentivo y la actividad del taller virtual sobre técnicas de atención al cliente, de esa manera el personal estará preparado para resolver o saber cómo reaccionar frente a cualquier inconveniente que se pueda presentar en sus respectivas áreas.

De acuerdo con la investigación realizada en Puebla México, Acle, Santos y Herrera, (2020) llegaron a concluir que es necesario mejorar los elementos relacionados con la atención al cliente y entretenimiento y la gastronomía si influye en el turismo, del mismo modo, concuerda con la indagación hecha en Santander Colombia, Hernando, Duran y Pabón, (2020) la cual finalizaron que los turistas que visitan el lugar se encuentran insatisfechos con la gastronomía de la ciudad de Santander y es necesario mejorar, en este aspecto existe semejanza, con la presente exploración porque en ambos estudios los clientes no se encuentran satisfechos por el servicio recibido o el producto obtenido, se encuentran insatisfechos con la gastronomía del lugar visitado.

La teoría que ayudó a comprender fue la de conducta, responde a estímulos tales como la comida y el agua, estos estímulos pueden ser internos o externos (Pellón, 2013).

Esta teoría ayudó a la investigación porque permite conocer sobre el comportamiento de los clientes que asistan a la granja ecológica y al conocer sus necesidades o que estimula a consumir ciertos productos, la empresa puede mejorar la experiencia de compra y responder mejor a las expectativas de los usuarios, además, la organización tiene la posibilidad de desarrollar estrategias, actividades para incentivar el consumo en el restaurante.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

- Primera** : La implementación de plataformas digitales como parte de estrategias para el desarrollo del turismo gastronómico de la granja ecológica en Lurín y permitirá que el restaurante se sumerja en el mundo tecnológico porque en la actualidad todo sus registros son manuales, con la plataforma digital puede llevar la contabilidad de sus productos, de compra y venta y pueden obtener la información sobre los compradores, con el uso del código QR sus clientes tienen en sus Smartphones la aplicación permitiendo que la decisión de compra sea más rápida y con el uso de la realidad virtual se genera más interés por la gastronomía.
- Segunda** : En el transcurso de la investigación se analizó el turismo gastronómico en el restaurante de la granja ecológica y se demostró que las instalaciones están en óptimas condiciones, los visitantes disfrutaban su estadía en ellas, pero falta reforzar en el campo de atención al cliente y presentar una nueva carta de menú con platos variados porque en la actualidad sólo ofrece tres platos que son Nuggets, Pollo al cilindro y Chanco ahumado, por tal motivo los visitantes hacen pedido delivery o en otros casos llevan sus propios alimentos afectando de esa manera la rentabilidad del restaurante.
- Tercera** : En la granja ecológica los servicios guiados de los tours son muy aceptados y recomendados, pero falta mejorar en el aspecto sobre el incentivo del cuidado del medio ambiente, por medio de las actividades brindadas se puede promover el cuidado del medio ambiente y para que los clientes estén plenamente satisfechos el restaurante y área de coordinación de guiado tienen que trabajar juntos para que en ambos campos el cliente este satisfecho y puedan recomendar a la granja por su gastronomía y no solo por su guiado.



## **5.2 Recomendaciones**

- Primera** : En el restaurante de la granja ecológica se debe adaptar el uso de la tecnología a través de plataformas digitales que ayude al personal y al encargado del restaurante a llevar un orden de todas sus ventas y compras, por otro lado, se debe preparar al personal para el uso de la plataforma digital.
- Segunda** : Se recomienda que el restaurante capacite al personal de trabajo sobre las buenas prácticas en la manipulación de A & B, también realizar talleres ya sea presencial o virtual sobre una correcta atención al cliente, por otro lado, se aconseja el uso de POS, Yape, para incrementar sus ventas.
- Tercera** : Se sugiere que la granja incentive a los visitantes sobre el cuidado del medio ambiente, por medio de talleres, concursos y los tours guiados; por ejemplo, puede informar que lleven de sus casas un artículo en desuso y por llevar un producto los niños participan en un concurso y obtienen un premio de una planta sembrada en un artículo reciclado. Por otro lado, se recomienda usar paneles solares para puntos de carga de celulares porque dentro de la granja no hay puntos libres de carga.

## REFERENCIAS

- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? *Cactus Tourism Journal*, 12-21.
- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 10.
- Abreu, J. (2015). Análisis al Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 10.
- Acle, R., Santos, J., & Herrera, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Rev.Investig.Desar.Innov*, 10(2), 237-248.
- Acosta, J., & Cornejo, G. (22 de Enero de 2021). Plan estratégico de marketing para fomentar el turismo gastronómico a través del biohuerto en un restaurante, ciudad de Lima. págs. 257-271.
- Aitha, P. S., & Shubhrajyotsna, A. (2015). Ideal Technology Concept & its Realization Opportunity using Nanotechnology. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEM)*, 4, 12.
- Almeida, M. (2019). Robots, artificial intelligence and virtual reality: an approach to tourism industries. *Cuadernos turísticos*, 517-519.
- Araya, L., & Pedreros, M. (2013). Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009. *Revista de Ciencias Sociales*, 45-61.
- Arguello, Y., & Sánchez, V. (2015). *Tipos de investigación*. Morón: República Bolivariana de Venezuela. Ministerio del poder popular para la educación Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (Unefm).
- Asadullah, A., Faik, I., & Kankanhalli, A. (2018). Digital Platforms: A Review and Future Directions. *Completed Research Paper*, 14.
- Behar, D. (2008). *Introducción Metodología de la investigación*. Sanabria: Shalom.
- Benito, E. (18 de Marzo de 2021). *España aprueba la ley de eutanasia y se convierte en el quinto país del mundo en regularla*. Obtenido de El País: <https://elpais.com/sociedad/2021-03-18/espana-aprueba-la-ley-de-eutanasia-y-se-convierte-en-el-quinto-pais-del-mundo-en-regularla.html>
- Bermejo, R. (2014). Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis. *Hegoa*, 60.
- BID. (23 de Mayo de 2019). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-lanza-desafio-innovacion-naranja-paradynamizar-las-industrias-culturales-y-creativas>

- Binz, P., & De Conto, S. (2019). Gestión de la gastronomía sustentable. Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, 28(2), 507-525.
- Blanco, H. (2012). Análisis de datos cualitativos y Atlas Ti: una experiencia de formación. *Docencia investigación Innovación*, 1(1), 103-114.
- Boullón, R. (2006). Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable. *Redalyc*, 10(2), 17-24.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Trillas turismo.
- Boullón, R. (2010). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Universidad Nacional de Mar del Plata*, 2(2006), 9.
- Bruni, P. (2017). La satisfacción del cliente. *Thema med*, 11.
- Buitrago, S., & Chitiva, D. (2017). La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá Colombia. *Universidad Externado de Colombia*, 36.
- Cámara, L. (22 de Febrero de 2021). *La Cámara*. Obtenido de <https://lacamara.pe/retail-turismo-y-gastronomia-en-estado-critico/>
- CANATUR. (2 de Abril de 2019). *Portal del Turismo*. Obtenido de <https://portaldeturismo.pe/noticia/mincetur-la-gastronomia-se-ha-convertido-en-un-importante-movilizador-de-viajes/>
- Carhuacho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., & Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística*. UIDE.
- Carreño, D. (2015). El turismo gastronómico en Lima Metropolitana: diagnóstico de la oferta y la demanda. *Rev. Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas. UNMSM*, 18-I(35), 8.
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*, 12.
- Castañeda, M., Cabrera, A., Navarro, Y., & Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS Un libro práctico para investigadores y administradores educativos*. Porto Alegre: ediPUCRS.
- Condori, Y., & Cerpa, I. (2020). *Complejo turístico gastronómico vivencial en el distrito de Sabandía Arequipa*. Arequipa-Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. México: Editado por Servicios Académicos Internacionales para eumed.net.
- Cruz, C., Fernández, M., & Portalés, C. (2018). Virtual Reality and Games. *Multimodal Technologies and Interaction*, 5.

- Cruzado, J., & Llanos, J. (2021). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de las clínicas de salud categoría II-1 en Cajamarca 2019*. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urreli.
- Díaz, J., & Pabón, A. (16 de Septiembre de 2015). *Revista: Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/09/gastronomia.html>
- Dounford, R., Su, Q., & Tamang, E. (2014). The Pareto Principle. *The Plymouth Student Scientist*, 140-148.
- Drewel, M., Ozcan, L., Koldewey, C., & Gausemeier, J. (2020). Pattern-based development of digital platforms. *Special issue article*, 19.
- Fernández, C., & Benavides, J. (2020). Las plataformas digitales, la productividad y el empleo en Colombia. *Fedesarrollo*, 67.
- Finanzas, M. d. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Lima: Arkabas.
- Flórez, A., & Thomas, J. (1993). La Teoría General de Sistemas. *Cuadernos de Geografía*, IV(1-2), 28.
- García, Y. (2018). *condiciones turísticas favorables que presenta el destino de Trujillo, para el desarrollo del turismo gastronómico*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Gavino, A., Juscamaita, S., & Ubillus, A. (2015). *Desarrollo de un servicio de turismo gastronómico en la ciudad de Lima*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Gómez, G., Medina, M., Jiménez, J., & Choque, J. (2020). Motivación y valoración de atributos en el gastroturismo de Oruro (Bolivia). *Revista de Estudios Regionales*, 123-143.
- Gómez de la Torre, D., & De la Cruz, D. (2020). *Motivos por los cuales los turistas realizan rutas gastronómicas en restaurantes con mayor prestigio dentro del distrito de Miraflores*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Hallowell, R., Schlesinger, L., & Zornitsky, J. (1996). Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Management. *Human Resource Planning*, 20-31.
- Hamui, A. (2013). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica. *Elsevier*, 6.
- Hedberg, J., & Alexander, S. (2006). Virtual Reality in Education: Defining Researchable Issues. *Educational Media International*, 8.
- Hein, A., Schrieck, M., Riasanow, T., Soto, D., Wiesche, M., Bohm, M., & Kremer, H. (2020). Digital platform ecosystems. *Electronic Markets*, 87-98.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández, A. (1996). *Medio ambiente y desarrollo*. Santo Domingo: Centro Cultural Poveda.
- Hernández, R., & Dancausa, M. G. (2018). Turismo gastronómico La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina*, 27(2), 413-430.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernando, D., Duran, J., & Pabon, L. (2020). Turismo gastronómico en el departamento de Santander, Colombia: ¿Es pertinente la formulación de un plan estratégico para su consolidación como producto turístico? *Revista Cambios y Permanencias*, 11(2), 947-969.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2005). *Paradigmas y métodos en investigación*. Carabobo: Episteme consultores asociados.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Fundación Sygal.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación holística*. Fundación Sygal.
- Infotur. (19 de enero de 2020). *Infotur Perú*. Obtenido de <https://www.infoturperu.com.pe/index.php/eventos/fitur-2021/item/7927-peru-presenta-en-madrid-lo-mejor-de-nuestro-turismo-gastronomico-y-deportivo>
- Innovation, B. (2019). Gastronomía 360º: cuatro escenarios post covid - 19 para el sector. *Inn bbc innovation*, 53.
- Iturralde, J. (2014). *Turismo Gastronómico: La gestión de las DMOs en la promoción en línea de gastroregiones europeas*. Madrid: Universitat de Girona.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. Pearson Educación.
- Leal, M. (2015). *Turismo gastronómico impulsor del comercio de proximidad*. UOC.
- Ledón, L. (2011). Enfermedades crónicas y vida cotidiana. *Revista Cubana Pública*, 37(04), 12. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662011000400013](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662011000400013)
- Leiva, J. (2012). K.2. Introducción y algunos usos de los códigos QR. *Anuario ThinkEPI*, 309-312.
- Long, L. M. (2018). Política Cultural No Turismo Gastronômico Com Alimentos Étnicos. *RAE: Revista de Administração de Empresas*, 316-324. doi:10.1590/S0034-759020180313
- López, Á., Zúñiga, C., Sol, A., & Santivañez, J. (2016). Teorías del desarrollo sustentable para el siglo XXI: un breve análisis. *Iberoamericana de Bioeconomía*

- a y *Cambio Climático*, 2(1), 437-451.
- Lorenz, F. U. (1973). El sistema psicológico de B. F. Skinner. *Fundación Universitaria Konrad Lorenz*, 5(2), 191-216.
- Lorenz, F. U. (1980). Jhon B. Watson (1878 - 1958). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 540-541.
- Mamani, Y., & Cáceres, J. (2019). Desempeño laboral: una revisión teórica. *Universidad peruana unión*, 13.
- Martínez, R. (2007). *Guía metodológica de investigación para el diagnóstico y evaluación en los centros docentes*. Madrid: Ministerio de educación y ciencia, Dirección General de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa.
- Mendoza, B. (2004). Topf - Conducta humana. *Academia Accelerating the World's research*, 09.
- Mendoza, J., Gómez, C., & Álvarez, V. (2020). Las potencialidades de los restaurantes del litoral ecuatoriano para desarrollar el turismo gastronómico TURISMO GASTRONÓMICO. *Revistas Uleam Magazine*, 1(1), 10.
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. *Universitat Oberta de Catalunya*, 58.
- Ministerio de Comercio, I. y. (01 de abril de 2021). *Infraestructura turística: Propendiendo por la articulación eficiente para el fomento de la infraestructura turística estratégica en Colombia*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2021, de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-infraestructura-turistica/09-07-21-politicavmt2020-baja-esp.aspx>
- Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Sinapsis*, 70-87.
- Monroy, D. (2021). Las plataformas digitales vs. la libertad de expresión en Internet: El problema de los proveedores de acceso. *Universidad Externado de Colombia; Asociación Latinoamericana y del Caribe de Derecho y Economía*, 26.
- Mori, M. (2009). Responsabilidad social. Una mirada desde la psicología comunitaria. *Liberabit*, 163-170.
- Muñoz, H. (2016). *La investigación cualitativa práctica desde Atlas.ti*. Universidad Santo Tomás.
- Navarrete, M., & García, C. (2018). Turismo gastronómico: Sabor y tradición. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1(3), 23-40.
- Navarro, L. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3(6), 167-186.
- Nolazco, F., Sandoval, J., & Salvador, C. (2019). Percepción y fomento del turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná –Cañete, Lima -Perú. 15.

- Noriega, C. (2019). *Aporte para el desarrollo del turismo gastronómico sostenible en base al recurso microalga Dunaliella salina de la laguna de Las Salinas del Distrito de Huacho, Provincia de Huaura. Región Lima. 2018*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Ochoa, J. (Enero-febrero de 2017). Eutanasia, suicidio asistido y voluntad anticipada: un debate necesario. *Conamed*, 6. Obtenido de <http://www.conamed.gob.mx/gobmx/boletin/pdf/boletin10/eutanasia.pdf>
- OMT. (1994). Introducción al turismo. *Organización Mundial del Turismo*, 393.
- OMT. (2011). Introducción al turismo. *Organización Mundial del Turismo*, 393.
- OMT. (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. *Organización Mundial del Turismo*, 54. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- ONU. (18 de junio de 2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/fao-stories/article/es/c/1198361/>
- Orozco, J. (2014). El turismo gastronómico. *The V.i.p Vallarta Important People*, 3.
- Pedraza, E., Glenys, A., & Mayrene, C. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(3), 493-505.
- Pelegrín, J., Juaneda, E., Olarte, C., & Sierra, Y. (2016). Ten Kinds of Expectations. *RPE artículos originales*, 109-124.
- Pellón, R. (2013). Watson, Skinner y algunas disputas dentro del conductismo. *Revista Colombiana de Psicología*, 22(2), 389-399.
- Peralta, J. (2006). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. *Límite*, 195-214.
- Pérez, L. (2006). Microsoft Excel: una herramienta para la investigación. *MediSur Revista Electrónica*, 68-71.
- Picazzo Palencia, E., Gutierrez Garza, E., Infante Bonfiglio, J. M., & Cantún Martínez, P. C. (2010). La teoría del desarrollo humano y sustentable: hacia el reforzamiento de la salud como un derecho y libertad universal. *Instituto de Investigaciones Sociales UANL*, 26.
- Picazzo, E., Gutiérrez, E., Infante, J., & Cantú, P. (2011). La teoría del desarrollo humano y sustentable: hacia el reforzamiento de la salud como un derecho y libertad universal. *Instituto de Investigaciones Sociales de la UANL*, 19(37), 255-279.
- Picazzo, E., Gutiérrez, E., Infante, J., & Cantú, P. (2011). La teoría del desarrollo humano y sustentable: hacia el reforzamiento de la salud como un derecho y libertad universal. *Instituto de Investigaciones Sociales de la UANL*, 19(37), 255-279.
- Pighi, P. (2 de Marzo de 2021). *bbc mundo noticias*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56248478>

- Pinassi, C., & Ercolani, P. (2017). Turismo y Espacio Turístico: Un análisis teórico conceptual desde la ciencia geográfica. *Anais Bras*, 7(1), 42-61.
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Pontificia Universidad Javeriana, Colombia*, 27.
- Ramírez, H. (2016). *El campo Mexicano en la actualidad: La Milpa desde la gastronomía sustentable*. México: Centro Universitario UAEM Tenancingo.
- Reuver, M., Sorensen, C., & Basole, R. (2018). The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*, 24-135.
- Ridvan, H., & Karakas, N. (2013). Creating a Sustainable Gastronomic Destination: The Case of Cittaslow Gokceada Turkey. *American International Journal of Contemporary Research*, 10.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Reviata EAN*, 179-200.
- Rubio, G., Rodríguez, M., & Uribe, M. (2012). Análisis de la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio recibido por parte del personal que atiende en las grandes superficies de la ciudad de Ibagué. *Dimens empres*, 10(2), 21-31.
- Ruggieri, R., Savastano, M., Scalingi, A., Bala, D., & D'ascenzo, F. (2018). The impact of Digital Platforms on Business Models: an empirical investigation on innovative start-ups. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 1210--1225.
- Ruiz, C., Rivera, T., Miranda, L., & Perry, E. (2017). Desarrollo sustentable, pobreza y justicia: una revisión normativa. *Alta Tecnología y la sociedad*, 9(3), 10-17.
- Sánchez, J. (2018). Plataformas digitales y compatibilidad: una vieja historia en el mundo nuevo. *Universidad politécnica de Madrid*, 22.
- Sazali, W. (2012). Defining the Concepts of Technology and Technology Transfer: A Literature Analysis. *International Business Research*, 61.
- Scholnik, M. (2018). Digital Tools in Academic Writing? *Journal of Academic Writing*, 121-130.
- Shun, L., & Carroll, L. (2017). A Comprehensive Definition of Technology from an Ethnological Perspective. *Social sciences*, 20.
- Unesco. (1994). B.F. SKINNER. *Trimestral de educación comparada*, 529-542.
- Urrutia, M., Barrios, S., Gutiérrez, M., & Mayorga, M. (2014). Métodos óptimos para determinar la validez de contenido. *Educación Médica Superior*, 547-558.
- Vacas, T. (2017). *Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia, propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos*. Segovia: Universidad de Valladolid.



- Vacas, T. (2017). *Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia. Propuesta comunitaria para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos*. Segovia: Universidad de Valladolid.
- Valderrama, E. K., & Pérez, J. E. (2020). Percepción del paciente sobre la calidad en la atención de urgencias en la clínica de la costa, Barranquilla, segundo trimestre del 2020. *Universidad Simón Bolívar*, 10.
- Vásquez, C., & Arango, S. (2011). Propuesta metodológica para la investigación comprensiva: interacciones comunicativas en un entorno virtual de aprendizaje. *La Lasallista de Investigación*, 8(2), 112-123.
- Veytia, M. (2019). Factores motivacionales para la investigación y los objetos virtuales de aprendizaje en estudiantes de maestría en Ciencias de la Educación. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 18.
- Villacrés, A. (2020). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Walsh, K., & Pawlowski, S. (2002). Virtual Reality: A Technology in Need of IS Research. *Communications of the Association for Information Systems*, 8(20), 19. doi:10.17705/1CAIS.00820
- Yllatupa, D. (2019). *Estrategias de difusión para potencializar el turismo cultural en la Huaca Bellavista de Santa Anita, Lima, 2019*. Lima: Universidad Norbert Wiener.
- Yturralde, C. (2012). *Propuesta para la implementación de un restaurante sostenible en la ciudad Guayaquil como impulso al desarrollo de nuevas tendencias turísticas*. Guayaquil: Universidad católica de Santiago de Guayaquil.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

### Título: Turismo gastronómico en el circuito turístico de una Granja Ecológica Lurín, 2021

Problema general	Objetivo general	Categoría 1:				
		Subcategorías	Indicadores	Item	Escala	Nivel
¿Cómo mejorar el turismo gastronómico en el circuito turístico de una granja ecológica Lurín 2021?	Proponer estrategias de mejora para el desarrollo del turismo gastronómico dentro de la Granja Ecológica de Lurín.	Gastronomía sostenible	1. Responsabilidad social	1-2	Likert	1,2,3,4,5
			2. Medio ambiente	3-5	Likert	1,2,3,4,5
		Planta turística	3. Infraestructura	6-7	Likert	1,2,3,4,5
			4. Oferta turística	8-10	Likert	1,2,3,4,5
		Satisfacción del cliente	5. Desempeño laboral	11-12	Likert	1,2,3,4,5
			6. Expectativas	13-15	Likert	1,2,3,4,5
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Categoría 2: Plataformas digitales</b>				
¿Cuál es el contexto actual de la gastronomía dentro del restaurante de la Granja Ecológica?	Analizar en qué estado se encuentra la actividad turística gastronómica en la Granja Ecológica Lurín.	<b>Alternativas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de nueva carta con código QR</li> <li>2. Implementación de productos sostenibles.</li> <li>3. Programa de fortalecimiento y capacidades</li> </ol>				
¿Qué factores influyen positiva y negativamente a la mejora del turismo gastronómico en la Granja Ecológica?	Determinar los motivos y efectos de los componentes que influyen en el desarrollo del turismo gastronómico en la Granja Ecológica en Lurín.					
<b>Tipo, nivel y método</b>	<b>Población, muestra y unidad informante</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>		<b>Procedimiento y análisis de datos</b>		
Sintagma: Holística Tipo: Proyectiva Nivel: Comprensivo Método: Inductivo y deductivo	Población: 200 clientes Muestra: 50 Unidad informante:	Técnicas: encuesta y entrevista Instrumentos: Cuestionario y guía de entrevista		Procedimiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Revisión de la teoría.</li> <li>– Elaboración y aplicación de instrumentos.</li> <li>– Diagnóstico.</li> <li>– Informe final.</li> </ul> Análisis de datos: Uso de los programas Excel, SPSS Y Atlas.ti.8.		

## Anexo 2: Instrumento cuantitativo

### INSTRUMENTO QUE MIDE LA OPINIÓN REFERENTE, DE LOS CLIENTES DE LA GRANJA ECOLÓGICA “LA CHACRA” EN LURÍN

(Instrumento cuantitativo)

#### Estimado colaborador:

El instrumento que se presenta a continuación pretende conocer su punto de vista ante el contexto actual de la Granja Ecológica “La Chacra” en Lurín. Su aporte es valioso y totalmente anónimo, en el sentido de marcar una sola alternativa que desde su percepción sea la correcta y de acuerdo a sus experiencias propias.

Totalmente en desacuerdo (1)	Moderadamente en desacuerdo (2)	Ni desacuerdo ni acuerdo (3)	Moderadamente de acuerdo (4)	Frecuentemente de acuerdo (5)
---------------------------------	------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Nro.	Ítems	Valoración				
	<b>SUB CATEGORÍA: GASTRONOMÍA SOSTENIBLE</b>	1	2	3	4	5
1	¿La Granja Ecológica "La Chacra" brinda apoyo social a la comunidad?	1	2	3	4	5
2	¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad?	1	2	3	4	5
3	¿La Granja Ecológica la Chacra conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?	1	2	3	4	5
4	¿El personal de la Granja Ecológica incentiva al cuidado del medio ambiente?	1	2	3	4	5
5	¿La Granja Ecológica "La Chacra" enseña como conservar el medio ambiente?	1	2	3	4	5
6	¿El acceso a la Granja la Chacra es la adecuada?	1	2	3	4	5
<b>SUB CATEGORÍA PLANTA TURÍSTICA</b>						
7	¿Las instalaciones del restaurante de la granja son adecuadas para el disfrute durante su estadía?	1	2	3	4	5
8	¿El restaurante de la Granja ofrece una variedad de platillos?	1	2	3	4	5

9	¿Los tours ofrecidos por la Granja Ecológica denotan interés por los clientes?	1	2	3	4	5
10	¿El turismo gastronómico, es un motivo para visitar la Granja Ecológica la Chacra?	1	2	3	4	5
<b>SUB CATEGORÍA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>						
11	¿Considera que el personal del restaurante brinda un buen servicio?	1	2	3	4	5
12	¿La cordialidad y la atención al cliente son de buena calidad?	1	2	3	4	5
13	¿La comida ofrecida en la Granja Ecológica la Chacra cumple con sus expectativas?	1	2	3	4	5
14	¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica la Chacra por los tours guiados?	1	2	3	4	5
15	¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica por su gastronomía?	1	2	3	4	5

**Muchas gracias**

### Anexo 3: Instrumento cualitativo

#### Guía de entrevista (Instrumento cualitativo)

Datos:

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Gerente General
<b>Nombres y apellidos</b>	Ricardo Yui
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado 1 (Entrev.1)
<b>Fecha</b>	27/09/2021
<b>Lugar de la entrevista</b>	Granja Ecológica La Chacra Lurín

<b>Nro.</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	Gastronomía sostenible	¿Cómo demuestran la responsabilidad social en la comunidad de Lurín?
2		¿Cómo la Granja Ecológica cuida del medio ambiente?
3	Planta turística	¿Cuál es el estado del acceso y ubicación a la Granja Ecológica la Chacra se encuentra en buen estado?
4		¿Los servicios turísticos ofrecidos son variados, o hay que mejorar?
5	Satisfacción del cliente	¿Considera que los desempeños laborales de los trabajadores cumplen con las expectativas, o hay que mejorar en algún punto? ¿Qué aspectos hay que mejorar de los trabajadores de la granja?
6		¿Existe una buena comunicación entre la administración y el área de restaurante, o hay que mejorar?

## Guía de entrevista

Datos:

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Coordinadora
<b>Nombres y apellidos</b>	Alejandra Milagros Chan Yui
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado 1 (Entrev.1)
<b>Fecha</b>	27/09/2021
<b>Lugar de la entrevista</b>	Granja Ecológica La Chacra Lurín

<b>Nro.</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	Gastronomía sostenible	¿Cómo demuestran la responsabilidad social en la comunidad de Lurín?
2		¿Cómo la Granja Ecológica cuida del medio ambiente?
3	Planta turística	¿Cuál es el estado del acceso y ubicación a la Granja Ecológica la Chacra se encuentra en buen estado?
4		¿Los servicios turísticos ofrecidos son variados, o hay que mejorar?
5	Satisfacción del cliente	¿Considera que los desempeños laborales de los trabajadores cumplen con las expectativas, o hay que mejorar en algún punto? ¿Qué aspectos hay que mejorar de los trabajadores de la granja?
6		¿Qué otras actividades recomiendan los clientes que se ofrezcan en la Granja?

## Guía de entrevista

Datos:

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Administrador del restaurante
<b>Nombres y apellidos</b>	Enrique Yui
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado 1 (Entrev.1)
<b>Fecha</b>	27/09/2021
<b>Lugar de la entrevista</b>	Granja Ecológica La Chacra Lurín


<b>Nro.</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	Gastronomía sostenible	¿Cómo demuestran la responsabilidad social en la comunidad de Lurín?
2		¿Cómo la Granja Ecológica cuida del medio ambiente?
3	Planta turística	¿Cuál es el estado del acceso y ubicación a la Granja Ecológica la Chacra se encuentra en buen estado?
4		¿Los platillos ofrecidos son variados, o hay que implementar una nueva carta?
5	Satisfacción del cliente	¿Considera que los desempeños laborales de los trabajadores cumplen con las expectativas, o hay que mejorar en algún punto? ¿Qué aspectos hay que mejorar de los trabajadores del área del restaurante?
6		¿Los platillos ofrecidos dentro del restaurante, cumplen con las expectativas del cliente? ¿Qué otros platillos han sugerido los clientes para incorporar dentro de la chacra?



Ficha de validez de que mide el turismo gastronómico en la granja ecológica la Chacra en Lurín

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones	
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.						
		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.		
<b>Sub categoría 1: Gastronomía sostenible</b>																							
Indicador 1: Responsabilidad social		El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador. No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador. Es necesario incrementar los ítems.				4					4					4					4		
1.	¿La Granja Ecológica "La Chacra" brinda apoyo social a la comunidad?																						4
2.	¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad?																						4
Indicador 2: Medio ambiente																							4
3.	¿La Granja Ecológica la Chacra conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?																						4
4.	¿El personal de la organización incentiva al cuidado del medio ambiente?	4																					
5.	¿La Granja Ecológica "La Chacra" enseña como conservar el medio ambiente?	4																					
<b>Sub categoría 2: Planta turística</b>																							
Indicador 3: Infraestructura		El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría. El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante. El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.				4					4					4					4		
6.	¿El acceso a la Granja la Chacra es la adecuada?																						4



Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	987624786
Años de experiencia	7 Años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado Magister		
Metodólogo/ temático	Temático	Lugar y fecha	Setiembre 2021

<sup>1</sup>**Pertinencia:** La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>**Cosntrucción gramatical:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

Ficha de validez de que mide el turismo gastronómico en la granja ecológica la Chacra en Lurín

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuada en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	
<b>Subcategoría 1: Gastronomía sostenible</b>																						
Indicador 1: Responsabilidad social																						
1.	¿La Granja Ecológica "La Chacra" brinda apoyo social a la comunidad?				4					4					4					4		
2.	¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad?				4					4					4					4		
Indicador 2: Medio ambiente																						
3.	¿La Granja Ecológica la Chacra conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?				4					4					4					4		
4.	¿El personal de la organización incentiva al cuidado del medio ambiente?				4					4					4					4		
5.	¿La Granja Ecológica "La Chacra" enseña como conservar el medio ambiente?				4					4					4					4		
<b>Subcategoría 2: Planta turística</b>																						
Indicador 3: Infraestructura																						
6.	¿El acceso a la Granja la Chacra es la adecuada?				4					4					4					4		
7.	¿Las instalaciones del restaurante de la granja son adecuados para el disfrute durante su estadía?				4					4					4					4		
Indicador 4: Oferta turística																						
8.	¿El restaurante de la Granja ofrece una variedad de platillos?				4					4					4					4		





Ficha de validez de que mide el turismo gastronómico en la granja ecológica la Chacra en Lurín


Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuada en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	
<b>Subcategoría 1: Gastronomía sostenible</b>																						
Indicador 1: Responsabilidad social		El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador. No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador. Es necesario incrementar los ítems. Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las subcategorías y la categoría.					La redacción del ítem no es clara/redundante. El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual. Es necesaria la modificación del ítem. El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.					No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.					La eliminación del ítem no afecta al indicador, subcategoría y categoría. El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría. El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante. El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.					
1.	¿La Granja Ecológica "La Chacra" brinda apoyo social a la comunidad?																					4
2.	¿Se nota efectividad de la influencia de la responsabilidad social de la granja ecológica en la comunidad?																					4
Indicador 2: Medio ambiente																						4
3.	¿La Granja Ecológica la Chacra conserva durante el servicio ofrecido el medio ambiente?																					4
4.	¿El personal de la organización incentiva al cuidado del medio ambiente?	4																				
5.	¿La Granja Ecológica "La Chacra" enseña como conservar el medio ambiente?	4																				
<b>Subcategoría 2: Planta turística</b>																						
Indicador 3: Infraestructura		4																				
6.	¿El acceso a la Granja la Chacra es la adecuada?	4																				
7.	¿Las instalaciones del restaurante de la granja son adecuadas para el disfrute durante su estadía?	4																				
Indicador 4: Oferta turística		4																				

8.	¿El restaurante de la Granja ofrece una variedad de platillos?				4					4					4	
9.	¿Los tours ofrecidos por la Granja Ecológica denotan interés por los clientes?				4					4					4	
10.	¿El turismo gastronómico, es un motivo para visitar la Granja Ecológica la Chacra?				4					4					4	
<b>Subcategoría 3: Satisfacción del cliente</b>					4					4					4	
Indicador 5: Desempeño laboral					4					4					4	
11.	¿Considera que el personal del restaurante brinda un buen servicio?				4					4					4	
12.	¿La cordialidad y la atención al cliente son de buena calidad?				4					4					4	
Indicador 6: Expectativas					4					4					4	
13.	¿La comida ofrecida en la Granja Ecológica la Chacra cumple con sus expectativas?				4					4					4	
14.	¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica la Chacra por los tours guiados?				4					4					4	
15.	¿Recomendaría visitar la Granja Ecológica por su gastronomía?				4					4					4	

## OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Si hay suficiencia

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [ X ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolazco Labajos	DNI N°	400961822
Condición en la universidad	Docente metodólogo	Teléfono / Celular	947480893
Años de experiencia	19 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/ doctor		
Metodólogo/ temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Septiembre del 2021

<sup>1</sup>**Pertinencia:** La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>**Cosntrucción gramatical:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.





## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

**Título de la investigación:** Turismo gastronómico en el circuito turístico de una Granja Ecológica en Lurín, 2021

**Nombre de la propuesta:** Implementación de plataformas digitales para el desarrollo del Turismo Gastronómico en el circuito turístico de una Granja Ecológica en Lurín, 2021

Yo, Solano Lavado Mariela Stacy identificado con DNI Nro 09911082 Especialista en Turismo Actualmente laboro en Universidad Privada Norbert Wiener Ubicado en Av. Petit Thouars 2021, Lince. Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, subcategoría e ítem bajo los criterios:

**Pertinencia:** La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

**Relevancia:** Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

**Construcción gramatical:** se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	x		x		x			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	x		x		x			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	x		x		x			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	x		x		x			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	x		x		x			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	x		x		x			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	x		x		x			

<b>8</b>	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	x		x		x			
<b>9</b>	La propuesta es factible y tiene viabilidad	x		x		x			
<b>10</b>	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	x		x		x			

Y después de la revisión opino que:

Cumple con los criterios de la propuesta elaborada por la estudiante Sarita Burga.

Es todo cuanto informo;



\_\_\_\_\_  
Firma

Fecha:19/11/2021

<b>Apellidos y nombres:</b>	Mariela Stacy Solano Lavado		
<b>Profesional en:</b>	Licenciada en Turismo y Hotelería	<b>Título / grado</b>	Licenciada / Doctora
<b>Experiencia en años:</b>	15 años	<b>Experto en:</b>	Turismo
<b>DNI:</b>	09911082	<b>Celular:</b>	993603755
		<b>Relación con la entidad</b>	Docente

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

**Título de la investigación:** Turismo gastronómico en el circuito turístico de una Granja Ecológica en Lurín, 2021

**Nombre de la propuesta:** Implementación de plataformas digitales para el desarrollo del Turismo Gastronómico en el circuito turístico de una Granja Ecológica en Lurín, 2021

Yo, **Ernesto Piero Bazzetti De los Santos** identificado con DNI Nro. **09858843** Especialista en **Turismo y Hotelería** Actualmente laboro en la **Universidad Privada Norbert Wiener** Ubicada en **Lima** Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, subcategoría e ítem bajo los criterios:

**Pertinencia:** La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

**Relevancia:** Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

**Construcción gramatical:** se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.


Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X							
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X							
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X							
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X							
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X							
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X							
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X							

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X							
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X							
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X							

Y después de la revisión opino que:

El tema es interesante, porque explora formas de comercialización acordes a los tiempos actuales en un sector no estudiando anteriormente.

Es todo cuanto informo;



Firma

Fecha: 22.11.2021

<b>Apellidos y nombres:</b>	Bazzetti De los Santos, Ernesto Piero		
<b>Profesional en:</b>	Turismo y Hotelería	<b>Título / grado</b>	Maestro en Turismo y Hotelería con mención en Administración Turística y Hotelera
<b>Experiencia en años:</b>	26	<b>Experto en:</b>	Turismo y Hotelería
<b>DNI:</b>	09858843	<b>Celular:</b>	975359119
		<b>Relación con la entidad</b>	Docente Tiempo Completo

**Anexo 6: Base de datos (instrumento cuantitativo)**

Nro.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
2	3	5	5	5	5	4	4	2	4	5	1	3	3	4	1
3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	5	3
4	3	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	2	5	3	5	3
6	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	5	5	4	5	4
7	3	3	3	4	3	3	4	2	4	2	4	5	3	5	2
8	3	3	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	2	5	3
9	2	5	4	4	5	5	4	2	4	2	2	3	2	5	2
10	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
12	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	3	3	3	5	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	3
14	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	1	5	5
16	4	4	4	5	5	4	4	2	5	4	4	5	3	5	3
17	3	4	4	4	4	5	4	2	4	1	4	4	4	4	4
18	3	2	2	3	3	5	4	1	5	2	5	5	4	5	2
19	3	4	4	4	4	3	4	2	4	1	3	2	3	4	2
20	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	4	3	4	1	4	3	3	4	5	4
24	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	5	4
25	4	4	4	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	2
26	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4
27	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	3	5	3
29	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
30	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
31	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
32	3	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4
33	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4
34	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4
35	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
36	3	4	4	4	4	4	4	2	5	3	4	4	4	5	3
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	3
39	3	3	5	5	5	4	5	2	4	3	4	5	4	5	4
40	3	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	5	3	5	4

41	4	5	5	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4
42	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	5	3
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	3	5	3
44	3	3	5	5	5	4	5	3	5	3	3	4	3	5	3
45	4	4	5	5	5	4	3	1	5	3	5	5	3	4	3
46	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	3	1	3
47	4	4	4	5	4	2	4	3	4	3	3	4	3	5	3
48	4	3	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	3	5	3
49	3	5	5	5	5	5	5	2	5	2	4	4	4	5	4
50	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
51	1	1	1	1	1	3	2	3	1	2	1	1	2	2	3
52	5	5	5	4	5	5	5	3	5	2	5	5	4	5	4
53	3	4	4	4	4	4	4	1	3	1	3	4	2	4	1
54	4	4	5	5	5	4	2	4	2	5	5	4	5	4	4
55	4	4	4	5	5	5	4	2	4	2	4	5	4	5	2
56	3	4	4	4	4	3	3	3	5	2	3	4	3	5	3
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1
58	4	4	5	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	2
59	5	4	4	5	5	5	4	2	4	2	5	4	4	4	3
60	3	3	4	5	5	5	3	3	5	5	3	5	3	4	3
61	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5
62	4	3	4	4	4	3	4	3	5	3	4	5	4	5	4
63	5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	2
64	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4
65	4	4	4	5	5	5	5	1	4	4	3	5	3	5	3
66	3	4	5	5	5	2	4	3	4	2	4	5	4	5	4
67	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
68	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
69	5	5	4	5	4	4	5	3	5	3	5	5	3	5	3
70	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
71	4	5	5	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	3
72	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	3	5	3
73	3	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	5
74	4	4	5	5	5	4	5	3	5	3	3	5	4	5	4
75	3	4	3	3	4	5	5	4	1	3	4	5	4	4	1
76	1	4	5	4	3	3	3	2	3	1	3	3	1	4	1
77	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4
78	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
79	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4
80	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
81	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4
82	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3
83	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
84	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4

<b>85</b>	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
<b>86</b>	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4
<b>87</b>	4	4	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4
<b>88</b>	4	4	5	5	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4
<b>89</b>	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4
<b>90</b>	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4
<b>91</b>	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	2	2	3	1
<b>92</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3
<b>93</b>	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	1
<b>94</b>	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	3	2	2	1

## Anexo 7: Transcripción de las entrevistas y/o informe del análisis documental

### Matriz de respuestas Gerente General

Nro.	Preguntas ( Gerente General)	Respuestas
1	¿Cómo demuestran la responsabilidad social en la comunidad de Lurín?	Nuestro enfoque está dirigido a niños de edad escolar (nivel inicial y primaria) es por ello que tres a cuatro veces al año invitamos a los colegios de bajos recursos de nuestra localidad a ser parte de nuestros talleres educativos, en la cual se basa en el cuidado y conservación del medio ambiente.
2	¿Cómo la Granja Ecológica cuida del medio ambiente?	<p>Utilizamos el principio de las 3 R: REDUCIR-RECICLAR –REUTILIZAR</p> <p>Como son las botellas de plástico, el cual le damos un uso; como es la fabricación de regaderas artesanales y comederos para los animales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Otro punto muy importante es aprovechar los desechos orgánicos (desperdicios de comida que dejan las familias), en la cual se reutiliza para preparar abonos naturales como es el humus y el compost.</li> <li>• La chacra se ubica cerca al río Lurín , en la cual comunidades tiran sus desechos al mismo río, generando un impacto negativo y perjudicial en el medio ambiente, por ello nosotros mediante un proceso de filtración de forma ecológica(uso de plantas acuáticas filtrantes) reutilizamos esa agua servidas, para poder utilizarlo en nuestros sembríos y cultivos hidropónicos ( apio, lechuga, espinaca, rabanitos) y brindarle alimento a los animales que habitan en la granja.</li> </ul>
3	¿Cuál es el estado del acceso y ubicación a la Granja Ecológica la Chacra se encuentra en buen estado?	El acceso es fácil de ubicar, estamos cerca de la avenida; sin embargo, faltan carteles de señalización.
4	¿Los servicios turísticos ofrecidos son variados, o hay que mejorar?	Brindamos una buena alternativa a las familias con respecto a los talleres que ofrecemos: taller de animales exóticos, taller de aves acuáticas, taller de granja; taller de peces, taller de anfibios y reptiles; taller de huerta; taller de panadería, taller de pintado de macetas. Sin embargo, consideramos que estos talleres se deben mejorar, implementando más material didáctico y lúdico.
5	¿Considera que los desempeños laborales de los trabajadores cumplen con las expectativas, o hay que mejorar en algún punto? ¿Qué aspectos hay que mejorar de los trabajadores de la granja?	El desempeño laboral de los trabajadores si cumplen con las expectativas, al momento de atender al turista, pero hay puntos que mejorar y uno de ellos es, al momento de realizar la limpieza no dejan los utensilios en el lugar donde se encuentran.



6	¿Existe una buena comunicación entre la administración y el área de restaurante, o hay que mejorar?	La comunicación entre ambas áreas si existe una buena comunicación, pero hay que mejorar en el aspecto cuando realizan una reserva de última hora y algunas veces no comunican al área de restaurante.
---	---	--

### Matriz de respuestas Coordinadora

Nro.	Preguntas (Coordinadora)	Respuestas
1	¿Cómo demuestran la responsabilidad social en la comunidad de Lurín?	Nuestro enfoque está dirigido a niños de edad escolar (nivel inicial y primaria) es por ello que tres a cuatro veces al año invitamos a los colegios de bajos recursos de nuestra localidad a ser parte de nuestros talleres educativos, en la cual se basa en el cuidado y conservación del medio ambiente.
2	¿Cómo la Granja Ecológica cuida del medio ambiente?	Utilizamos el principio de las 3 R: REDUCIR-RECICLAR –REUTILIZAR Como son las botellas de plástico, el cual le damos un uso; como es la fabricación de regaderas artesanales y comederos para los animales. <ul style="list-style-type: none"> <li>Otro punto muy importante es aprovechar los desechos orgánicos (desperdicios de comida que dejan las familias), en la cual se reutiliza para preparar abonos naturales como es el humus y el compost.</li> <li>La chacra se ubica cerca al río Lurín , en la cual comunidades tiran sus desechos al mismo rio, generando un impacto negativo y perjudicial en el medio ambiente, por ello nosotros mediante un proceso de filtración de forma ecológica(uso de plantas acuáticas filtrantes) reutilizamos esas agua servidas, para poder utilizarlo en nuestros sembríos y cultivos hidropónicos ( apio, lechuga, espinaca, rabanitos) y brindarle alimento a los animales que habitan en la granja.</li> </ul>
3	¿Cuál es el estado del acceso y ubicación a la Granja Ecológica la Chacra se encuentra en buen estado?	El acceso es fácil de ubicar, estamos cerca de la avenida; sin embargo, faltan carteles de señalización.
4	¿Los servicios turísticos ofrecidos son variados, o hay que mejorar?	Brindamos una buena alternativa a las familias con respecto a los talleres que ofrecemos: taller de animales exóticos, taller de aves acuáticas, taller de granja; taller de peces, taller de anfibios y reptiles; taller de huerta; taller de panadería, taller de pintado de macetas.

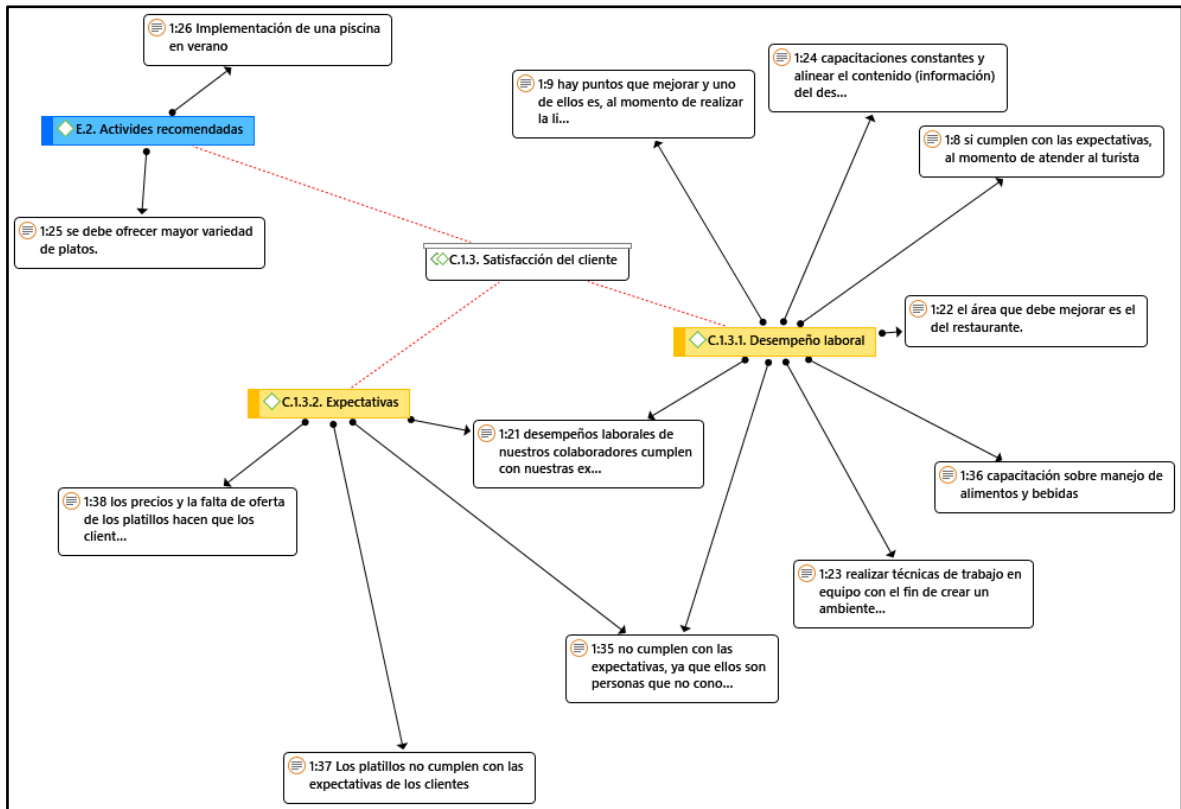
		Sin embargo, consideramos que estos talleres se deben mejorar, implementando más material didáctico y lúdico.
5	¿Considera que los desempeños laborales de los trabajadores cumplen con las expectativas, o hay que mejorar en algún punto? ¿Qué aspectos hay que mejorar de los trabajadores de la granja?	<p>El personal que trabaja en la granja se divide en cuatro áreas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Área del mantenimiento de las instalaciones</li> <li>-Área de coordinación de talleres y actividades con las familias</li> <li>-Área del restaurante</li> <li>-Área de marketing y venta</li> </ul> <p>Considero que los desempeños laborales de nuestros colaboradores cumplen con nuestras expectativas, sin embargo, el área que debe mejorar es el del restaurante.</p> <p>Se debe fortalecer la confianza y la comunicación entre ellos.</p> <p>Ser más permisible al cambio e innovación, implementar tecnología que permita mejorar y agilizar los procesos en la toma de los pedidos</p> <p>Colaboradores en el área de talleres:</p> <p>Aspectos a mejorar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe controlar las horas de ingreso y salidas.</li> <li>• Se debe supervisar el desempeño de cada guía en relación con los grupos familiares.</li> <li>• Se debe hacer capacitaciones constantes y alinear el contenido (información) del desarrollo y manejo de los talleres.</li> <li>• Se debe realizar técnicas de trabajo en equipo con el fin de crear un ambiente laboral amigable y fortalecer el compañerismo entre todos</li> </ul>
6	¿Qué otras actividades recomiendan los clientes que se ofrezcan en la Granja?	Según las encuestas, nos indican que se debe ofrecer mayor variedad de platos. Implementación de una piscina en verano

## Matriz de respuestas Encargado área restaurante

Nro.	Preguntas (Área restaurante)	Respuestas
1	¿Cómo demuestran la responsabilidad social en la comunidad de Lurín?	Nuestro enfoque está dirigido a niños de edad escolar (nivel inicial y primaria) es por ello que tres a cuatro veces al año invitamos a los colegios de bajos recursos de nuestra localidad a ser parte de nuestros talleres educativos, en la cual se basa en el cuidado y conservación del medio ambiente.
2	¿Cómo la Granja Ecológica cuida del medio ambiente?	<p>Utilizamos el principio de las 3 R: REDUCIR-RECICLAR –REUTILIZAR</p> <p>Como son las botellas de plástico, el cual le damos un uso; como es la fabricación de regaderas artesanales y comederos para los animales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Otro punto muy importante es aprovechar los desechos orgánicos (desperdicios de comida que dejan las familias), en la cual se reutiliza para preparar abonos naturales como es el humus y el compost.</li> <li>• La chacra se ubica cerca al río Lurín, en la cual comunidades tiran sus desechos al mismo río, generando un impacto negativo y perjudicial en el medio ambiente, por ello nosotros mediante un proceso de filtración de forma ecológica (uso de plantas acuáticas filtrantes) reutilizamos esas aguas servidas, para poder utilizarlo en nuestros sembríos y cultivos hidropónicos (apio, lechuga, espinaca, rabanitos) y brindarle alimento a los animales que habitan en la granja.</li> </ul>
3	¿Cuál es el estado del acceso y ubicación a la Granja Ecológica la Chacra se encuentra en buen estado?	El acceso es fácil de ubicar, estamos cerca de la avenida; sin embargo, faltan carteles de señalización.
4	¿Los platillos ofrecidos son variados, o hay que implementar una nueva carta?	Los platillos que se ofrecen no son tan variados, ya que solo se ofrecen solo tres platos, tales como Nuggets, pollo al cilindro y chanco ahumado al cilindro, si es necesario implementar una nueva carta, donde se pueda agregar arroz con pato o comida criolla, o chifas, etc,
5	¿Considera que los desempeños laborales de los trabajadores cumplen con las expectativas, o hay que mejorar en algún punto? ¿Qué aspectos hay que mejorar de los trabajadores del área del restaurante?	Los trabajadores no cumplen con las expectativas, ya que ellos son personas que no conocen mucho del área de cocina, necesitarías una capacitación sobre manejo de alimentos y bebidas, es difícil contratar un profesional en cocina porque solo se trabaja 3 días de semana, no hay una estabilidad de trabajo.

6	¿Los platillos ofrecidos dentro del restaurante, cumplen con las expectativas del cliente? ¿Qué otros platillos han sugerido los clientes para incorporar dentro de la chacra?	Los platillos no cumplen con las expectativas de los clientes a un 25%, y ese porcentaje es los que piden delivery o llevan su propia comida, los precios y la falta de oferta de los platillos hacen que los clientes prefieran comprar comida en otros lugares.





**Figura 25.**

*Pantallazo Atlas. Ti 3*

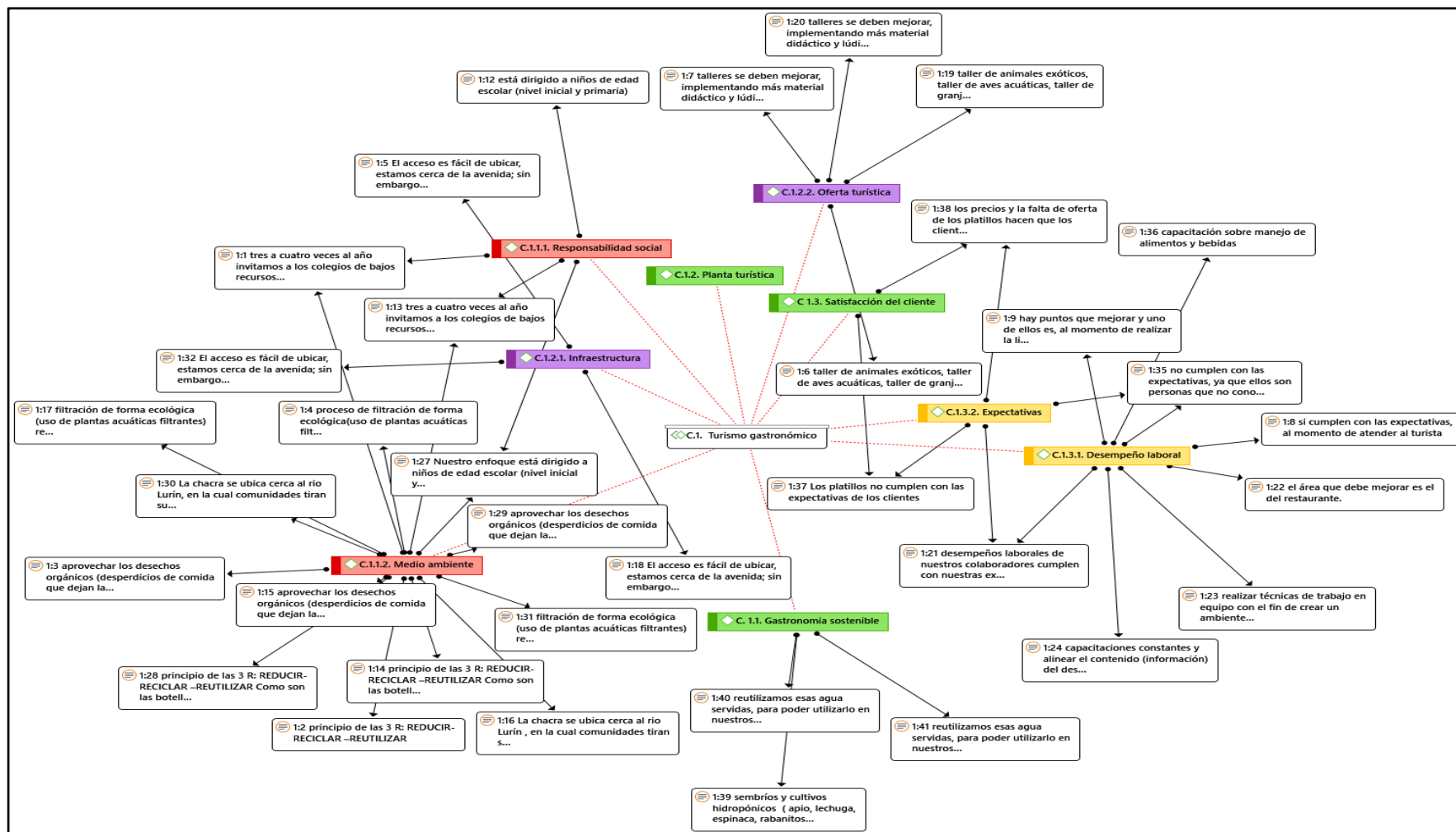


Figura 26.

Pantallazo Atlas. Ti 4