



Universidad  
Señor de Sipán

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS**

**TESIS**

**“Diagnóstico de la Oferta Gastronómica, para Fortalecer  
la Actividad Turística del Distrito de Monsefú”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO Y NEGOCIOS**

**Autor:**

**Bach. Gordillo Orozco John Luis**

**ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-8033-3432>**

**Asesor(a):**

**Mg. Reyes Arroyo Carlos André**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0395-2950>**

**Línea de Investigación**

**Gestión, Innovación, Emprendimiento y Competitividad que  
Promueva el Crecimiento Económico Inclusivo y Sostenido**

**Sublínea de Investigación**

**Planificación y Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos**

**Pimentel – Perú 2023**

**Aprobación del jurado**

**“DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA  
ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ”**

**Asesor**

\_\_\_\_\_  
MG. REYES ARROYO CARLOS ANDRÉ

**Presidente**

\_\_\_\_\_  
DRA. CAYOTOPA YLATOMA CILENNY

**Secretario**

\_\_\_\_\_  
MG. ESPINOZA REQUEJO CINTHY CATHERYNE

**Vocal**

\_\_\_\_\_  
DR. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO

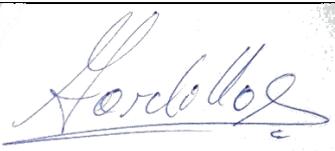
**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy Gordillo Orozco John Luis del Programa de Estudios de Turismo y negocios de la Universidad Señor de Sipán S.A.C. declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado

**DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédita, original y auténtica.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Apellidos y Nombres	DNI	Firma
Bach. Gordillo Orozco John Luis	42464180	

Pimentel 16 de octubre del 2023

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado a nuestro Dios et la familia Gordillo Orozco por el amor que me brinda día a día y estar en todos los tiempos para brindarme ese apoyo incondicional que me hace sentir Bendecido; por la educación que me brindó en principios y valores convirtiéndose en virtudes que han hecho de mis días los mejores y a todos los que estuvieron presente en mi vida universitaria.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios y a quienes permitieron que el presente trabajo de investigación se desarrolle con éxito; a la Municipalidad Distrital de Monsefú por brindarme su apoyo incondicional, a quienes brindaron aportes importantes que condujeron el tema de investigación, a los que mostraron interés, a quienes con su participación y todo lo que me pudieron brindar permitieron que yo pueda culminar la presente tesis.

## Índice

<b>RESUMEN.....</b>	<b>9</b>
<b>I INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>14</b>
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	14
1.1.1 <i>Antecedentes de estudio</i> .....	18
1.1.2 <i>Justificación e importancia del estudio</i> .....	23
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	23
1.3 HIPÓTESIS .....	23
1.4 OBJETIVOS .....	23
1.5 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA .....	24
1.5.1 <i>Oferta gastronómica</i> .....	24
1.5.2 <i>Actividad turística</i> .....	30
<b>II MATERIAL Y MÉTODO .....</b>	<b>32</b>
2.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	32
2.2 VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN .....	33
2.2.1 <i>Variables</i> .....	33
2.2.2 <i>Operacionalización</i> .....	34
2.3 POBLACIÓN DE ESTUDIO, MUESTRA, MUESTREO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN .....	38
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	39
2.5 PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	44
2.6 CRITERIOS ÉTICOS .....	44
<b>III RESULTADOS.....</b>	<b>46</b>
3.1 RESULTADO EN TABLAS Y FIGURAS .....	46
3.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	71
3.3 PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN .....	82
<b>IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>99</b>
4.1 CONCLUSIONES .....	99
4.2 RECOMENDACIONES.....	100
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>104</b>

## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla II.1 Definición conceptual de las variables en estudio</i> .....	33
<i>Tabla II.2 Operacionalización de la variable independiente</i> .....	34
<i>Tabla II.3 Operacionalización de la variable dependiente</i> .....	37
<i>Tabla II.4 Monsefú: Indicadores mensuales de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo, (oct-dic) 2021</i> .....	38
<i>Tabla II.5 Estructura dimensional de variables para la encuesta</i> .....	41
<i>Tabla II.6 Estructura dimensional de escala de Likert</i> .....	42
<i>Tabla II.7 Estructura dimensional de variables para la entrevista</i> .....	43
<i>Tabla II.8 Criterios éticos de la investigación</i> .....	45
<i>Tabla III.1 ¿Cuál es su lugar de procedencia?</i> .....	46
<i>Tabla III.2 ¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico?</i> .....	48
<i>Tabla III.3 ¿Cómo considera a Monsefú, en cuanto a servicios orientados, a la alimentación para recibir al turista?</i> .....	49
<i>Tabla III.4 ¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es considerado por Usted?</i>	50
<i>Tabla III.5 ¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?</i>	51
<i>Tabla III.6 ¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?</i>	52
<i>Tabla III.7 ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?</i>	53
<i>Tabla III.8 ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?</i> .....	54
<i>Tabla III.9 ¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?</i> .....	55
<i>Tabla III.10 ¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?</i> .....	55
<i>Tabla III.11 ¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?</i> .....	56
<i>Tabla III.12 ¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?</i> .....	57
<i>Tabla III.13 ¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?</i> .....	58
<i>Tabla III.14 ¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?</i> .....	59
<i>Tabla III.15 ¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?</i> .....	61
<i>Tabla III.16 ¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?</i> .....	62
<i>Tabla III.17 ¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?</i> .....	62
<i>Tabla III.18 ¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?</i> .....	63
<i>Tabla III.19 ¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?</i> .....	65
<i>Tabla III.20 ¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?</i> .....	65
<i>Tabla III.21 Datos de los entrevistados</i> .....	67
<i>Tabla III.22 Respuesta de los participantes a quienes se les aplicó la entrevista</i> .....	68
<i>Tabla III.23 Contrastación de respuestas de los entrevistados</i> .....	69
<i>Tabla III.24 FODA Oferta gastronómica del distrito de Monsefú</i> .....	77
<i>Tabla III.25 Padrón restaurantes 2021</i> .....	81

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura I.1</i>	<i>Categorización de restaurantes.....</i>	<i>29</i>
<i>Figura III.1</i>	<i>¿Cuál es su lugar de procedencia?.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura III.2</i>	<i>¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico? .....</i>	<i>48</i>
<i>Figura III.3</i>	<i>¿Cómo conciedera a Monsefú, en cuanto a servicios orientados, a la alimentación para recibir al turista?.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura III.4</i>	<i>¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es considerado por usted? .....</i>	<i>50</i>
<i>Figura III.5</i>	<i>¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted? .....</i>	<i>51</i>
<i>Figura III.6</i>	<i>¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura III.7</i>	<i>¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura III.8</i>	<i>¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?.....</i>	<i>54</i>
<i>Figura III.9</i>	<i>¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo? .....</i>	<i>55</i>
<i>Figura III.10</i>	<i>¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura III.11</i>	<i>¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes? .....</i>	<i>57</i>
<i>Figura III.12</i>	<i>¿Considera usted la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria? .....</i>	<i>58</i>
<i>Figura III.13</i>	<i>¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio? .....</i>	<i>59</i>
<i>Figura III.14</i>	<i>¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura III.15</i>	<i>¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?.....</i>	<i>61</i>
<i>Figura III.16</i>	<i>¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura III.17</i>	<i>¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura III.18</i>	<i>¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura III.19</i>	<i>¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?.....</i>	<i>65</i>
<i>Figura III.20</i>	<i>¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico? .....</i>	<i>66</i>
<i>Figura III.21</i>	<i>Mapa de Ruta. ....</i>	<i>88</i>
<i>Figura III.22</i>	<i>Pepián de pava.....</i>	<i>89</i>
<i>Figura III.23</i>	<i>Arroz con pato.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura III.24</i>	<i>Causa monsefuana.....</i>	<i>91</i>
<i>Figura III.25</i>	<i>Arroz con cabrito .....</i>	<i>92</i>
<i>Figura III.26</i>	<i>Stand J del paseo artesanal .....</i>	<i>93</i>
<i>Figura III.27</i>	<i>Logo de la propuesta de la investigación .....</i>	<i>98</i>

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo primordial determinar la oferta gastronómica que presenta el distrito de Monsefú, para fortalecer la actividad turística, la que a su vez estará basada en una ruta gastronómica integrada por restaurantes, los más representativos del distrito. Asimismo, se diagnosticará la oferta gastronómica existencial del distrito a través de un FODA, se determinará la relación contable de restaurantes orientados al expendio de la oferta gastronómica monsefuana y la propuesta culinaria, para el fortalecimiento de la actividad turística-gastronómica en este distrito.

La metodología utilizada fue mixta no experimental, la población estuvo integrada por turistas del ámbito interno y receptor que arriban al distrito de Monsefú, el muestreo fue no probabilístico y estuvo integrado por 100 turistas, las entrevistas estuvieron dirigidas a actores claves de la investigación. Los instrumentos de recolección de datos utilizados, fueron la encuesta y entrevista; la encuesta compuesta por dos preguntas sueltas y dieciocho preguntas en escala de Likert, las cuales fueron aplicadas en puntos turísticos estratégicos del distrito de Monsefú; las entrevistas fueron aplicadas a los administrativos de los restaurantes más representativos y al Stand 27 Jotta del paseo artesanal dedicado a la elaboración de la bebida tradicional Chicha del distrito monsefuano, donde los turistas disfrutaban la diversificada gastronomía, reflejado por las encuestas.

El análisis de los datos fue hecho a través del programa Excel; los resultados reflejan que los turistas que visitan la ciudad debido a la emergencia sanitaria producida por la COVID 19 pertenecen en su mayoría al turismo interno y optan por la comida tradicional; como conclusión el diseño y creación de la ruta gastronómica fortalecerá la actividad turística en este sector, diversificará la oferta turística actual, creará fuentes alternas de ingreso económico y permitirá dinamizar las economías mejorando la calidad de vida de los pobladores dedicados al servicio de alimentación.

**Palabras claves: Oferta gastronómica, Actividad turística.**

## **Abstract**

The main objective of this research is to determine the gastronomic offer of the district of Monsefu, in order to strengthen the tourist activity, which in turn will be based on a gastronomic route composed of restaurants, the most representative of the Monsefu district. Likewise, the existential gastronomic offer of the district will be diagnosed through a SWOT, as well as the accounting ratio of restaurants oriented to the sale of monsefuano's gastronomic offer and the culinary proposal, in order to strengthen the tourist-gastronomic activity in this district.

The methodology used was mixed non-experimental, the population consisted of domestic and inbound tourists arriving in the district of Monsefu, the sampling was non-probabilistic and consisted of 100 tourists, the interviews were directed to key actors of the research. The data collection instruments used were the survey and interview; the survey consisted of two single questions and eighteen questions on a Likert scale, which were applied in strategic tourist points of the district of Monsefu; the interviews were applied to the administrative staff of the most representative restaurants and to Stand 27 Jotta of the artisan walk dedicated to the elaboration of the traditional drink Chicha of the Monsefu district, where tourists enjoy the diversified gastronomy, reflected by the surveys.

The data analysis was done through the Excel program; the results reflect that tourists visiting the city due to the sanitary emergency produced by COVID 19 belong mostly to domestic tourism and opt for traditional food; In conclusion, the design and creation of the gastronomic route will strengthen Tourism activity in this sector, will diversify the current tourist offer, will create alternative sources of economic income and will allow to dynamize the economies improving the quality of life of the inhabitants dedicated to the food service.

**Key words: Gastronomic offer, Tourism activity.**

## INTRODUCCIÓN

La gastronomía peruana ha sido galardonada por la World Travel Awards por décima vez como mejor destino culinario del mundo y 9 veces como mejor destino culinario de Sudamérica, esto gracias a la biodiversidad, la tradición ancestral, las técnicas culinarias heredadas de la historia, al mestizaje y su sabor. La variedad de sus platos nació a medida que el mestizaje crecía o mientras los inmigrantes llegaban a los diferentes puertos del Perú. El norte del Perú ha albergado culturas importantes como la cultura sicán, mochica, Chachapoyas y Chimú. El distrito de Monsefú ubicado en la costa norte de Perú, alberga un importante legado gastronómico basado en la agricultura, la ganadería, la pesca actividades que han permitido que la gastronomía trascienda de generación en generación hasta el día de hoy convirtiendo al distrito monsefuano en un destino gastronómico a nivel nacional.

La investigación lleva por título diagnóstico de la oferta gastronómica, para fortalecer la actividad turística del distrito de Monsefú. Monsefú no es exento del acontecer gastronómico mundial. Actualmente la oferta gastronómica del distrito de Monsefú resulta realmente interesante, dentro de la diversificada gama de platos típicos es una referencia a nivel nacional en la preparación de bebidas como la chicha a base de maíz y diferentes frutos que vienen del interior del país.

Hoy en día la gastronomía ha tomado un papel muy importante en la generación de divisas para el país y la creación de nuevas alternativas económicas para el desarrollo de zonas rurales aledañas a la ciudad. Esta necesidad de determinar la oferta gastronómica que presenta el distrito de Monsefú ha sido planteada en base a las referencias internacionales estudiadas y permitirá la creación de productos orientados al sector turismo y por ende el fortalecimiento de la actividad turística en este sector del país.

El aporte teórico fundamental del estudio ha sido la creación de una ruta gastronómica, para fortalecer la actividad turística del distrito de Monsefú. El diseño y

creación de una ruta gastronómica, busca intervenir en el sector de manera de mejorar la oferta turística existente a través de un producto de calidad que permita la obtención de beneficios directos a los empresarios turísticos asociados a la ruta. Las rutas gastronómicas implican la cooperación entre diferentes áreas que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico, social y cultural; ayuda a articular diversos puntos gastronómicos con la finalidad de dar a conocer el patrimonio alimentario, gastronómico y facilita la comercialización de productos alimenticios mejorando la calidad de vida de la población.

Para el logro del objetivo, la investigación se realizó con una metodología mixta, la parte cualitativa comprendida por la entrevista, la parte cuantitativa comprendida por la encuesta y diseño no experimental. Las encuestas estuvieron dirigidas a los turistas del ámbito interno y receptor que arriban al distrito de Monsefú, luego de este proceso y para la obtención de resultados, se usaron las tablas Microsoft Excel. Para el diseño de la entrevista se utilizó Microsoft Word que se presentó a los restaurantes elegidos a mi criterio basándome en el diseño de la investigación.

Esta investigación comprende 4 capítulos:

El Capítulo I está comprendido por la realidad problemática, los antecedentes de estudio en el contexto internacional, nacional y local, las teorías relacionadas al tema de investigación, la formulación del problema, la justificación e importancia del estudio, la hipótesis hasta concretar en los objetivos.

El Capítulo II se precisa la metodología de la investigación científica donde se considera el tipo de estudio y el diseño de la investigación. También se señala la población y muestra, las variables mediante la definición conceptual y operacional, las técnicas e instrumentos para la recolección de datos, la validez y confiabilidad, el procedimiento de análisis de datos, los criterios éticos y por último los criterios de rigor científico.

En el capítulo III se constituye la presentación de los resultados en tablas y figuras, igualmente se reporta los resultados de la entrevista, la discusión de los resultados y para culminar la propuesta de la investigación que incluye detalladamente las características, componentes y la descripción de la aplicación de la metodología para su desarrollo.

En el capítulo IV se presentan las conclusiones y recomendaciones que la presente investigación buscó contribuir al estudio, las referencias bibliográficas y anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **I INTRODUCCIÓN**

El presente capítulo del informe engloba la problematización de la investigación en los contextos a nivel internacional, nacional y local; así como también, los antecedentes de estudio en sus tres niveles, las teorías, la formulación del problema, la justificación e importancia; además, la hipótesis y objetivos de la investigación.

#### **1.1 Realidad problemática**

En la actualidad el distrito de Monsefú da a mostrar una gran demanda en lo que respecta al turismo en su distrito, basada en productos tradicionales tales como el turismo religioso y cultural pasando por alto el potencial gastronómico que ostenta y los beneficios que este pueda aportar ya que a partir de este se puede generar la afluencia de visitantes y fortalecer la actividad turística del mismo modo beneficiar a los empresarios dedicados al servicio de alimentación de este distrito. Por otro lado, la informalidad y la ausencia de certificaciones por parte del MINSA y organismos encargados al crecimiento responsable del turismo, en el contexto de la COVID 19 es causado muchas veces por la débil gestión, el desconocimiento en temas orientados al sector turismo por parte del ente gubernamental y la falta de organización de los interesados. Asimismo, la emergencia sanitaria por la cual atraviesa el país producida por la COVID 19 ha ocasionado una recesión en la afluencia del turismo afectando directamente el desarrollo de la actividad turística.

La oferta gastronómica actual del distrito de Monsefú debido a la globalización y las nuevas tendencias en cocina ha sufrido cambios perdiendo la forma tradicional de preparar los platos lo cual identifica a una sociedad con su legado gastronómico y está siendo reemplazada por junk & fast food opacando el potencial gastronómico que ostenta este distrito. El desarrollo de estas nuevas tendencias en gastronomía provocará

la pérdida de un importante flujo de turistas. El turismo gastronómico es generador de ingresos económicos, la oferta gastronómica juega un rol importante en la promoción y desarrollo del turismo porque generan oportunidad de oferta laboral, impulsando así la creación de nuevos productos que pueda ofrecer Monsefú como destino turístico, la producción de alimentos, empleo, la convivencia en las naciones y es un importante soporte al turismo ya que el turista de ahora busca adentrarse en las zonas rurales para conocer su gente y la cultura gastronómica de los países que visita.

### **Contexto Internacional**

(L., 2019) realizó una investigación relacionada al impacto causado por la inadecuada actividad turística sobre la fauna silvestre. En Costa Rica el turismo es la principal fuente de ingresos económicos y atrae a visitantes de diferentes partes del mundo, entre los sitios preferidos por los turistas están las áreas de conservación de fauna silvestre. Sin embargo, la fauna silvestre es muchas veces utilizada como mercancía por los residentes de estas zonas turísticas para atraer a más visitantes, quienes están dispuestos a pagar sumas de dinero por tomarse una foto con una especie exótica afectando el ecosistema de la fauna silvestre. Además, muchos de ellos son extraídos de su hábitat para ser exhibidos y mantenidos en cautiverio sin las condiciones adecuadas. Este estudio se orienta a resolver la problemática mediante la ejecución de políticas reguladoras de la actividad turística que depende en buena parte de la consciencia que puedan tomar los turistas y su aprendizaje.

(D. H. , 2018) resaltó la importancia de la gastronomía tradicional de una región integrada por recetas culinarias heredadas por el paso del tiempo. Hoy en día la culinaria de una determinada región es motivo suficiente para generar afluencia turística y saborear sus platos tradicionales, los cuales reflejan la cultura y los insumos de una determinada zona. La cocina tradicional cordobesa es valorada positivamente por el turismo y el empresariado cuyo objeto es el turismo gastronómico. El turismo es uno de

los sectores estratégicos del sistema económico español y es hoy en día una de las acciones más importantes para la generación de empleo.

(B. R. , 2020) enfatizó la importancia del desarrollo de políticas orientadas a la actividad turística en A Coruña. Este municipio debido al abandono de sus autoridades carece de natalidad, recursos y estrategias que imposibilitan el desarrollo integral de esta zona rural. El conglomerado empresarial está compuesto por pequeñas empresas familiares e independientes con productos óptimos, emprendimientos de manera variada que se orientan al sector turístico. El municipio de A Coruña cuenta con recursos y atractivos no puestos en valor aún, por lo que este estudio pretende establecerse.

### **Contexto Nacional**

(T., 2018) aseveró que el uso del manual de buenas prácticas medioambientales en los establecimientos de restauración del Centro Histórico de Lima, mitigará la generación de impactos de la actividad turística. La principal motivación de esta propuesta es debido a los impactos generados al medio ambiente por la inadecuada actividad turística desarrollada de manera descontrolada y no sostenible, lo cual genera una cadena de efectos negativos alcanzando diversos sectores económicos. Las (BPM) son lineamientos que pueden aplicarse en diferentes procesos productivos y de servicio que pretenden mitigar la generación de impactos negativos a través de la optimización del consumo de agua, energía y el manejo de residuos; esto generará una serie de beneficios al medio ambiente y a la economía.

(D. L. , 2018) realizó un estudio orientado a la actividad turística como alternativa de desarrollo local sostenible en San Jerónimo Andahuaylas. La actividad turística se ha convertido en uno de los medios más atractivos para las actividades económicas del país fortaleciendo el sector económico, así como también influye en las actividades de otros ámbitos como son el social, cultural, educativo y comunitario. Andahuaylas alberga atractivos arqueológicos y gran parte de ellos se encuentran en el distrito de San Jerónimo. El conocer las estadísticas de la actividad turística en este sector permitirá

desarrollar proyectos para generar afluencia turística aprovechando y haciendo uso los recursos turísticos de manera sostenible permitiendo mejorar la actividad turística la cual funcionará como alternativa de desarrollo local sostenible.

### **Contexto Local**

(A. A. , 2017) denotó la importancia de desarrollar un plan estratégico empresarial para el restaurante Hebrón, ya que en los últimos años había presentado desarrollo contribuyendo de una manera muy valiosa al PBI, gracias a las políticas integradoras del gobierno. El restaurante Hebrón no es ajeno a esta realidad por lo que este estudio pretende realizar un diagnóstico integral y permitir a una organización competir de manera exitosa dentro del entorno en que se ve rodeada, asegurándose y consolidándose la visión organizacional.

Esta propuesta surge a partir de la cantidad de restaurantes en la región y la competitividad generada que en su mayoría brindan un servicio deficiente. La calidad de alimentos, de servicio, tiempo de entrega, infraestructura del establecimiento y marca son elementos que generan gasto en el consumidor, esto contribuye al incremento de precios y por ende a la rentabilidad.

(Y. C. , 2018) enfatizó la importancia que tiene la identidad cultural de una localidad siendo esta como objeto de estudio para esta investigación el caserío de Bodegones en la caleta San José. La población de esta zona viene alienándose a los nuevos cambios tales como la globalización y las nuevas tendencias, perdiendo su identidad cultural y esto conlleva a que exista una marginación por parte de los habitantes que forma la localidad haciendo que pierdan esa identidad con nuestros ancestros las cuales engloban costumbres y tradiciones orales. De igual manera los pobladores del caserío ignoran temas orientados a la identidad cultural siendo este un pilar muy valioso en el de como a un futuro se potencie a nuestra región. Esta investigación pretendió realizar el fortalecimiento sobre la identificación con la cultura en sus habitantes, sobre el turismo.

(C. M. , 2018) propuso implementar la integración sobre los restaurantes más prestigiosos en la ciudad de Lambayeque, hoy en día hacer un viaje de manera determinada a un lugar turístico dentro de la región lambayecana para conocer su linaje cultural y gastronómico hoy verdaderamente es una dicha ya que en estos últimos años ha ido aumentando de una manera muy valorada. Sin embargo, las instituciones y organismos orientados al sector solo han desarrollado rutas turísticas basada en el turismo cultural, donde destacan los museos y la artesanía local, sin darle la debida importancia a la gastronomía que ostenta esta ciudad.

Organismos y entes gubernamentales orientados a este sector no han desarrollado un itinerario con más opciones turísticas para generar en el turista mayor tiempo de permanencia y por ende generar más gasto por parte de los mismos, por ello se hace necesario el desarrollo de una ruta gastronómica integrada por los principales establecimientos donde el turista pueda degustar la comida típica lambayecana e incluirla en los paquetes turísticos la cual ayudaría a generar divisas y permitirá reforzar la identidad local, poner en valor los productos típicos y por ende beneficiar a esta localidad.

### **1.1.1 Antecedentes de estudio**

#### **En el contexto internacional**

(C. G. , 2017) en su estudio nombrado, “El ciclo económico en la actividad turística”, donde enfatizó la importancia del desarrollo de estudios orientados hacia la actividad turística ya que de ella se obtiene el 10% del PBI mundial y cuyo objetivo fue estudiar la conexión existencial del movimiento económico y el turismo, la cual tuvo como resultado que el crecimiento económico español, se relaciona con actividades del sector turístico, reflejando así la importancia del turismo dentro de la economía.

(B. P. , 2017) en el desarrollo de su estudio de investigación con nombre dado como “Evaluación de la oferta gastronómica de la comuna de Ayangue”, para fomentar el

turismo dentro de su ciudad. Ayangue cuenta con una oferta gastronómica variada y exquisita. Ayangue en el Ecuador ofrece al turismo una oferta gastronómica muy atractiva, pero la temporalidad y la desinformación generan poca afluencia de visitantes en el destino. El objetivo de esta investigación estuvo orientado a determinar la propuesta gastronómica dentro de la localidad, y como resultado obtuvieron que la propuesta gastronómica en Ayangue tiene una fuerte aceptación por parte de los visitantes, por lo que el proyecto dado para promover la aceptación del turismo en dicha localidad fue exitoso.

(B. R. , 2018) en su investigación titulada “Movimiento del turismo y aceptación wixárika en la colonia Zitakua en Tepic, Nayarit”. Esta colonia se forma a inicios de los años noventa en México, donde los indios wirárika tuvieron que enfrentar procesos acelerados de mezcla de tradiciones poco propicios para la conservación de identidad de las nuevas generaciones. Este presente estudio tiene como meta conocer si el movimiento del turismo se relaciona con el reforzamiento o debilitamiento de la identidad wixárika y los factores que soportan dicho reforzamiento o debilitamiento, la cual tuvo como resultado que la actividad turística desarrollada en la colonia de Zitakua refuerza la identidad cultural de los wixárika, esto se refleja en la preferencia que tienen los turistas por el producto elaborado por los wixárika como son la artesanía y gastronomía quienes la califican como originaria. La actividad turística en esta colonia ha permitido que esta etnia preserve su identidad cultural de la cual muchos de estos nativos se benefician.

### **En el contexto nacional**

(I., 2019) en su estudio titulado “Competitividad turística y su implicancia en la actividad turística”. La aparición de nuevos productos y destinos permiten la competitividad empresarial. La actividad turística en Catacaos Piura se desarrolla bajo criterios competitivos empíricos, por lo cual el objetivo de esta investigación consistió en determinar el nivel de competitividad turística en el destino donde se obtuvo como resultado que la competitividad dentro del destino se basa en factores de producción

tales como la artesanía, gastronomía, filigrana y se logró establecer la calidad y originalidad de los productos que desarrolla este destino. La aplicación de la normativa vigente para la actividad turística permitirá al empresario cataquense competir y establecer normas que mejoren la actividad turística y la competitividad local, para atender la necesidad presentada por el turista que arriba en este destino.

(R., 2018) en su investigación titulada “Actividad turística como dinamizador económico en Zurite, provincia de Anta”, cuyo objetivo fue identificar de qué modo la actividad turística contribuye al efecto dinamizador económico en el distrito de Zurite. La cual tuvo como resultado en relación a la activación económica del distrito, que la actividad turística genera divisas, crea puestos de trabajo y permite que los visitantes interactúen con los pobladores para realizar actividades culturales, sociales. En consecuencia, podemos precisar que sin duda la actividad turística viene a ser un dinamizador económico y mejora la calidad de vida de los pobladores en este destino.

(P., 2017) en su investigación titulada “Atributos de la gastronomía tradicional del pueblo de Moche, para el desarrollo del turismo gastronómico”, cuyo objetivo fue identificar los atributos de la gastronomía tradicional del pueblo de Moche y cuyos resultados reflejan la aceptación de la gastronomía y en cuanto a platos tradicionales se obtuvo índices porcentuales favorables, se pudo notar también que un gran porcentaje de los turistas prefieren degustar la comida tradicional del pueblo de Moche. La aplicación de esta modalidad de turismo contribuirá al desarrollo del turismo gastronómico en el pueblo de Moche.

(K, 2018) realizó una investigación titulada “Aporte de la gastronomía en el turismo del distrito de Piura”, esta investigación además buscó conocer la evolución y comportamiento de la oferta de servicios de la gastronomía en el distrito de Piura, siendo estos aspectos vinculantes entre la gastronomía y el turismo. Este estudio tuvo como objetivo, determinar el aporte de la gastronomía al turismo en el distrito de Piura. La cual tuvo como resultado determinando el aporte de la gastronomía al sector turismo, el

incremento de arribos interno y receptivo generando la afluencia turística, se llegó a consolidar el prestigio del cebiche como plato bandera y la chicha como bebida tradicional. Asimismo, se determinó que la oferta gastronómica piurana y sus platos típicos influyen notoriamente como elemento vinculante entre la gastronomía y el turismo.

### **En el contexto local**

(A. B. , 2018) en su investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio en Restaurante Restobar George Puerto Eten Chiclayo Lambayeque, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas”, Este restaurante tiene como especialidad la elaboración de platos típicos de la región y sobre todo ofrece al turismo una exclusiva carta en pescados y mariscos. Sin embargo, la escasa capacitación en calidad de servicio ha originado deficiencias a nivel de equipamiento, infraestructura y gestión del servicio. Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad de servicio de este establecimiento de restauración en relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas y cuyos resultados indicaron que este restaurante cumple con el 65,52% de las dimensiones evaluadas del manual de buenas prácticas. Esta investigación concluye en que este restaurante requiere mejorar muchos aspectos para brindar un servicio de calidad.

(Y. J. , 2018) en su investigación titulada “Propuesta de una ruta gastronómica, en los principales restaurantes de la ciudad de Lambayeque”, cuyo objetivo fue proponer una ruta gastronómica integrando los principales restaurantes de la ciudad de Lambayeque, los cuales son: El Cántaro, El Rincón del Pato, El Pacífico y El Limón, información que se recabo de acuerdo a las encuestas y cuyos resultados reflejan que la gastronomía lambayecana es una de las más prestigiosas del país, asimismo Lambayeque es considerado como destino gastronómico. La implementación de una ruta gastronómica en esta ciudad contribuirá al desarrollo local, fomentará el turismo gastronómico, promocionará y dará a conocer la gastronomía lambayecana. Asimismo, el desarrollo de esta propuesta permitirá que la ciudad de Lambayeque sea reconocida por su

gastronomía y por ende contribuirá al fortalecimiento de la oferta turística. Este estudio tiene como finalidad en el cómo fortalecer el turismo en el distrito de Monsefú.

(C. C. , 2018) en su investigación titulada “Estrategia de negocio para expandir la Oferta Gastronómica del restaurant ITADAKIMASU – Chiclayo”, cuyo objetivo fue determinar las características de la estrategia de negocio para expandir la oferta gastronómica. Donde los resultados obtenidos reflejan que tanto como la comida y la calidad de servicio en este restaurant es buena encontrándose bien posicionado en el cliente el cual refiere que no existen otros restaurantes filiales y esto favorece a la empresa. Además, se realizó la matriz FODA para lograr obtener los objetivos estratégicos, se diseñaron estrategias de negocio basado en la mejora continua de Demming el cual se planteó para el plan funcional del marketing para ser desarrollado y culminar las estrategias de negocio y por ende lograr expandir la oferta gastronómica.

(M., 2020) en su investigación titulada “Acondicionamiento turístico para fortalecer la actividad turística en el Complejo Arqueológico Chotuna Chornancap, Lambayeque”. Esta área de estudio es un lugar sagrado de gran importancia y simboliza la cultura lambayecana que a su vez presenta gran potencial turístico. La OMT señala que el número creciente de nuevos destinos beneficia el desarrollo local, esta dinámica ha permitido que el turismo se convierta en una locomotora del desarrollo socioeconómico y ambiental. El objetivo del estudio consistió en analizar el acondicionamiento turístico para fortalecer la actividad turística, el cual tuvo como resultado un déficit en la infraestructura por falta de mantenimiento en sus áreas, la generación de impacto ambiental y mal manejo de residuos sólidos; estos resultados evidencian la débil gestión en el recurso y por lo tanto necesita mejoramiento en sus instalaciones turísticas para el completo disfrute de los visitantes.

### **1.1.2 Justificación e importancia del estudio**

El presente estudio se hizo con la finalidad de determinar la oferta gastronómica y generar un producto turístico en base al potencial gastronómico que posee este distrito, para fortalecer la actividad turística, promover la producción local, estimular la venta de productos tradicionales, generar mayor capacidad de consumo y promover la gastronomía monsefuana como una locomotora de desarrollo sostenible e inclusivo. Además, esta propuesta funcionará como factor identitario y cultural en este sector turístico receptor.

### **1.2 Formulación del problema**

¿Cómo evaluar la actividad del turismo como componente de mejora gastronómica en el distrito de Monsefú?

### **1.3 Hipótesis**

La oferta gastronómica es un componente de mejora ante la crisis en el sector turístico del distrito de Monsefú.

### **1.4 Objetivos**

#### **Objetivo General**

Determinar la oferta gastronómica que presenta el distrito de Monsefú, para fortalecer la actividad turística.

#### **Objetivos específicos**

1. Diagnosticar la oferta gastronómica existencial del distrito de Monsefú.
2. Determinar la relación contable de restaurantes orientados al expendio de la oferta gastronómica monsefuana.
3. Determinar la propuesta culinaria, para el fortalecimiento de la actividad turística – gastronómica en el distrito de Monsefú.

## 1.5 Teorías relacionadas al tema

### 1.5.1 Oferta gastronómica

(INNOVTUR, 2020) indica que la oferta gastronómica es brindada por el servicio de comidas y bebidas. Esta se encuentra incluida dentro del paquete que recibe el cliente, permitiendo así un acercamiento a la cultura del destino visitado. Además, la alimentación constituye una necesidad fisiológica del organismo. Los países donde se desarrolla el turismo ofrecen al mundo su cultura gastronómica que son de agrado al cliente que las recibe. Los elementos que componen la oferta gastronómica son:

#### a) Prestación del servicio

La prestación del servicio incluye aspectos como la profesionalidad, el ambiente, el trato del personal, etcétera.

**Servucción:** es la unión de las palabras servicio y producción que quiere decir, producción de servicios de calidad que buscan satisfacer la necesidad del cliente, esto mejora las perspectivas de la empresa. Los elementos fundamentales de la servucción son:

**Soporte físico:** Es la infraestructura y todos los medios físicos para la prestación del servicio.

**Personal de contacto:** Es el colaborador de la empresa, este debe cumplir con un perfil ya que son la imagen de la empresa.

**Cliente:** Es la persona o empresa que busca satisfacer necesidades, adquiriendo un producto o servicio. Además, es el elemento más importante ya que su presencia es fundamental en la empresa u organización.

**Servicio:** Es el objetivo del sistema de servucción, comprendido por el conjunto de actividades que se orientan a satisfacer la necesidad del cliente.

#### b) Producto o servicio

Es el conjunto de características que los clientes adquieren compuesto por diseño, marca, servicio al cliente y poseen la capacidad de responder a una necesidad. Es esencial que las materias primas que formen parte de ese producto sean de calidad y adecuadas a nuestra filosofía empresarial.

### **c) Precio**

Es el valor económico que se le da al producto. Debe ser equilibrado entre lo que el consumidor esté dispuesto a pagar, cubriendo costes de producción proporcionando un margen de beneficio.

### **Turista**

(MINCETUR, 2011) señala que turista es toda persona que viaja en su país o a uno distinto de su entorno habitual y su tiempo de permanencia es de por lo menos una noche, pero no superior a un año por motivo de ocio o esparcimiento.

### **Turismo gastronómico**

(OMT., 2019) señala que es un tipo de actividad turística donde la experiencia del visitante está vinculada con la comida y el contacto con las cocinas locales.

### **Destino turístico**

(MINCETUR, 2016) señala que es un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, infraestructuras, servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. Este espacio brinda al turismo productos perfectamente estructurados y orientados a la plena satisfacción del turista gracias a la puesta en valor y la priorización del mismo.

## **Gastronomía**

(OMT, 2017) señala que la gastronomía es uno de los principales motivos a la hora de decidir qué destino visitar. Asimismo, Kim (2015) señala que en determinadas ocasiones el estímulo por recorrer y descubrir una región tiene que ver, exclusivamente, con la degustación de sus especialidades culinarias. Asimismo, Apega (2009) señala que la gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente.

## **Necesidades fisiológicas de las jerarquías de Abraham Maslow**

(MASLOW, 1951) sostiene que la necesidad de alimentos, agua, cobijo y sexo son de primera prioridad. Estas necesidades estarían asociadas con la supervivencia del organismo dentro de la cual estaría el concepto de homeostasis, el cual se refiere, a los esfuerzos automáticos del cuerpo por mantener un estado normal y constante, del riego sanguíneo, lo que se asociaría con ciertas necesidades, como lo son la de alimentarse y de mantener la temperatura corporal apropiada.

## **Sistema HACCP (Análisis de Riesgo y Puntos Críticos de Control)**

(S., 2004) indica que es un sistema de prevención en la cadena de producción en el cual se identifica, evalúa, previene y se lleva un registro de todos los riesgos de contaminación. Su aplicación se basa en pruebas científicas de peligro con el objetivo de garantizar la inocuidad, seguridad y calidad de los alimentos.

## **Cultura**

Es el conjunto de expresiones de un pueblo tales como costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Asimismo, Tylor (1958) sostiene que es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la

costumbre y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre como medio de la sociedad.

### **Servicio al cliente**

(G., 2006) señala que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, las necesidades y expectativas del usuario. Además, busca asegurar la lealtad y permanencia del mismo. Entre sus características se encuentran las siguientes: es intangible, perecedero, continuo, integral.

### **Producto turístico**

(OMT, 2019) señala que es la combinación de elementos tangibles e intangibles como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés y genera una experiencia turística integral. Al respecto, Montecinos (2016) indica que la gastronomía siempre ha formado parte del producto turístico y es considerada un servicio complementario a la hora del viaje.

### **Producto gastronómico**

Es aquel que revaloriza la identidad de los recursos alimenticios tales como insumos o ingredientes, así también la revalorización de las preparaciones o procesos a los que están sometidos las variedades de platos y potajes, preservando su biodiversidad e innovando nuevas ofertas culinarias. Las características de un producto gastronómico son; presentación, calidad, precio, cantidad, disponibilidad y nutrición.

### **Calidad**

(OMT., 2003) señala que es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de necesidades, exigencias y expectativas del cliente respecto a productos y servicios, a

un precio razonable con factores que la determinan como la seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y sostenible con el entorno humano y natural.

### **Comida típica**

Es el conjunto de platos que se elaboran cotidianamente en una determinada población, los cuales son preparados con ingredientes propios del lugar. Estos surgen de los gustos de la población diferenciándose de otros por presentar texturas, sabores y aromas propios.

### **Paquete Turístico**

(CALTUR, 2014) señala que es un conjunto de atractivos y servicios como transporte, alojamiento, alimentación adquirido en forma de bloque a un precio único y global prestados sobre la base de un itinerario organizado previamente, para la realización de actividades turísticas y varían según el destino.

### **Cliente**

(ASSOCIATION, 2013) sostiene que es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios y es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan.

### **Cultura gastronómica**

Ochoa (2013) detalla que la cocina juega un papel esencial en la cultura ya que a través de esta se representan múltiples factores como hábitos, comportamientos, sabores, gustos, costumbres, tradiciones, valores, etc., de una sociedad, los cuales se ven incluidos a la hora de preparar un alimento, en el menaje de cocina con sus significados y funciones de acuerdo al entorno, en la organización y motivo para su elaboración. En tal sentido, la cultura gastronómica viene dada por la idiosincrasia de los

grupos sociales que pertenecen a ese espacio geográfico, los cuales poseen tradiciones y patrones culturales socialmente aceptados.

### **Restaurante**

Es el establecimiento o comercio público donde se brinda al cliente un servicio alimenticio comprendido por comidas y bebidas, prestando el servicio en las condiciones que señala el reglamento de restaurantes y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes. En la siguiente figura se puede apreciar su clasificación.

#### **Figura I.1**

##### *Categorización de restaurantes*

<b>Categorización</b>
1 Tenedor
2 Tenedores
3 Tenedores
4 Tenedores
5 Tenedores

*Fuente:* elaboración propia en base a la investigación

### **1.5.2 Actividad turística**

(MINCETUR., 2011) sostiene que es el conjunto de acciones que realiza el visitante para que se materialice el turismo, comprendido por formas de desplazamiento y estancia por motivo de ocio, vacaciones, etc., mediante el uso de infraestructuras e instalaciones que brinden servicios como alojamiento, transporte, alimentación, recreo, cultura, deporte, entre otros los cuales son el motivo de su viaje y requiere que estos servicios le sean proporcionados.

#### **Visitante**

(MINCETUR., 2011) señala que es el acto de desplazamiento que realiza todo individuo hacia un lugar distinto fuera de su domicilio, no siendo el objetivo de su viaje ejercer un trabajo en el lugar visitado sino por motivos de vacaciones, ocio u otro motivo personal.

#### **Turismo**

(OMT., 1998) sostiene que el turismo está comprendido por actividades desarrolladas por personas, durante su desplazamiento en lugares fuera de su residencia habitual no relacionado al ejercicio de una actividad remunerable en el lugar visitado, por un período de tiempo menor a un año, con fines de ocio, vacaciones u otro motivo personal.

#### **Turismo interno**

(OMT., 2008) indica que es el conjunto de actividades orientadas al turismo que desarrollan los visitantes en un espacio geográfico no distinto al de su entorno o país de procedencia durante su estancia.

### **Turismo receptor**

(OMT., GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO, 2008) señala que es el conjunto de actividades orientadas al turismo que desarrollan los visitantes en un país o espacio diferente al de su lugar de procedencia.

### **Viaje**

(OMT., 2008) es el desplazamiento realizado por las personas de un punto hacia otro desde su salida hasta su regreso, fuera de su espacio de convivencia usual.

### **Servicios turísticos**

(MINCETUR., 2011) señala que es la asistencia que brinda el sector a los visitantes en un destino, para el desarrollo de diferentes actividades que se orientan al turismo. Estos son de dos tipos: públicos y privados.

#### **(a) Servicios turísticos públicos:**

Estos servicios son ofrecidos de acuerdo al tipo de actividad a desarrollar, mejorando la experiencia del turista. Estos servicios son desarrollados para brindar facilidades, seguridad y calidad.

#### **(b) Servicios turísticos privados:**

Son ofrecidos por los prestadores y operadores de servicios turísticos a través de la planta turística. Entre ellos tenemos algunos ejemplos:

- Hospedaje.
- Agencia de viajes y turismo.
- Transporte turístico.
- Orientadores turísticos.
- Servicios de restaurantes.
- Turismo de aventura, ecoturismo o similares.

## **CAPÍTULO II**

### **II MATERIAL Y MÉTODO**

El presente capítulo del informe se enmarca en el tipo y diseño de la investigación, población y muestra, la variable y operacionalización, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la validez y confiabilidad, los procedimientos de análisis de datos, los criterios éticos y los criterios de rigor científico.

#### **2.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **2.1.1. Tipo de investigación**

El enfoque utilizado para la investigación fue mixto no aplicado. La parte cuantitativa está representada por el uso del método estadístico a través de encuestas aplicadas a turistas del ámbito interno y receptor que arriban a los puntos estratégicos considerados para esta investigación tales como: Parque Artesanal y Parque principal el día (28 de julio) del año 2022. La parte cualitativa se presenta a través del análisis de entrevistas aplicadas a los restaurantes más representativos y al stand Jotta dedicado a la elaboración de chicha (bebida tradicional) el día (29 de julio) del año 2022 ubicado en el pasaje artesanal del distrito monsefuano, a través de un estudio profundo de los resultados obtenidos durante el periodo de investigación y la observación moderada, se obtuvo la información in situ de las actividades del pueblo relacionadas a la gastronomía.

##### **2.1.2. Diseño de la investigación**

Siendo el objetivo de estudio determinar la oferta gastronómica que presenta el distrito de Monsefú, para fortalecer la actividad turística; se recurrió a un diseño no experimental que se aplicó de manera transversal. Lo que se hace en la investigación no

experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, la recolección de datos se realizó en un solo tiempo para después ser analizados.

De acuerdo con (Hernández F. y., 2003) en un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente.

## 2.2 Variables y Operacionalización

### 2.2.1 Variables

La definición conceptual de las variables se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla II.1**  
Definición conceptual de las variables en estudio

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Independiente Oferta Gastronómica</b>	(INNOVTUR, 2020) indica que la oferta gastronómica es brindada por el servicio de comidas y bebidas. Esta se encuentra incluida dentro del paquete que recibe el cliente, permitiendo así un acercamiento a la cultura del destino visitado. Además, la alimentación constituye una necesidad fisiológica del organismo. Los países donde se desarrolla el turismo ofrecen al mundo su cultura gastronómica que son de agrado al cliente que las recibe. Los elementos que componen la oferta gastronómica son:
<b>Dependiente Actividad Turística</b>	(MINCETUR., 2011) sostiene que es el conjunto de acciones que realiza el visitante para que se materialice el turismo, comprendido por formas de desplazamiento y estancia por motivo de ocio, vacaciones, etc., mediante el uso de infraestructuras e instalaciones que brinden servicios como alojamiento, transporte, alimentación, recreo, cultura, deporte, entre otros los cuales son el motivo de su viaje y requiere que estos servicios le sean proporcionados.

*Fuente:* Elaboración propia en base a las variables de estudio

### 2.2.2 Operacionalización

La operacionalización de la variable independiente se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla II.2**  
*Operacionalización de la variable independiente.*

<b>Variable Independiente</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems Cualitativos</b>	<b>Ítems cuantitativos</b>	<b>Técnicas/ Instrumentos</b>
<b>Oferta Gastronómica</b>	<b>Restaurante</b>	¿Considera su local preparado para recibir al turista?	¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?	<b>Encuesta Entrevista</b>
	<b>Gastronomía</b>		¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico?	
	<b>Destino turístico</b>		¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?	
	<b>Turista</b>	¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?	¿Cuál es su lugar de procedencia?	
	<b>Turismo gastronómico</b>		¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?	
	<b>Cultura</b>		¿El legado Cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es	

		considerado por usted?
<b>Cultura gastronómica</b>	¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?	¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?
<b>Comida típica</b>	¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?	¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?
<b>Producto turístico</b>		¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?
<b>Producto gastronómico</b>	¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?	¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?
<b>Paquete turístico</b>		¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?

<b>Precio</b>		¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?
<b>Servicio al cliente</b>		¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?
<b>Personal de contacto</b>	¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?	¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?
<b>Cliente</b>	¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?	¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?
<b>Necesidad fisiológica</b>		¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?
<b>Sistema HACCP</b>	¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?	¿Considera usted la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria?

<b>Calidad</b>	¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?	¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?
----------------	--	---

*Fuente:* Elaboración propia en base a la variable de estudio.

La operacionalización de la variable dependiente se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla II.3**  
*Operacionalización de la variable dependiente*

Variable Dependiente	Dimensiones	Ítems Cualitativos	Ítems cuantitativos	Técnicas/ Instrumentos	
<b>Actividad Turística</b>	<b>Turismo</b>				
	<b>Turismo interno</b>				
		<b>Turismo receptor</b>		¿Cómo considera a Monsefú en cuanto a servicios orientados a la alimentación para recibir al turista?	<b>Entrevista Encuesta</b>
		<b>Viaje</b>			
		<b>Visitante</b>		¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?	

---

## Servicios turísticos

---

*Fuente:* Elaboración propia en base a la variable de estudio.

### 2.3 Población de estudio, muestra, muestreo y criterios de selección

#### 2.3.1. Población

La población para esta investigación está conformada por el arribo de turistas del ámbito interno y receptor al distrito de Monsefú, representada en la siguiente tabla:

**Tabla II.4**

*Monsefú: Indicadores mensuales de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo, (oct-dic) 2021*

<b>MONSEFU: INDICADOR MENSUAL DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, (Oct-Dic) 2021</b>			
<b>Meses</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Nacionales</b>	1,088	1,022	978
<b>Extranjeros</b>	19	17	25
<b>Total de arribos en el mes</b>	<b>1,107</b>	<b>1,039</b>	<b>1,003</b>

*Fuente:* Área de Estadística GERCETUR Lambayeque 2021

#### 2.3.2. Muestra

La investigación se realizó mediante el muestreo no probabilístico. El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados y generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador, por lo cual la muestra estuvo comprendida por 100 turistas del ámbito interno y receptor que arriban al distrito de Monsefú.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnicas de recolección de datos**

Las principales técnicas de recolección de datos usadas para este estudio fueron: la encuesta y entrevista.

Para el diseño de la encuesta se utilizó la escala de Likert y el programa Microsoft Word, para formular la encuesta se consideraron 2 ítems sueltos y 18 ítems cerrados en la escala de Likert; de los cuales uno estuvo orientado al restaurante, uno a la gastronomía, uno al destino turístico, uno al turista, uno al turismo gastronómico, uno a la cultura, uno a la cultura gastronómica, uno a la comida típica, uno al producto turístico, uno al producto gastronómico, uno al paquete turístico, uno al precio, uno al servicio al cliente, uno al personal de contacto, uno al cliente, uno a la necesidad fisiológica, uno al sistema HACCP, dos a la calidad, uno al turismo, uno al turismo interno, uno al turismo receptor, uno al viaje, uno al visitante y uno a servicios turísticos.

Luego de haber desarrollado la encuesta en físico, se procedió a ir a la zona de estudio y solicitar la colaboración de los turistas que arriban al distrito de Monsefú del ámbito interno y receptor para que respondieran las preguntas (100 encuestados), luego de este proceso y para la obtención de resultados, se usaron las tablas Microsoft Excel para presentar la información y diseñar en los diagramas para graficar cada uno de los resultados obtenidos con la herramienta utilizada.

La escala de Likert es un tipo de instrumento de medición que se compone por una serie de ítems a modo de afirmación ante los cuales se solicita el juicio del sujeto, los ítems representan la propiedad que el investigador está interesado a medir, las respuestas son solicitadas en grado de acuerdo o desacuerdo que el sujeto tenga con la afirmación en particular.

Para el diseño de la entrevista se utilizó Microsoft Word que se presentó a los restaurantes donde el turista disfruta de los mejores potajes de la región reflejado por las

encuestas y al stand 27 Jotta del paseo artesanal dedicada a la producción de la chicha bebida ancestral, la entrevista constó de 9 ítems abiertos, de los cuales uno estuvo orientada al restaurante, uno al turista, uno orientada a la cultura gastronómica, uno a la comida típica, uno al producto gastronómico, uno al personal de contacto, uno al cliente, uno al sistema HACCP y uno a la calidad; para lograr profundidad en el análisis de la información. Para las entrevistas realizadas se hicieron tablas; una de datos, una de respuestas y una para comparar la información obtenida, para el análisis de la información se utilizó la hermenéutica ciencia de la interpretación estableciendo los principios para dar sentido a lo observado y a lo escrito.

## **2.4.2. Instrumentos de recolección de datos**

### **2.4.2.1. Cuestionario**

En la presente investigación se aplicó un cuestionario (ver anexo 03). (Hernández F. &, 2010) sostienen que el cuestionario es un conjunto de preguntas en relación a una o más variables a medir. El cuestionario para la recopilación de la información se desarrolló a través de 20 ítems; 2 ítems sueltos y 18 ítems en la escala de Likert con varias alternativas las cuales fueron pre definidas para que el evaluado seleccione a respuesta requerida y cuya ventaja principal es en el corto tiempo y pueda obtenerse la reacción de numerosos individuos, debido a que todos los sujetos en estudio reciban las mismas preguntas en forma ordenada siendo más fácil recolectar los datos.

De campo, el instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario con escala de Likert validado por profesionales (ver anexo 04), El cuestionario para la recogida de la investigación estuvo estructurado por 18 ítems para medir la variable independiente (Oferta gastronómica) y 2 ítems para medir la variable dependiente (Actividad turística) que a continuación se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla II.5***Estructura dimensional de variables para la encuesta.*

VARIABLES	DIMENSIÓN	ÍTEM
<b>Oferta gastronómica (Independiente)</b>	Restaurante	1
	Gastronomía	1
	Destino turístico	1
	Turista	1
	Turismo gastronómico	1
	Cultura	1
	Cultura gastronómica	1
	Comida típica	1
	Producto turístico	1
	Producto gastronómico	1
	Paquete turístico	1
	Precio	1
	Servicio al cliente	1
	Personal de contacto	1
	Cliente	1
	Necesidad fisiológica	1
	Sistema HACCP	1
Calidad	1	
<b>Actividad turística (variable dependiente)</b>	Turismo	0
	Turismo interno	0
	Turismo receptor	1
	Viaje	0
	Visitante	1
	Servicios turísticos	0

Fuente: Elaboración propia en base a las variables de estudio.

La encuesta tuvo un criterio de medición (Pésimo, Malo, Regular, Bueno, Excelente) en base a la escala de Likert como se demuestra a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla II.6***Estructura dimensional de escala de Likert*

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PÉSIMO</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>

a). ¿Cuál es su lugar de procedencia? \_\_\_\_\_

b). ¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico? \_\_\_\_\_

ITEM	1	2	3	4	5
1._ ¿Cómo considera a Monsefú en cuanto a servicios orientados a la alimentación para recibir al turista?					
2._ ¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es considerado por usted?					
3._ ¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?					
4._ ¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?					
5._ ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?					
6._ ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?					
7._ ¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?					
8._ ¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?					
9._ ¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?					
10._ ¿Considera usted la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria?					
11._ ¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?					
12._ ¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?					
13._ ¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?					
14._ ¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?					
15._ ¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?					
16._ ¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?					
17._ ¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?					
18._ ¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?					

*Fuente:* elaboración propia en base al modelo Likert.

### 2.4.2.2. Entrevista

En la presente investigación se aplicó una entrevista (ver anexo 03). De acuerdo a Olabuénaga (1989) quien sostiene que la entrevista no estructurada es una entrevista a profundidad. Sus objetivos son comprender más que explicar, maximizar el significado, alcanzar una respuesta subjetivamente sincera más que objetivamente verdadera y captar emociones pasando por alto la racionalidad. Previa validación por profesionales (ver anexo 04) con 09 preguntas de ítem abierto expresadas en lenguaje sencillo y comprensible para medir la variable independiente (Oferta gastronómica) y con 0 preguntas para la variable dependiente (Actividad turística) como se demuestra a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla II.7**

*Estructura dimensional de variables para la entrevista.*

VARIABLES	DIMENSIÓN	ÍTEM
<b>Oferta gastronómica (Independiente)</b>	Restaurante	1
	Gastronomía	0
	Destino turístico	0
	Turista	1
	Turismo gastronómico	0
	Cultura	0
	Cultura gastronómica	1
	Comida típica	1
	Producto turístico	0
	Producto gastronómico	1
	Paquete turístico	0
	Precio	0
	Servicio al cliente	0
	Personal de contacto	1
	Cliente	1
	Necesidad fisiológica	0
	Sistema HACCP	1
	Calidad	1

<b>Actividad turística (variable dependiente)</b>	Turismo	0
	Turismo interno	0
	Turismo receptor	0
	Viaje	0
	Visitante	0
	Servicios turísticos	0

*Fuente:* Elaboración propia en base a la variable

### **2.4.3. Validez y confiabilidad**

La validación de los instrumentos estuvo a cargo de 3 expertos o jueces en el rubro turístico y gastronómico para calificar de manera independiente la viabilidad de los instrumentos de recolección de datos (ver anexo 04).

## **2.5 Procedimientos de análisis de datos**

**a)** La información cuantitativa fue procesada con los programas de Microsoft Excel, para ordenarlo, tabularlo y presentarlos en tablas y figuras con sus respectivas descripciones e interpretaciones.

**b)** La información cualitativa fue procesada con el programa Microsoft Word para ordenar en tablas la información y se utilizó la hermenéutica ciencia de la interpretación estableciendo los principios para dar sentido a lo observado y a lo escrito y presentar los resultados.

## **2.6 Criterios éticos**

Los criterios éticos que fueron tomados en cuenta para la investigación están detallados en la siguiente tabla:

**Tabla II.8**

*Criterios éticos de la investigación*

<b>CRITERIOS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO</b>
<b>Consentimiento informado</b>	Los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes y reconocieron sus derechos y responsabilidades.
<b>Confidencialidad</b>	Se les informó la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.
<b>Observación participante</b>	Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivaron de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

*Fuente:* Elaborado en base a: (Noreña, Criterios éticos, 2012)

## CAPÍTULO III

### III RESULTADOS

#### 3.1 Resultado en tablas y figuras

##### 1.1.1. Resultado en tablas y figuras de la encuesta (ver anexo A)

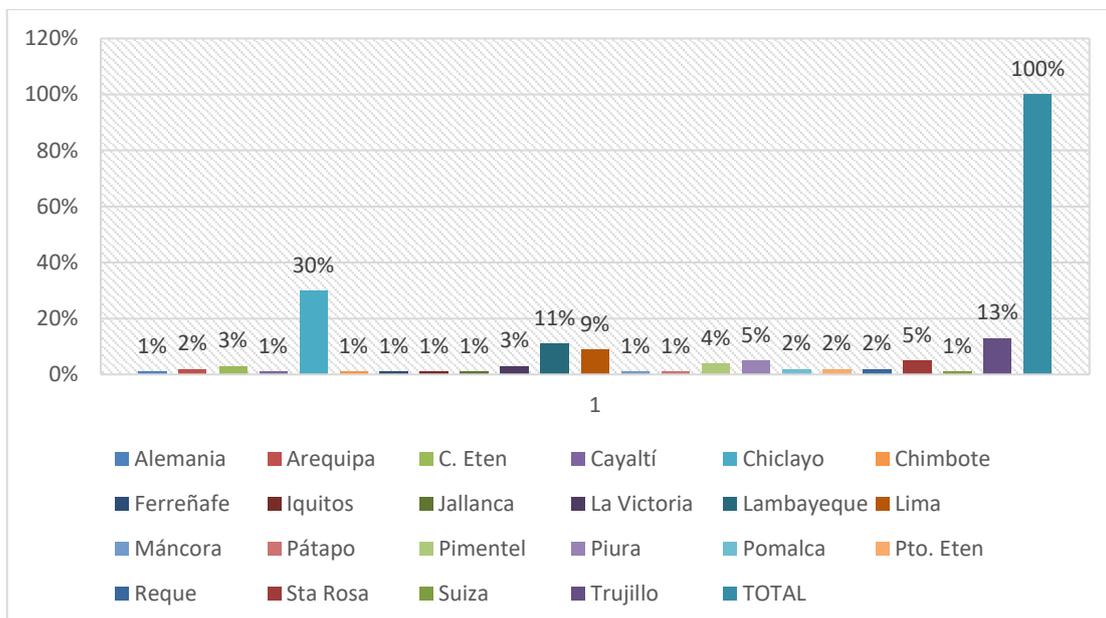
**Tabla III.1**

*¿Cuál es su lugar de procedencia?*

<b>Lugar de Procedencia</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Alemania	1	1%
Arequipa	2	2%
C. Eten	3	3%
Cayaltí	1	1%
Chiclayo	30	30%
Chimbote	1	1%
Ferreñafe	1	1%
Iquitos	1	1%
Jallanca	1	1%
La Victoria	3	3%
Lambayeque	11	11%
Lima	9	9%
Máncora	1	1%
Pátapo	1	1%
Pimentel	4	4%
Piura	5	5%
Pomalca	2	2%
Pto. Eten	2	2%
Reque	2	2%
Sta Rosa	5	5%
Suiza	1	1%
Trujillo	13	13%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú – Chiclayo

**Figura III.1**  
*¿Cuál es su lugar de procedencia?*



*Nota:* El 98% del total de los turistas encuestados pertenecen al turismo interno y el 2 % de los mismos pertenecen al turismo receptivo, lo cual conlleva a verificar que predomina el turismo interno debido a la emergencia sanitaria producida por la COVID 19 y la cancelación de los vuelos internacionales. La reactivación de la actividad turística permitirá el flujo del turismo receptivo y por ende conocer sus preferencias a través de posteriores estudios.

**Tabla III.2**

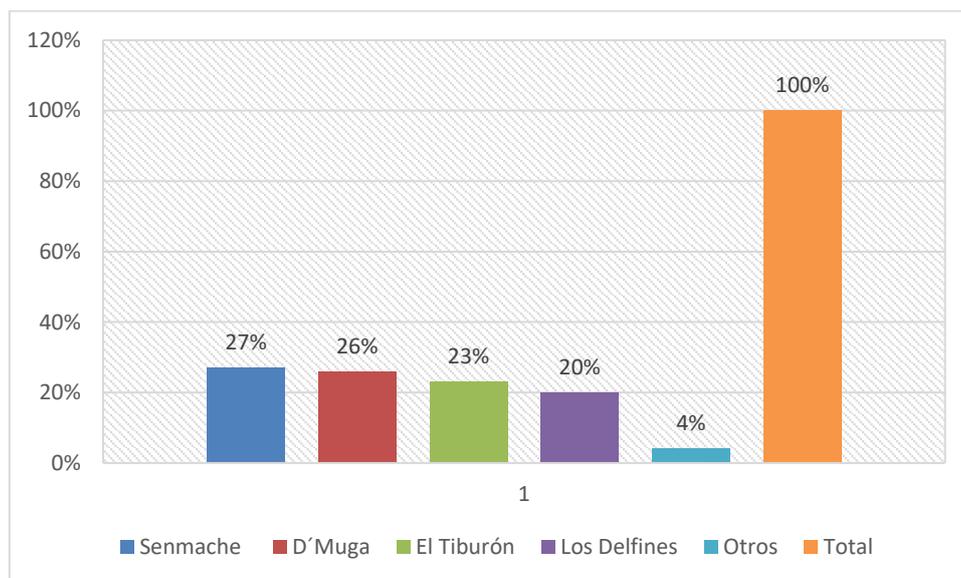
¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico?

ÍTEMS	N°	%
Senmache	27%	27%
D´Muga	26%	26%
El Tiburón	23%	23%
Los Delfines	20%	20%
Otros	4%	4%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú – Chiclayo

**Figura III.2**

¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico?



*Nota:* El 27% de encuestados considera que el establecimiento donde se come rico es en la Picantería Senmache, el 26 % de los mismos creen que el Restaurant Cevichería D´Muga, un 23% considera al Restaurant Turístico El Tiburón, seguido de un 20% quienes consideran que comen rico en la Picantería Los Delfines y finalmente un 4% considera a otros establecimientos gastronómicos. Lo que nos lleva a deducir que la Picantería Senmache es de mayor agrado y gusto de los turistas.

**Tabla III.3**

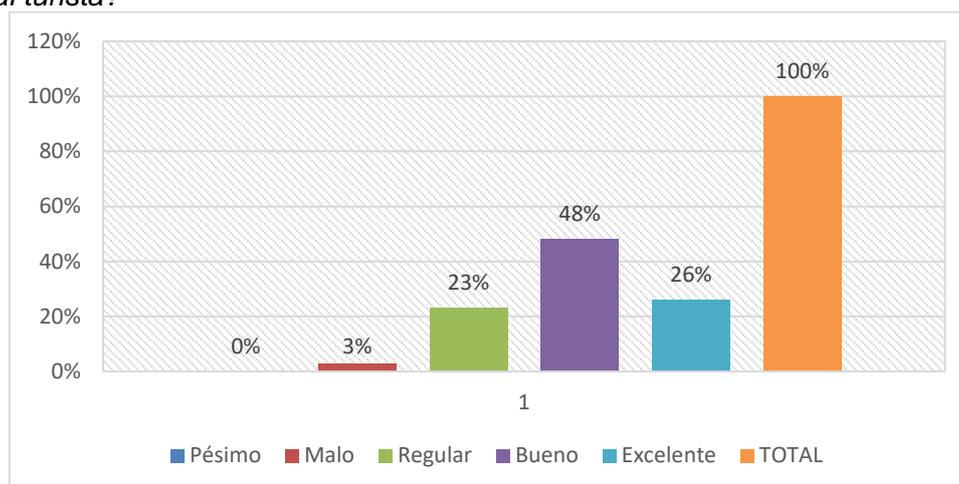
*¿Cómo considera a Monsefú, en cuanto a servicios orientados, a la alimentación para recibir al turista?*

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	3	3%
Regular	23	23%
Bueno	48	48%
Excelente	26	26%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.3**

*¿Cómo concidera a Monsefú, en cuanto a servicios orientados, a la alimentación para recibir al turista?*



*Nota:* El 48% de los turistas encuestados manifestaron que el servicio orientado a la alimentación para recibirlos es bueno, un 26% manifestó que es excelente, así mismo un 23% manifestó que este servicio es regular, finalizando en un 3% que cree que este servicio es malo.

**Tabla III.4**

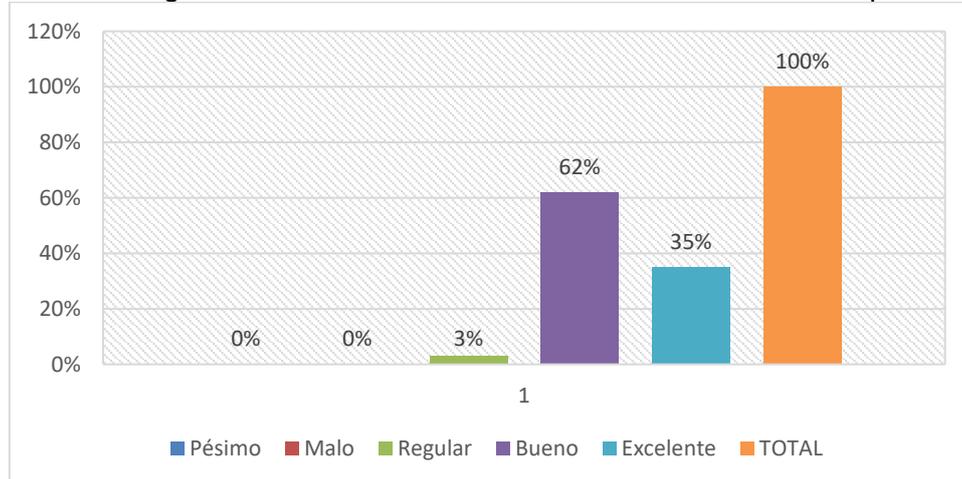
*¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es considerado por Usted?*

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	3	3%
Bueno	62	62%
Excelente	35	35%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.4**

*¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es considerado por usted?*



*Nota:* Del total de encuestados un 62%, considera que el legado cultural gastronómico es Bueno, un 35% de los mismos lo considera de manera Excelente, y finalmente seguido de un 3% que lo considera Regular.

**Tabla III.5**

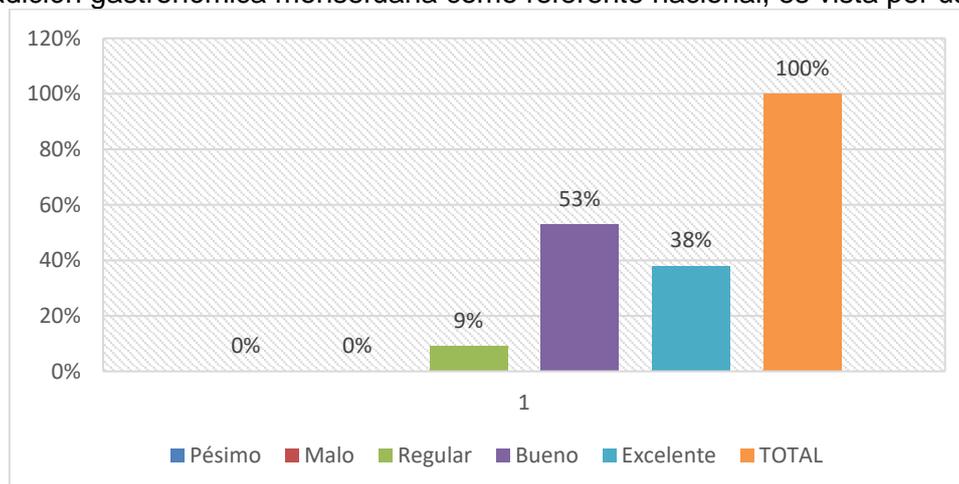
*¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?*

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	9	9%
Bueno	53	53%
Excelente	38	38%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.5**

*¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?*



*Nota:* Del total de turistas encuestados un 53%, considera que la tradición gastronómica monsefuana como referente nacional es Buena, un 38% de los mismos la considera de manera Excelente, y finalmente seguido de un 9% que lo considera Regular. De acuerdo a los resultados obtenidos ninguno de los encuestados considera que la tradición gastronómica monsefuana sea mala o pésima.

**Tabla III.6**

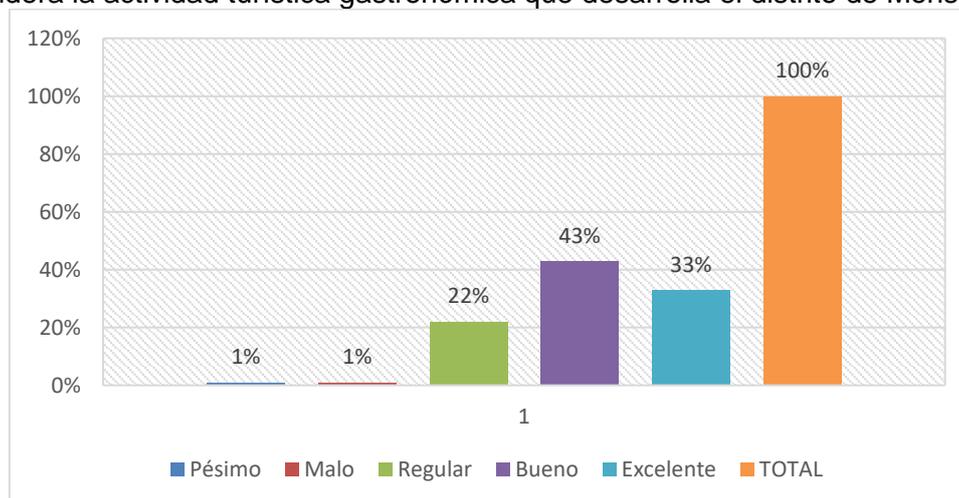
¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	1	1%
Malo	1	1%
Regular	22	22%
Bueno	43	43%
Excelente	33	33%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.6**

¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?



*Nota:* Del total de turistas encuestados un 43%, considera que la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú es Buena, un 33% de los mismos la considera excelente, seguido de un 22% que la considera regular, finalmente un 1% la considera mala y pésima respectivamente. Lo que nos lleva a constatar que la actividad turística que desarrolla el distrito de Monsefú es buena y se hace bajo los estándares y protocolos de bioseguridad establecidos por la OMS y el MINSA para asegurar la actividad turística y así evitar la propagación de la actual pandemia.

**Tabla III.7**

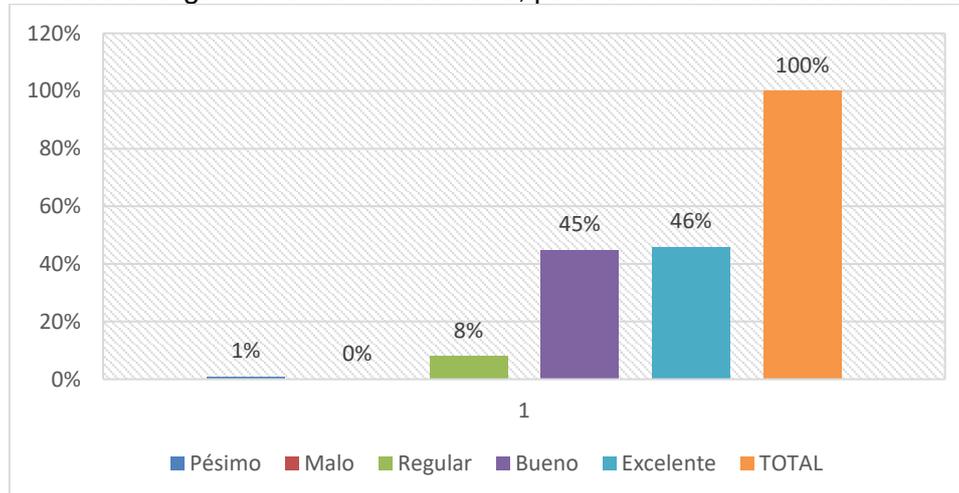
¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	1	1%
Malo	0	0%
Regular	8	8%
Bueno	45	45%
Excelente	46	46%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.7**

¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?



*Nota:* El 46% de los encuestados considera que la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar es excelente, mientras que un 45% de ellos considera que es buena, un 8% regular, finalmente el 1% pésimo.

**Tabla III.8**

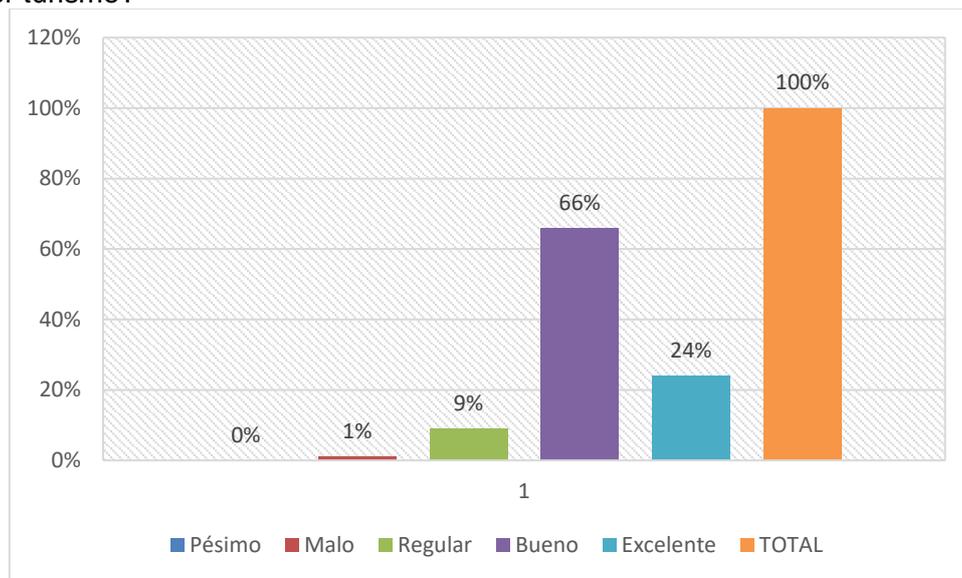
¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	1	1%
Regular	9	9%
Bueno	66	66%
Excelente	24	24%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.8**

¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?



*Nota:* El 66% de los encuestados considera que la gastronomía monsefuana es buena para la creación de productos orientados al sector turismo, el 24% de los mismos la considera excelente, un 9% la considera regular y finalmente un 1% la considera como mala.

**Tabla III.9**

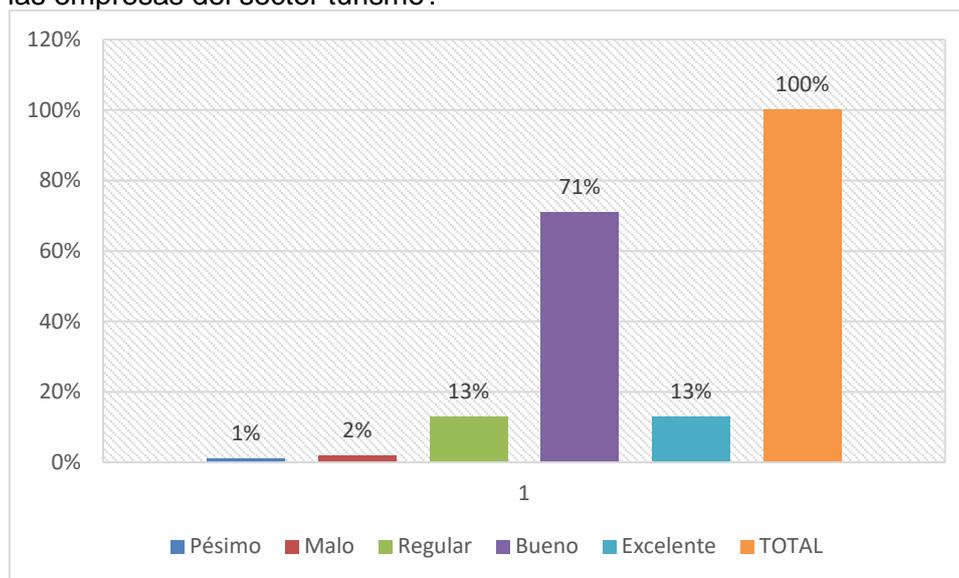
¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	1	1%
Malo	2	2%
Regular	13	13%
Bueno	71	71%
Excelente	13	13%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.9**

¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?



*Nota:* El 71% de los encuestados considera excelente la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas turísticas, un 13% considera la idea excelente, un 13% considera la iniciativa como regular, un 2% considera que es mala y finalmente un 1% considera que es pésimo.

**Tabla III.10**

¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?

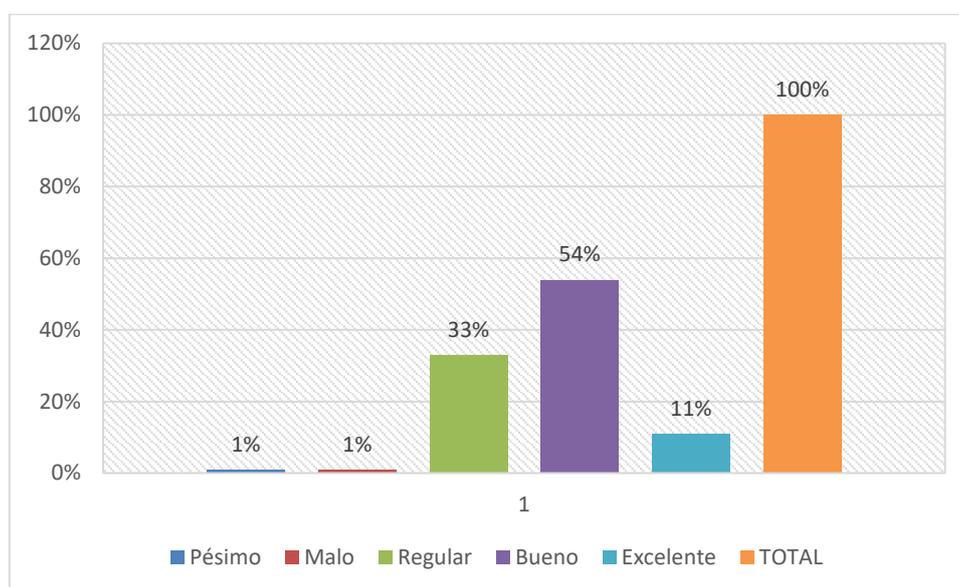
ÍTEMS	N°	%
-------	----	---

Pésimo	1	1%
Malo	1	1%
Regular	33	33%
Bueno	54	54%
Excelente	11	11%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.10**

¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?



*Nota:* Del total de encuestados el 54% considera que la infraestructura de los locales gastronómicos es buena, un 33% de los mismos la considera regular, seguido del 11% que consideran que es excelente, asimismo el 1% considera que es malo y pésimo respectivamente. Lo que nos lleva a suponer que hay que realizar mejoras en cuanto a infraestructura de los locales gastronómicos.

**Tabla III.11**

¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?

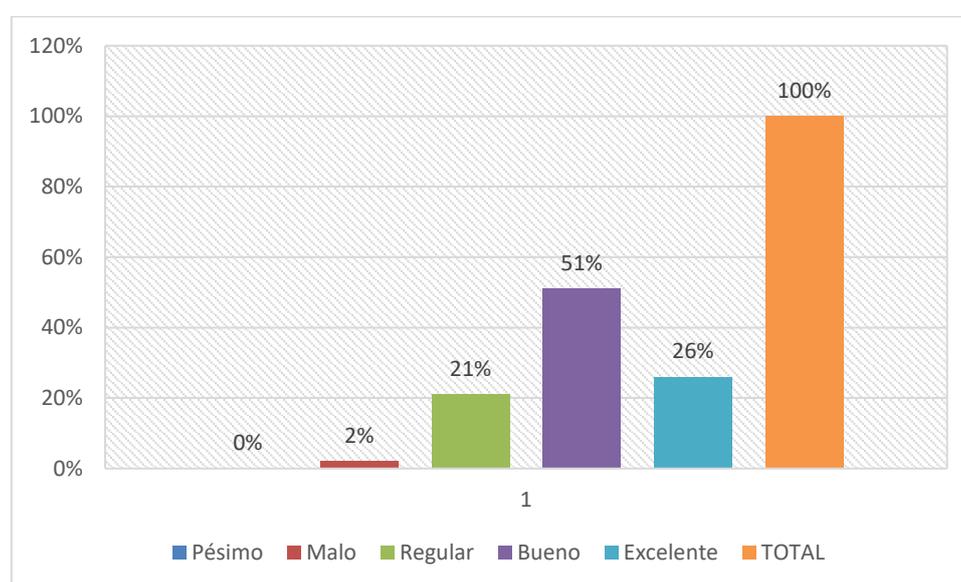
ÍTEM	N°	%
Pésimo	0	0%

Malo	2	2%
Regular	21	21%
Bueno	51	51%
Excelente	26	26%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.11**

*¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?*



*Nota:* Del total de turistas encuestados el 51% considera que el servicio atención al usuario que brindan los restaurantes es buena, el 26% de los mismos considera que es excelente, seguido del 21% que considera que es regular y el 2% consideraron que es malo.

**Tabla III.12**

*¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?*

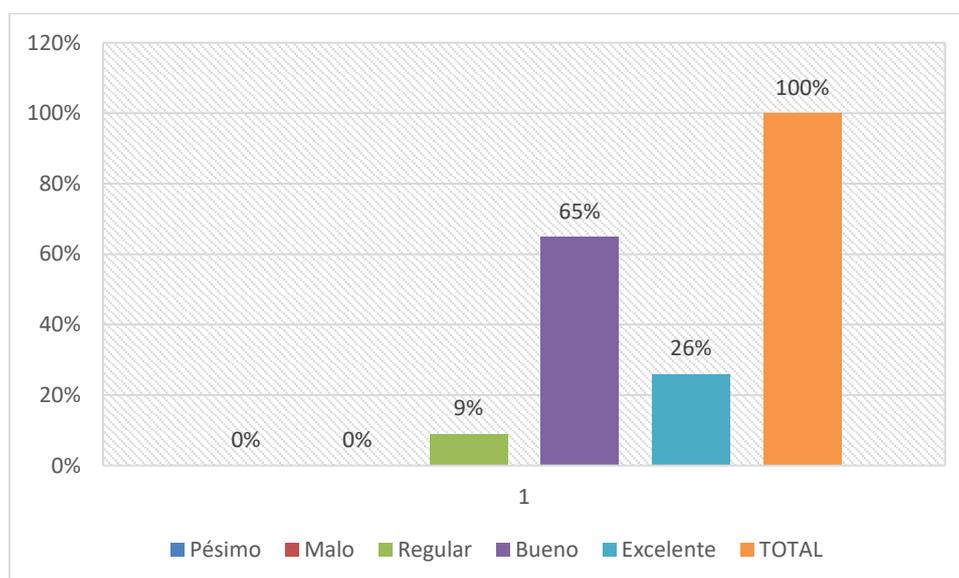
ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	9	9%

Bueno	65	65%
Excelente	26	26%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.12**

*¿Considera usted la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria?*



*Nota:* El 65% la considera buena, el 26% considera que es excelente y finalmente el 9% considera que es regular. Lo cual me lleva a constatar que en Monsefú para la elaboración del producto gastronómico se siguen procesos de calidad y selección de insumos, para reducir riesgos y así proteger la salud de los turistas, quienes son atraídos por la gastronomía monsefuana.

**Tabla III.13**

*¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?*

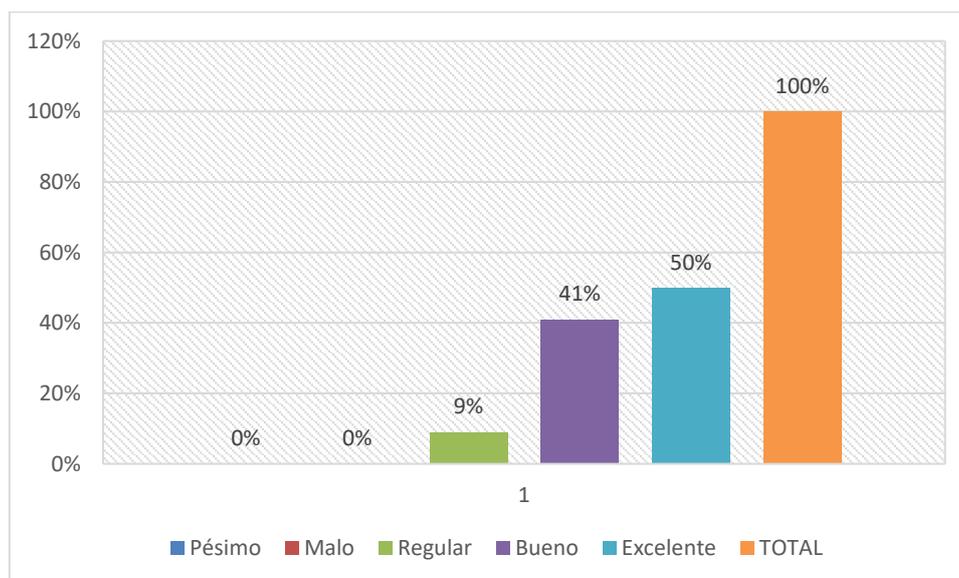
ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	9	9%
Bueno	41	41%
Excelente	50	50%

TOTAL	100	100%
-------	-----	------

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.13**

*¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?*



*Nota:* El 50% considera que es excelente en cuanto al valor alimenticio, seguido por el 41% de los mismos quienes consideraron que es bueno y finalmente el 9% que considera que el valor alimenticio de la gastronomía monsefuana es regular. Lo cual me lleva a determinar que gracias a su ubicación geográfica Monsefú posee insumos de gran valor nutricional y frescos para la elaboración del producto gastronómico.

**Tabla III.14**

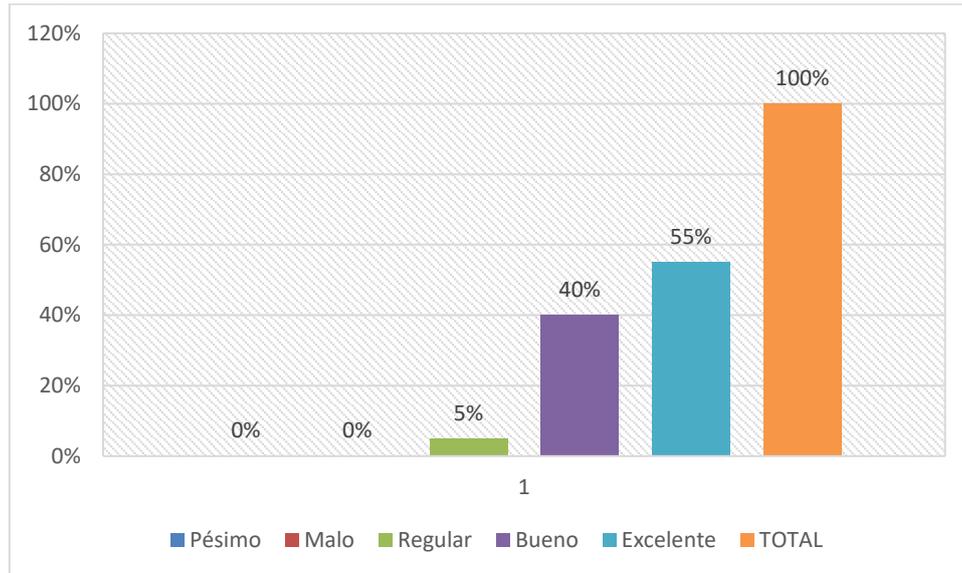
*¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?*

ÍTEM	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	5	5%
Bueno	40	40%
Excelente	55	55%

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú – Chiclayo

**Figura III.14**

*¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?*



*Nota:* Del total de encuestados el 55% considera que el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana es excelente, seguido por un 40% quienes consideraron que es bueno y finalmente un 5% lo consideran de manera regular.

**Tabla III.15**

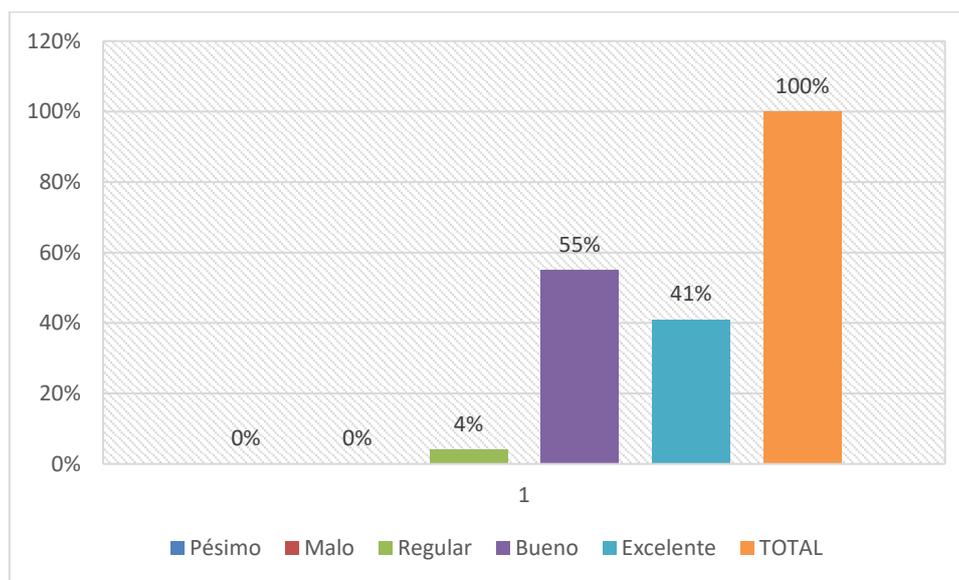
*¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?*

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	4	4%
Bueno	55	55%
Excelente	41	41%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.15**

*¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?*

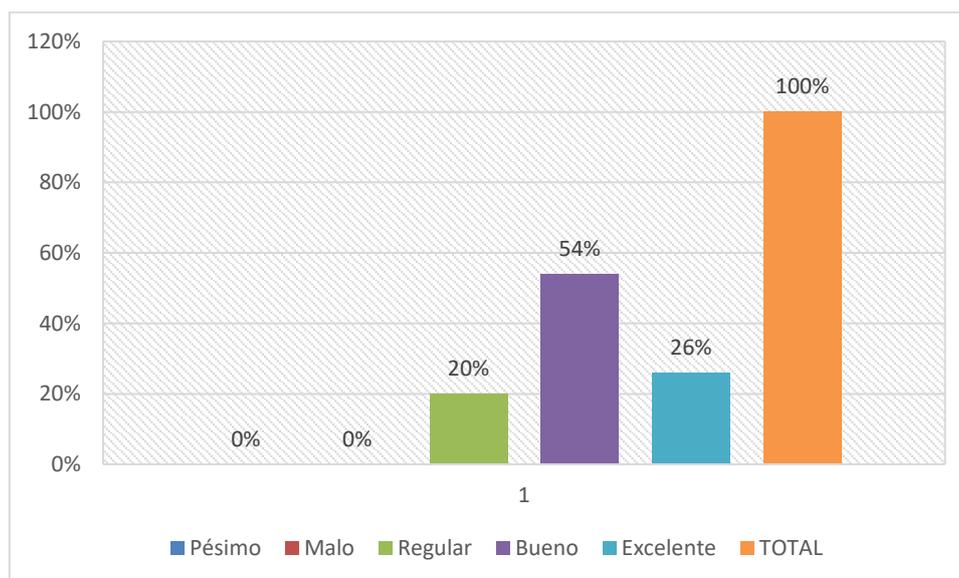


*Nota:* Del total de encuestados el 55% considera que la presentación de los platos gastronómicos es bueno, seguido por un 41% los cuales consideraron que es excelente y finalmente un 4% consideran la presentación de los platos gastronómicos regular.

**Tabla III.16***¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?*

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	20	20%
Bueno	54	54%
Excelente	26	26%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.16***¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?*

*Nota:* El 54% considera el valor de los platos gastronómicos bueno, un 26% considera que es excelente y finalmente un 20% lo considera regular. Lo cual me lleva a verificar que el precio de los platos gastronómicos es en su gran mayoría es accesible para los turistas.

**Tabla III.17***¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?*

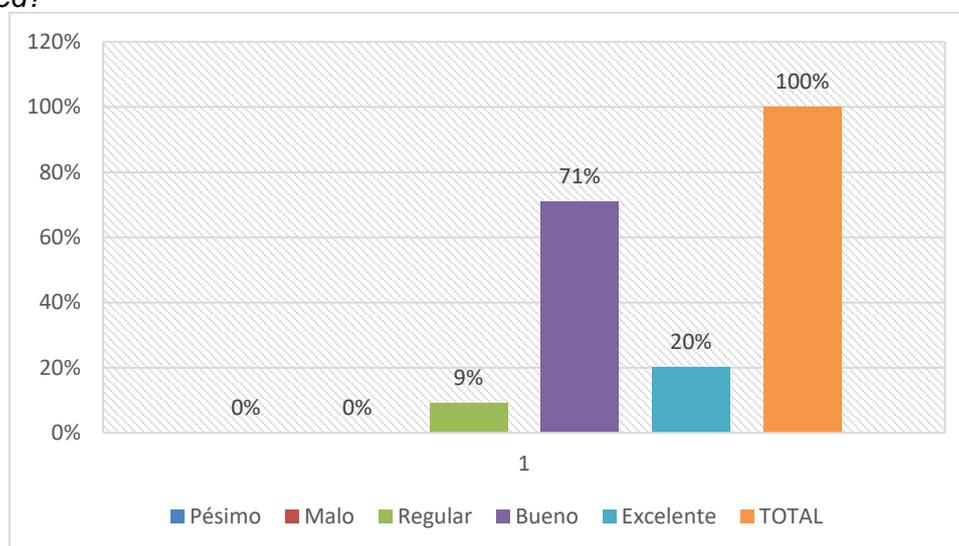
ÍTEMS	N°	%
-------	----	---

Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	9	9%
Bueno	71	71%
Excelente	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.17**

*¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?*



*Nota:* El 71% del total de encuestados considera que el producto gastronómico es bueno en cubrir las exigencias presentadas por los mismos, seguido de un 20% quienes consideran que es excelente y finalmente un 9% considera que es regular. Lo cual me lleva a suponer que el producto gastronómico está orientado a cubrir las necesidades de los usuarios.

**Tabla III.18**

*¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?*

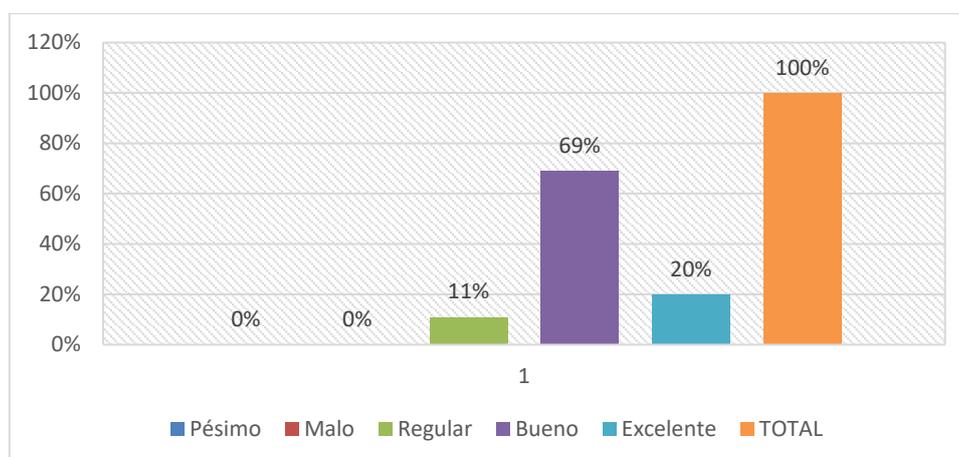
ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%

Malo	0	0%
Regular	11	11%
Bueno	69	69%
Excelente	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.18**

*¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?*



*Nota:* El 69% del total de los turistas encuestados considera que la satisfacción producida por el servicio en el restaurante es buena, asimismo un 20% considera que es excelente y finalmente un 11% consideraron que es regular.

**Tabla III.19**

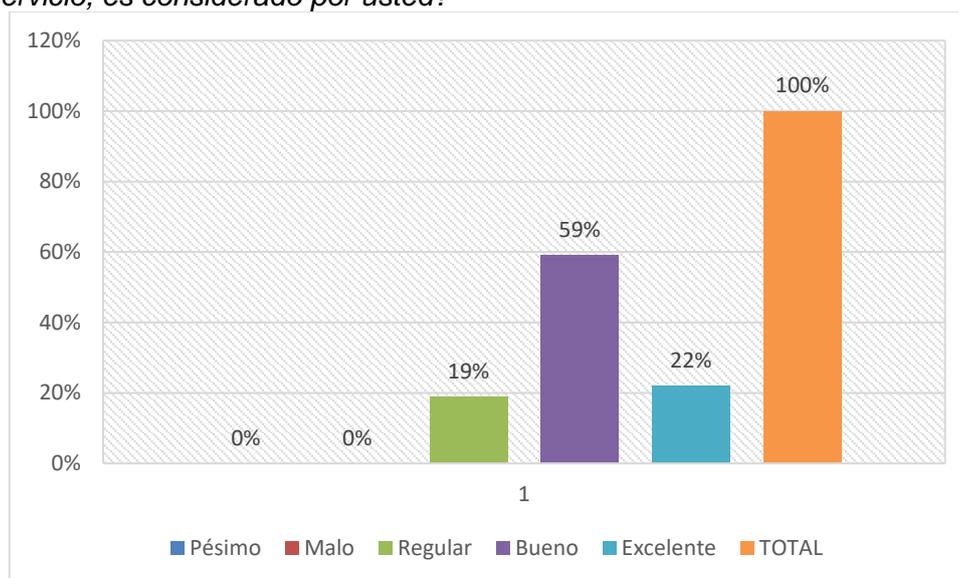
*¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?*

ÍTEMS	N°	%
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	19	19%
Bueno	59	59%
Excelente	22	22%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.19**

*¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?*



*Nota:* El 59% de los encuestados considera que es buena, asimismo un 22% considera que es excelente y finalmente un 19% consideraron que es regular. Lo que me lleva a constatar que el colaborador del restaurante pasa por un proceso de selección, fue instruido y es capaz de brindar un buen servicio.

**Tabla III.20**

*¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?*

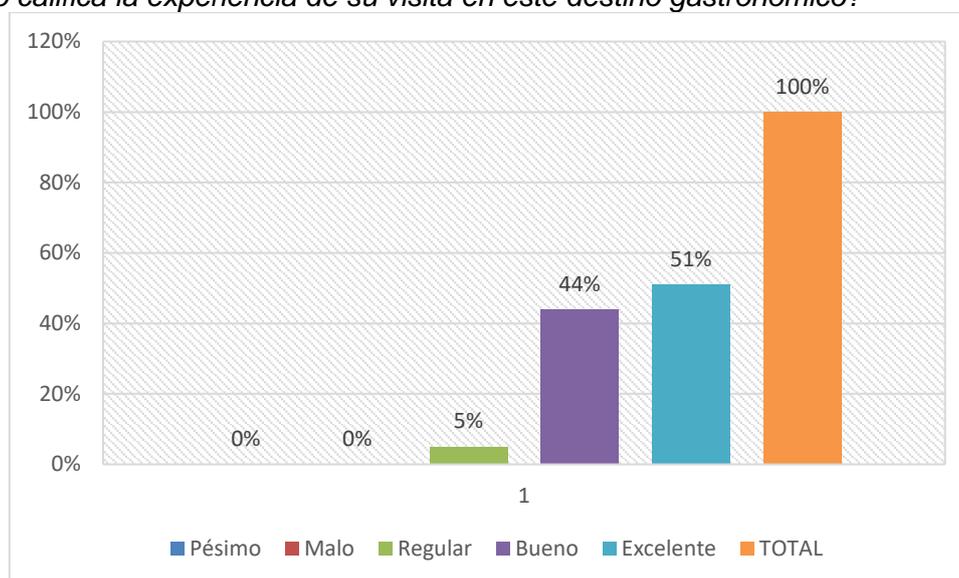
ÍTEMS	N°	%
-------	----	---

Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	5	5%
Bueno	44	44%
Excelente	51	51%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Encuesta aplicada a turistas que arriban al distrito de Monsefú - Chiclayo

**Figura III.20**

*¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?*



*Nota:* El 51% del total de encuestados consideran la experiencia de su visita en este destino gastronómico excelente, seguido de un 44% quienes consideran que la experiencia de su visita es buena y finalmente un 5% considera que es regular. El nivel de satisfacción es aceptable ya que entre la opción de excelente y bueno existe un 95% de aceptabilidad y el restante por acciones a tomar en cuenta para la mejora.

### 1.1.2. Resultado en tablas y figuras de la entrevista (ver anexo B)

**Tabla III.21**

*Datos de los entrevistados (Ver Anexo 05)*

DATOS	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 3	ENTREVISTA 4	ENTREVISTA 5
Apellidos y nombres	Mechan Flores Alex Javier	Miñope Muga José Héctor	Yaipen Chumioque Santos	Guzmán Salazar Cristian	LLontop Reluz Lila Angélica
DNI	42354024	16628421	43499128	43849227	16559107
Correo electrónico	alexden_04@hotmail.com	cebicheríarestaurantmuga@hotmail.com	Elchatoyaipen23@hotmail.com	Cguzman.dial@gmail.com	No tiene
Restaurante	Picantería "Senmache"	Restaurant Cevichería "D'Muga"	Restaurant Turístico "El Tiburón"	Picantería "Los Delfines"	Stand 27 "Jotta"
Cargo	Administrador	Administrador	Administrador	Administrador	Administradora / Cocinera
Ubicación	Av. Venezuela N° 186	Sucre N° 622	Misericordia N° 937	Misericordia N° 907	Av. Venezuela parque artesanal

*Fuente:* elaboración propia en base a los entrevistados

**Tabla III.22**

*Respuesta de los participantes a quienes se les aplicó la entrevista*

ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	ENTREVISTADO 5
<b>1._ ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>2._ ¿Considera su local preparado para recibir al turista?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>3._ ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?</b>				
Turismo interno debido a la emergencia sanitaria.	Turismo interno debido a la emergencia sanitaria.	Turismo interno debido a la emergencia sanitaria.	Turismo interno debido a la emergencia sanitaria.	Turismo interno debido a la emergencia sanitaria.
<b>4._ ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?</b>				
Sábados y Domingos	Viernes y Domingos	Sábados y Domingos	Días festivos	Sábados y Domingos
<b>5._ ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>6._ ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>7._ ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?</b>				
El pepián de pava, boda de pava y lifes sudados.	El arroz con pato, arroz con cabrito y cebiche.	Arroz con pato, cabrito, causa monsefuana, sudado de life, chicharrón de pescado y espesado.	Arroz con pato, cabrito, causa monsefuana y tortilla de raya.	Pata de toro, 7 machos, maicera, guanábana chirimoya y frutos secos.
<b>8._ ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>9._ ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

*Fuente:* Elaboración propia en base a respuestas de los entrevistados.

**Tabla III.23**

*Contrastación de respuestas de los entrevistados.*

ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	ENTREVISTADO 5
<b>1._ ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>2._ ¿Considera su local preparado para recibir al turista?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>3._ ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?</b>				
Interno	Interno	Interno	Interno	Interno
<b>4._ ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?</b>				
Sábados y Domingos	Domingos	Sábados y Domingos	Días festivos	Sábados y Domingos
<b>5._ ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>6._ ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>7._ ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?</b>				
Lifes sudados.	Arroz con pato, arroz con cabrito.	Arroz con pato, cabrito, causa monsefuana, sudado de life.	Arroz con pato, cabrito, causa monsefuana	Pata de toro, 7 machos, maicera, guanábana chirimoya y frutos secos.
<b>8._ ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>9._ ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?</b>				
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

*Fuente:* Elaboración propia en base a respuestas de los entrevistados.

### **1.1.3. Interpretación de los resultados de la entrevista**

Los entrevistados consideran que la tradición culinaria monsefuana es un factor de desarrollo y basan su respuesta en el potencial tradicional gastronómico que este distrito ostenta y aseguran que están preparados tanto en producto como servicio para recibir al turista.

Los entrevistados consideran que la emergencia sanitaria actual por la cual atraviesa el país y el mundo entero ha producido una baja en la afluencia del turismo receptivo y actualmente están recibiendo en sus restaurantes al turismo interno o turismo nacional con los protocolos de bioseguridad establecidos por la OMS.

Los entrevistados consideran que los días con más afluencia de usuarios en sus restaurantes son los días sábados, domingos y días festivos.

Los entrevistados consideran que el servicio en los restaurantes se orienta a satisfacer las necesidades presentadas por los usuarios.

Los entrevistados afirman que los productos que expenden en sus restaurantes son seguros porque pasan por un proceso de control de calidad. Asimismo, sostienen que trabajan de acuerdo a los protocolos establecidos por los entes orientados a la salud para reducir los riesgos de la actividad turística y por ende proteger la salud del consumidor.

Los entrevistados aseveran que los platos más solicitados de la herencia cultural gastronómica son: El pepián de pava, boda de pava, lifies sudados, arroz con pato, arroz con cabrito, cebiche, causa monsefuana, chicharrón de pescado, espesado, causa monsefuana y tortilla de raya. Y las bebidas más solicitadas por los usuarios son: Pata de toro, 7 machos, maicera, guanábana chirimoya y frutos secos.

Los entrevistados relatan que los colaboradores de su establecimiento pasan por un proceso de selección debido a que el personal que labora en los restaurantes deben ser altamente capacitados para brindar un buen servicio.

Los entrevistados consideran que el distrito de Monsefú tiene potencial para

desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta. Asimismo, sostienen que el potencial gastronómico se basa en los productos de los agricultores residentes y al recurso ictiológico gracias a su ubicación geográfica.

## **3.2 Discusión de resultados**

### **3.2.1. Discusión de resultados de Encuesta**

Del total de turistas encuestados que arriban al distrito de Monsefú el 98% pertenece al turismo interno, mientras que el 2% pertenece al turismo receptivo. Lo que nos lleva a verificar que la reactivación de las actividades está siendo producida por el turismo interno la cual va a beneficiar al turismo receptivo el cual se ha visto afectado por la emergencia sanitaria y los protocolos establecidos por los entes rectores en salud del ámbito internacional.

Para los turistas encuestados los restaurantes donde se saborean deliciosos potajes son: Picantería Senmache con un 27% de aceptación, seguido de Cevichería D' Muga con 26%, asimismo El Tiburón con un 23% y finalmente Los Delfines. Lo que nos lleva a verificar que en estos restaurantes los turistas pasan un momento agradable disfrutando de la variada gama de platos tradicionales de la gastronomía monsefuana.

Del total de la población encuestada se obtuvo un 48% que considera al distrito de Monsefú en cuanto a servicios orientados a la alimentación para recibir al turista como Buena, seguido de un 26% que la consideran Excelente, un 23% de manera Regular y finalmente un 3% que lo considera Malo. Lo que nos lleva a suponer que existen algunos aspectos por mejorar ya que fueron de alguna manera manifestados en ese menor porcentaje obtenido de insatisfacción.

Un 62% de la población encuestada, consideran el legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú Bueno, asimismo un 35% lo cree Excelente y finalmente un 3% lo

considera Malo. Lo que nos lleva a suponer que el legado cultural gastronómico monsefuano, es considerado por la población encuestada de suma importancia.

La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por la población encuestada en un 53% que cree que es Buena, seguido de un 38% Excelente y finalmente el 9% considera que es Regular. Lo que nos lleva a verificar que la tradición gastronómica monsefuana es un buen referente nacional.

El 43% de la población encuestada considera que la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú es Buena, seguido del 33% Excelente, un 23% Regular y finalmente un 1% Malo y Pésimo respectivamente. Lo que nos lleva a verificar que a pesar de la emergencia sanitaria la actividad turística gastronómica es Buena ya que en los locales gastronómicos se hace uso de los protocolos de bioseguridad establecidos por los entes rectores en salud del ámbito nacional e internacional minimizando impactos causados por la misma.

Los encuestados en su mayoría con el 46% considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar Excelente, seguido de un 45% que la considera Buena, un 8% la considera Regular y finalmente el 1% la considera Pésimo. Lo que nos lleva a constatar que actualmente la gastronomía influye en la elección del destino a visitar.

Los turistas encuestados en su mayoría con un 66% consideran que la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo es Buena, el 24% de los mismos la considera Excelente, asimismo el 9% la considera Regular y el 1% la considera Malo. Lo que nos lleva a suponer que el desarrollo de productos turísticos en base a esta mejorará el flujo turístico en este destino gastronómico.

La inclusión de la gastronomía monsefuana en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo es vista por los encuestados con un 71% Buena, seguido de un 13% quienes la consideran Excelente y Regular respectivamente, un 2% la

considera Malo y finalmente un 1% la considera Pésimo. Lo que nos lleva a suponer que la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje creará fuentes alternas de ingresos económicos y por ende mejorará la percepción del turista que arriba en este destino gastronómico.

Del total de la población encuestada un 54% considera que la infraestructura de los locales gastronómicos es Buena, seguido de un 33% que la considera Regular, asimismo el 11% considera que es Excelente y finalmente con un 1% Malo y Pésimo respectivamente. Lo que nos lleva a suponer que hay puntos en los que se deben mejorar en la infraestructura de los locales gastronómicos para brindar un buen servicio.

El servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes es considerado por la población encuestada con un 51% Bueno, un 26% considera que es Excelente, asimismo el 21% lo considera Regular y finalmente un 2% Malo. Lo que nos lleva a suponer que el servicio de atención al cliente en su mayoría es bueno.

Los encuestados con un 65% considera que la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria es Buena, asimismo el 26% la considera Excelente y finalmente el 9% la considera Regular. Lo cual nos lleva a suponer que la gastronomía monsefuana se elabora bajo estándares de calidad y procesos de selección de insumos para garantizar la salud de los usuarios.

Del total de la población encuestada el 50% considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio es Excelente, seguido de un 41% que la considera Buena, asimismo un 9% la considera Regular. Lo cual nos lleva a suponer que el balance alimenticio de la gastronomía monsefuana es Excelente en su gran mayoría y esto se debe a la ubicación geográfica limitando con zonas agrícolas y el terminal pesquero de Santa Rosa facilitando así la obtención de insumos frescos y de calidad para la elaboración del producto gastronómico.

La población encuestada considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana con un 55% Buena, el 40% de los mismos

considera que es Bueno y finalmente el 5% la considera Regular. Lo cual nos lleva a suponer que los agricultores residentes se ven beneficiados, ya que sus productos frescos van de frente a la olla.

El 55% de los turistas encuestados considera la presentación de los platos gastronómicos Bueno, mientras que el 41% considera que es Excelente y finalmente el 4% de los mismos la considera regular. Lo cual nos lleva a suponer que la presentación de los platos gastronómicos es en su mayoría buena.

Los resultados reflejan que el 54% de los encuestados considera el valor económico de los platos gastronómicos Bueno, seguido de un 26% quienes consideran que es Excelente y finalmente un 20% considera que es regular. Lo que nos lleva a suponer que el valor de los platos es razonable en su gran mayoría.

En cuanto a cubrir las exigencias presentadas por los usuarios el producto gastronómico es considerado en un 71% Bueno, asimismo el 20% considera que es Excelente y finalmente el 9% considera que es Regular. Lo que nos lleva a suponer que el producto cumple en su mayoría con las exigencias presentadas por los usuarios.

Del total de encuestados el 69% considera que la satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante es Buena, asimismo el 20% de los mismos considera que es Excelente y finalmente el 11% la considera Regular. Lo cual nos lleva a suponer que el servicio que brindan en los restaurantes es bueno en su mayoría lo cual genera en los usuarios sentirse como en casa.

La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerada por la población encuestada con un 59% Buena, mientras que el 22% considera que es Excelente y finalmente el 19% considera el desempeño de los colaboradores Regular. Lo cual nos lleva a suponer que la capacidad de los colaboradores por ofrecer el mejor servicio es buena ya que el colaborador del restaurante pasa por un proceso de selección, fue instruido y es capaz de brindar un buen servicio.

Los turistas encuestados consideran la experiencia de su visita en este destino gastronómico con un 51% Excelente, asimismo el 44% de ellos considera que es Buena y finalmente el 5% es Regular. Lo cual nos lleva a constatar que el distrito de Monsefú es un destino gastronómico por excelencia y el desarrollo de productos turísticos en base a esta mejorará la oferta turística local. Asimismo, fortalecerá la actividad turística y por ende mejorará la calidad de vida de los pobladores dedicados a este rubro.

### **3.2.2. Discusión de resultados de Entrevista**

En la entrevista dirigida a los restaurantes del distrito monsefuano (Ver Anexo 07), donde el turista come rico reflejado en la encuesta, los participantes respondieron:

Los entrevistados consideran que la tradición culinaria gastronómica, es un factor de desarrollo para la ciudad debido al potencial gastronómico que ostenta y al trabajo que genera el rubro gastronómico.

Con respecto al local preparado para recibir al turista, los entrevistados manifestaron que actualmente se encuentran preparados para recibir al turismo interno y receptor, tanto en producto como en servicio, los ambientes son agradables y debidamente decorados con iconografía moche que es parte de la identidad cultural norteña.

El tipo de turista que recibe actualmente el restaurante es al turismo interno debido a la coyuntura actual por la que atraviesa el país.

Los días con más afluencia turística son los días viernes, sábados, domingos y fechas importantes como el FEXTICUM y fiestas patrias.

El restaurante se orienta a satisfacer las necesidades de los usuarios en producto y servicio, debido a que brinda productos y servicios de calidad.

Los productos son seguros llevan un control de calidad, se trabaja bajo los lineamientos y protocolos de bioseguridad establecidos y por ende garantizan la protección de la salud de los usuarios.

Los platos de la herencia cultural gastronómica más solicitados son: lifes sudados, el arroz con pato, arroz con cabrito, cebiche, causa monsefuana, espesado y en bebidas como la chicha las variedades más solicitadas son: Pata de toro, 7 machos, maicera, guanábana chirimoya y frutos secos.

Los entrevistados consideran que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta debido a que es un distrito que gracias a su ubicación geográfica los residentes mayormente se dedican a la agricultura. Asimismo, cerca de este distrito se ubica el terminal pesquero; esto permite la obtención de productos frescos y de calidad, para la elaboración de la gastronomía monsefuana y por ende el desarrollo de productos orientados al turismo.

En relación al objetivo específico número 01 orientado a diagnosticar la oferta gastronómica existencial del distrito de Monsefú se elaboró la matriz FODA que se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla III.24**  
*FODA Oferta gastronómica del distrito de Monsefú*

<b>FODA Oferta gastronómica del distrito de Monsefú</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Afluencia del turismo Interno.</li> <li>➤ El servicio de alimentación para recibir al turista es bueno.</li> <li>➤ Referente nacional.</li> <li>➤ La actividad turística gastronómica es buena.</li> <li>➤ Uso de protocolos de bioseguridad para mitigar los impactos generados por la COVID 19 y la actividad turística.</li> <li>➤ Destino gastronómico.</li> <li>➤ Buena infraestructura de los locales gastronómicos.</li> <li>➤ Buena atención al cliente.</li> <li>➤ El producto gastronómico es seguro, de calidad y tiene buen valor nutricional.</li> <li>➤ Beneficia a los agricultores residentes.</li> <li>➤ Precio aceptable para el turista.</li> <li>➤ Buen producto y servicio.</li> <li>➤ La experiencia de la visita es buena.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Baja afluencia del turismo receptor.</li> <li>➤ La informalidad en los restaurantes.</li> <li>➤ La forma correcta de la elaboración de los platos gastronómicos.</li> <li>➤ Débil gestión municipal orientada al sector turismo.</li> <li>➤ Desconocimiento en temas relacionados al sector turismo.</li> <li>➤ Falta de organización por parte de los actores principales de la investigación.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creación de productos en base a la oferta gastronómica orientados al sector turismo.</li> <li>➤ Diversificación de la oferta turística.</li> <li>➤ Inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo.</li> <li>➤ Alianza estratégica público privado.</li> <li>➤ Capacitaciones.</li> <li>➤ Certificación en temas orientados al turismo y la salud.</li> <li>➤ Incluir la ruta gastronómica Muchik en la Ruta Moche.</li> <li>➤ Difusión de la gastronomía monsefuana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Guerras nucleares.</li> <li>➤ Guerras biológicas.</li> <li>➤ Pandemias.</li> <li>➤ Inestabilidad político social.</li> <li>➤ Inflación.</li> <li>➤ Toque de queda.</li> <li>➤ Cierre de fronteras.</li> <li>➤ Corrupción de las fuerzas del orden.</li> <li>➤ Inseguridad.</li> <li>➤ Delincuencia.</li> <li>➤ Contaminación ambiental.</li> <li>➤ Efecto invernadero.</li> <li>➤ Fenómenos naturales.</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia en base a la investigación.

A continuación, se presenta el diagnóstico de la oferta gastronómica del distrito de Monsefú, de la cual nos servimos para el desarrollo del producto acreditable de la investigación:

### **DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ**

Con respecto al cliente, en el distrito de Monsefú actualmente el turismo interno es el que predomina sobre el turismo receptor, esto debido a la emergencia sanitaria producida por la COVID 19 y la cancelación de vuelos internacionales en los aeropuertos. La reactivación de la actividad turística y los vuelos internacionales permitirán mejorar la afluencia turística en este distrito.

Con respecto al restaurant donde se saborean los deliciosos potajes de la región, la respuesta de los turistas encuestados refleja su preferencia con un 27% a la Picantería “Senmache”, con un 26% Cevichería “D’Muga”, con un 23% al Restaurant Turístico “El Tiburón”, con un 20% a la Picantería “Los Delfines”. Asimismo, estos restaurantes formarán parte de la propuesta de investigación.

El distrito de Monsefú alberga una de las mejores gastronomías de la región y del país, el servicio de alimentación para recibir al turista es bueno basándonos en la opinión de los turistas; tanto es así que en este distrito arriban turistas de todo el país atraídos por la amplia gama de platos tradicionales y la variedad de su bebida tradicional chicha.

Con respecto a la tradición gastronómica como referente nacional, para el 53% de los encuestados es buena, para el 38% es excelente y un 9% opina que es regular, este resultado demuestra que la gastronomía monsefuana tiene una aceptación buena a nivel nacional y por ende la formulación de productos turísticos basados en la gastronomía monsefuana mejorará la afluencia turística y por ende fortalecerá la actividad turística en este distrito.

Con respecto a la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú el 43% considera que es buena, el 33% que es excelente, el 22% considera que

es regular. Por lo tanto, la actividad turística gastronómica es buena ya que se hace bajo los lineamientos establecidos por la OMS y el MINSA permitiendo desarrollar una actividad turística gastronómica responsable.

La gastronomía monsefuana para la elección del destino a visitar es excelente para los turistas debido a la amplia gama de platos tradicionales y la variedad de su bebida tradicional que ostenta.

La gastronomía monsefuana para la creación de productos orientados al sector turismo es buena en su mayoría, la creación de productos turísticos en base a la gastronomía monsefuana mejorará la oferta turística actual de este distrito.

La inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo es bien vista por los encuestados, por lo tanto, la propuesta de la investigación hará realidad esta inclusión. La infraestructura de los locales gastronómicos en su mayoría es buena.

La atención al usuario en el restaurante es buena reflejado por la encuesta, debido a que en el distrito de Monsefú la cordialidad y los buenos hábitos son una característica que identifican a los trabajadores del sistema de restauración.

Con respecto a la seguridad alimentaria la encuesta refleja que los alimentos son seguros y por ende protege de la salud de los comensales. Asimismo, la oferta gastronómica en cuanto al valor alimenticio es excelente debido a que los insumos que se utilizan para la elaboración de los platos gastronómicos son en su mayoría frescos y de calidad.

Con respecto al valor económico de los platos gastronómicos es bueno. Por lo tanto, el precio es en su mayoría está al alcance del usuario.

La satisfacción producida por el producto gastronómico es en su mayoría buena para los encuestados debido a la presentación y la calidad del producto que se expende en el restaurante. Asimismo, el servicio es considerado bueno en su mayoría debido a

que los colaboradores son altamente capacitados en el rubro y por ende brindan un buen servicio.

Los turistas encuestados califican la experiencia de su visita en este destino gastronómico como excelente en su mayoría debido a que los servicios orientados a la gastronomía para recibir al turista son buenos, el producto que expenden es seguro y de calidad. Además, los protocolos de bioseguridad permiten desarrollar la actividad de una manera responsable y segura.

En relación al objetivo específico número 02 relacionado a determinar la relación contable de restaurantes orientados al expendio de la oferta gastronómica monsefuana, se encontraron los siguientes resultados en los archivos de la Municipalidad Distrital de Monsefú. Los restaurantes identificados para el estudio fueron 29 así como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla III.25**  
*Padrón restaurantes 2022*

<b>N°</b>	<b>RESTAURANTES</b>
1	BAR RESTAURANT "D PISFIL "
2	BAR RESTAURANT " MARÍA EUGENIA"
3	D´GUFO
4	EL NUEVE
5	EL PARAISO NORTEÑO
6	ENTRE CHICHA Y LOCHE RESTAURANTE TRADICIONAL
7	INNOVA SPORT-MONSEFU
8	LA BARRA CEVICHERA
9	LA BUENA SAZON DJKA
10	MI CARMELITA
11	MI CHARITO
12	PEÑA CRIOLLA "EL GRAN SEÑOR DE SIPÁN"
13	PICANTERÍA "LA CARPA"
14	PICANTERÍA "LA CASA DE LOS SUDADOS"
15	PICANTERÍA "LA SABROSURA"
16	PICANTERÍA "LOS DELFINES"
17	PICANTERÍA "MI PAULITA"
18	PICANTERÍA "PERIQUITO"
19	PICANTERÍA "SENMACHE"
20	PURITO SABOR
21	RESTAURANT "MI GUADALUPANA"
22	RESTAURANT CEVICHERÍA "D` MUGA"
23	RESTAURANT PEÑA TURISTICA "MONSEFU"
24	RESTAURANT TURÍSTICO "EL TIBURÓN"
25	RESTAURANT"LA PERLA DE LAS FLORES"
26	RESTAUTANTE "LOS PAVOS"
27	RETAURANTE "LA CASA DE DON JOSE"
28	SAZON MONSEFUANO RIO GRANDE
29	WILMOR

Fuente: Municipalidad Distrital de Monsefú – Área: fiscalización.

### **3.3 Propuesta de la investigación**

#### **3.3.1. Introducción**

El distrito de Monsefú Conocido con el nombre de “ciudad de las flores”, se ubica en el departamento de Lambayeque al Sur Este de la ciudad de Chiclayo. Está situada entre los 60° 50 39" de latitud sur y a los 79° 53 56" longitud del meridiano de Greenwich, y a una altura de 10 metros sobre el nivel del mar. Ésta se ubica a 15 km al sur oeste de Chiclayo, es una tierra privilegiada por su ubicación geográfica sus actividades principales son la agricultura, la ganadería, la pesca. Este lugar se caracteriza por su artesanía, religión, música y su exquisita gastronomía destacando los restaurantes: Picantería “Senmache”, Cevichería “D´ Muga”, Restaurant Turístico “El Tiburón” y Picantería “Los Delfines” con sus ricos potajes y la Chicha bebida tradicional del Stand 27 Jotta del Pasaje Artesanal, además de su feria de exposiciones típicas culturales de Monsefú (FEXTICUM), en la que involucran diversas actividades relacionadas a la danza, la música, la gastronomía y sus tejidos en fibras de vegetales, en hilo, los bordados a mano y también su orfebrería en oro y plata.

Sin embargo, la desorganización y el desconocimiento de temas relacionados al turismo han causado una recesión en la afluencia turística afectando el desarrollo de la población. Si una ruta gastronómica es elaborada en base a la teoría de Barrera (1999) quien sostuvo que una ruta gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, a su vez las rutas gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. Entonces, esta creará fuentes alternas económicas, mejorará la oferta turística y la calidad de vida de los pobladores dedicados al servicio de alimentación.

### **3.3.2. Denominación de la Propuesta.**

El nombre de la propuesta surge debido al potencial gastronómico, la presencia de restaurantes y la amplia gama de platos tradicionales que brinda el servicio de restauración en este distrito. Además, por su ubicación geográfica, encontrándose en territorio Mochica y el nombre que más se adapta es Muchik, la cual da origen al nombre de la propuesta **Ruta Gastronómica Muchik** debido a que en tiempos de la civilización Mochica se usaron los mismos insumos para la elaboración de la gastronomía.

### **3.3.3. Objetivos**

#### **Objetivo general**

Diseñar y proponer una ruta gastronómica en el distrito de Monsefú basada en los restaurantes preferidos por los turistas.

#### **Objetivos específicos**

1. Entrenar en especialización de un plato fuerte para cada restaurant.
2. Señalizar los restaurantes para indicar su especialidad gastronómica.

### **3.3.4. Marco conceptual**

#### **3.3.4.1. Ruta gastronómica**

Montesinos (2012). Sostiene que la ruta gastronómica es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del patrimonio gastronómico mundial cultural, natural, inmaterial, mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad.

Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie en grupo o de manera individual solo si cumple con la comunicación y señalética adecuada. Asimismo, Nuemberger (2003) sostiene que las rutas gastronómicas buscan dinamizar las economías regionales a través de la promoción de los productos y la cultura gastronómica.

#### **3.3.4.2. Ruta turística**

Gómez (1992) sostuvo que una ruta se caracteriza por sus dimensiones locales o regionales, el recorrido siempre vía terrestre, y que el punto de partida y de llegada no coinciden en el mismo lugar.

#### **3.3.4.3. Producto Turístico**

Para Cárdenas (1991) es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

#### **3.3.5. Implementación de la Ruta en los restaurantes de la ciudad de Monsefú.**

Los restaurantes y recursos que conforman la ruta gastronómica en la ciudad de Monsefú son Picantería "Senmache", Restaurant Cevichería "D'Muga", Restaurant Turístico "El Tiburón", Picantería "Los Delfines", Stand "Jotta" ubicado en el paseo artesanal. Los trabajadores estarán con la indumentaria apropiada, los mismos presentarán los platos fuertes en que fueron especializados, los establecimientos de restauración estarán señalizados de acuerdo a la especialización del plato fuerte y preparados para brindar a los visitantes su servicio y presentar la amplia gama gastronómica que poseen de acuerdo a la señalización del mismo.

### 3.3.6. Recorrido de la Ruta.

El recorrido de la ruta comprenderá de un itinerario gastronómico creado en base a los restaurantes donde el turista disfruta de los mejores potajes de la región: comprendido por la Picantería “Senmache”, Restaurant Cevichería “D’Muga”, Restaurant Turístico “El Tiburón”, Picantería “Los Delfines” y Stand “Jotta” del paseo artesanal. En estos restaurantes se disfruta de la gastronomía Monsefuana que mantienen la forma tradicional del preparado de cada plato. Para conocer y disfrutar de la gastronomía monsefuana se hace la invitación a recorrer el itinerario gastronómico creado donde la cocina y el turismo se fusionan para hacer de la visita una experiencia extrasensorial.

El punto de encuentro para el recorrido del itinerario gastronómico es en Parque las Musas encontrándose este entre las Av. Garcilazo de la Vega y Balta para embarcarnos y hacer el traslado de la Ciudad de Chiclayo al distrito de Monsefú donde en primera instancia invitamos a conocer la **Picantería Senmache**, ubicado en la Av. Venezuela # 186 Monsefú, lugar donde el visitante podrá degustar de la variada gastronomía en base a los platos de especialización los cuales son: El pepián de pava, boda de pava y lifes sudados. Después de haber degustado de la sazón de esta picantería nos trasladamos al **Restaurant Cevichería D’Muga** ubicado en la calle M. Sucre # 622 Monsefú, en este establecimiento podremos disfrutar de los siguientes productos gastronómicos tradicionales como son: Arroz con pato, arroz con cabrito y cebiche. Después de haber degustado de la sazón de este restaurant nos dirigimos hacia el **Restaurant Turístico El Tiburón** ubicado en la Calle Misericordia # 937 Monsefú, en este establecimiento orientado a satisfacer el paladar más exigente encontramos los siguientes platos Fuertes: Causa monsefuana, Chicharrón de pescado y espesado. Después de haber degustado de la sazón de este restaurant seguimos el recorrido hacia la **Picantería Los Delfines**, ubicado en la Calle Misericordia # 907 Monsefú, lugar donde prima la comodidad del visitante y poder degustar de la gastronomía monsefuana en base a los platos de especialización los cuales son: Tortilla de raya. Una vez de haber

degustado de la gran variedad del producto nos dirigimos hacia el **Mercado Central** Ubicado en la Calle. 28 de Julio Cdra. 5 Monsefú, donde podremos observar los insumos para la elaboración de cada plato, continuamos la ruta hacia la **Plaza de Armas** ubicado en la Calle 28 de julio Cdra. 5 para tener un descanso y la sesión de fotos y finalmente Continuamos el recorrido hacia el **Paseo Artesanal** ubicado en la Av. Venezuela en busca del Stand # 27 **Jotta** de Monsefú, lugar donde se puede disfrutar la rica chicha bebida ancestral, producto tradicional elaborado en base a productos de la zona y traídos del interior del país tales como: Chicha de pata de toro, siete machos, maicera, guanábana, chirimoya, frutos secos, entre otros que satisfacen la demanda del más exigente paladar.

Esta propuesta se puede aplicar al momento de hacer el arribo al distrito de Monsefú en relación a los restaurantes donde los turistas pasan un momento agradable disfrutando de la variada gastronomía monsefuana, el cual tiene como duración de 07:00 horas.

## Itinerario

**Eje temático:** Restaurantes

**Tipo de ruta:** Gastronómica

**Ámbito:** Distrital

**Duración:** 07 h.

**Centro de amortiguamiento:** Chiclayo (Paseo de Las Musas)

**Objetivo:** Dar a conocer la especialidad de preparación de cada plato tradicional por restaurante y el potencial gastronómico del distrito de Monsefú.

**10:00 – 10:30 am.** Los turistas reunidos en el Paseo las Musas (Chiclayo)

**10:30 – 11:00 am.** Traslado y arribo al distrito de Monsefú.

**11:00 – 12:00 pm.** Empezamos el recorrido visitando la Picantería “Senmache”.

**12:00 –13:00 pm.** Continuamos el recorrido hacia el Restaurant Cevichería “D’Muga”.

**13:00 – 14:00 pm.** Continuamos el recorrido hacia el Restaurant Turístico “El tiburón”.

**14:00 – 15:00 pm.** Continuamos el recorrido hacia Picantería Los Delfines.

**15:00 – 15:30 pm.** Nos dirigimos hacia el Mercado Central, para ver los insumos con los cuales se prepara la diversificada gama de platos típicos.

**15:30 – 16:00 pm.** Hacemos una visita a la Plaza de Armas de Monsefú donde estaremos todos reunidos para la sesión de fotos.

**16:00 – 17:00 pm.** Continuamos el recorrido hacia el stand # 27 Jotta del paseo artesanal a saborear la rica Chicha y es donde termina nuestro recorrido.

**Figura III.21**  
*Mapa de Ruta.*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la propuesta de investigación.

### 3.3.7. Identificación de los restaurantes y especialización gastronómica.

#### 3.3.7.1. Picantería Senmache.

La picantería Senmache es reconocida por su diversidad gastronómica ubicándose en la Av. Venezuela # 186 del distrito de Monsefú.

**Plato de especialización:**

**Pepián de pava**

**Figura III.22**

*Pepián de pava.*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la investigación

### 3.3.7.2. Restaurant Cevichería D´Muga.

Restaurant Cevichería D´Muga conocido también por su gastronomía basada en productos de los agricultores residentes de la zona y satisfacer la demanda de su clientela, se ubica en la Calle M. Sucre # 622 del distrito de Monsefú.

**Plato de especialización:**

**Arroz con pato**

**Figura III.23**  
*Arroz con pato*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la investigación

### 3.3.7.3. Restaurant Turístico El Tiburón.

El restaurant El Tiburón es conocido también por su especialidad gastronómica en platos tradicionales como el Chicharrón de pulpo, entre otros, ubicándose en la Calle Misericordia # 937 del distrito de Monsefú.

**Platos de especialización:**

**Causa norteña**

**Figura III.24**

*Causa monsefuana*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la investigación

#### 3.3.7.4. Picantería Los Delfines.

La picantería Los Delfines es reconocido por su deliciosa gastronomía y porque es un espacio dedicado a la comodidad del cliente ubicándose en la Calle Misericordia # 907 del distrito de Monsefú.

**Platos de especialización:**

**Arroz con cabrito**

**Figura III.25**

*Arroz con cabrito*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la investigación

### 3.3.7.5. Stand Jotta.

El Stand Jotta es reconocido por su diversidad en sabores de la bebida tradicional Chicha ubicándose en el parque artesanal de la Av. Venezuela del distrito de Monsefú.

**Figura III.26**

*Stand J del paseo artesanal*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la investigación

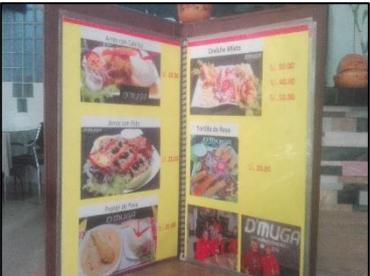
### 3.3.8. Ficha de observación de los restaurantes

#### Ficha de observación de la Picantería Senmache

Ítem	Descripción	Fotografía
<b>Infraestructura</b>	Cuenta con infraestructura rústica, cuenta con servicios básicos, tiene 3 ambientes amplios con 2 televisores plasma, cocina de leña, industrial, menaje variado.	
<b>Accesibilidad</b>	Libre acceso, encontrándose en una de las principales avenidas del distrito.	
<b>Servicios</b>	Desayuno y almuerzo.	
<b>Carta</b>	Carta basada en pescados, mariscos y comida tradicional.	

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación

## Ficha de observación Cevichería D´ Muga.

Ítem	Descripción	Fotografía
<b>Infraestructura</b>	Infraestructura moderna, cuenta con dos niveles para la recepción de los usuarios, un televisor plasma por nivel, cuenta con servicios básicos, la primera planta tiene una barra, cocina industrial y menaje variado.	
<b>Accesibilidad</b>	Se encuentra cerca a la plaza principal y por lo tanto es de libre acceso.	
<b>Servicios</b>	Almuerzos, piqueos y desayunos.	
<b>Carta</b>	Su carta está comprendida por comida tradicional, local, ceviches y sudados.	

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación

## Ficha de observación del Restaurant Turístico El Tiburón.

Ítem	Descripción	Fotografía
<b>Infraestructura</b>	La infraestructura es moderna y rústica, cuenta con un piso y una plataforma para la presentación de orquestas, cuenta con servicios básicos, cuenta con dos ambientes rústico y moderno, una cocina industrial y menaje variado.	
<b>Accesibilidad</b>	Libre acceso, debidamente asfaltado y se ubica cerca de una de las avenidas principales del distrito y señalización.	
<b>Servicios</b>	Eventos especiales, matrimonios y bautizos.	
<b>Carta</b>	Comida norteña y comida local.	

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación

## Ficha de observación de la Picantería Los Delfines.

Ítem	Descripción	Fotografía
<b>Infraestructura</b>	La infraestructura es moderna y rústica, cuenta con 2 ambientes rústico y moderno para la recepción de los usuarios y un televisor en cada uno de los ambientes, cuenta con servicios básicos, cuenta con cocina Industrial y menaje variado.	
<b>Accesibilidad</b>	Es de libre acceso, ubicándose cerca a una de las avenidas principales del distrito.	
<b>Servicios</b>	Desayuno, almuerzo y delivery.	
<b>Carta</b>	Su carta está principalmente basada en pescados y mariscos.	

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación

**Figura III.27**

*Logo de la propuesta de la investigación*



*Fuente:* Elaboración propia en base a la propuesta de investigación

## CAPÍTULO IV

### IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

✚ El diseño y creación de la ruta gastronómica MUCHIK permitirá a los establecimientos gastronómicos organizarse e integrarse a la misma, la cual fortalecerá la actividad turística en este distrito monsefuano.

✚ La creación de la ruta gastronómica permitirá la viabilidad del producto gastronómico, creará fuentes alternas de ingreso económico y dinamizará las economías mejorando la calidad de vida de los pobladores dedicados al servicio de alimentación.

✚ La aplicación de la metodología para esta investigación permitió la viabilidad del estudio basada en Sistema HACCP (Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control).

✚ La carencia de programas orientados a la difusión del turismo en relación a las potencialidades que posee Monsefú son los principales factores que impiden la organización generan ignorancia y limitan el desarrollo de nuevos productos orientados al sector turismo.

✚ Con este estudio se enfatiza la importancia de la gastronomía en el desarrollo de los pueblos aledaños a la ciudad y se ha analizado la expresión culinaria de un grupo étnico, poseedor de una cocina cuyas raíces y evolución ameritan su estudio y difusión.

## 4.2 Recomendaciones

✚ Se recomienda a los sectores pertinentes e involucrados en el tema de turismo y gastronomía llámese la Municipalidad Distrital de Monsefú para apoyar y difundir el turismo, asimismo la empresa privada.

✚ Se recomienda la alianza Público Privada para la aplicación de esta propuesta. Asimismo, certificar en los diferentes ámbitos orientados a los protocolos de bioseguridad, salubridad y calidad para desarrollar la actividad turística responsable.

✚ Se recomienda promocionar la gastronomía monsefuana en las redes sociales y los diferentes entornos tecnológicos existentes para una mayor difusión de la misma.

✚ Se recomienda Integrar la Ruta Gastronómica MUCHIK en la Ruta Moche.

✚ Se recomienda integrar a la población para la difusión de esta propuesta.

## REFERENCIAS

- A., A. (2017). *PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL DEL RESTAURANTE HEBRÓN S.A.C. CHICLAYO.*
- A., B. (2018). *EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO, UTILIZANDO ESTÁNDARES DE BUENAS PRÁCTICAS. CHICLAYO.*
- ASSOCIATION, A. M. (2013). *DEFINICIONES DE MARKETING. CHICAGO.*
- B., P. (2017). *EVALUACIÓN DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA. GUAYAS.*
- B., R. (2018). *ACTIVIDAD TURÍSTICA E IDENTIDAD CULTURAL EN TEPIC, NAYARIT. MÉXICO.*
- B., R. (2020). *DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. A CORUÑA.*
- C., C. (2018). *ESTRATEGIAS DE NEGOCIA PARA EXPANDIR OFERTA GASTRONOMICA DEL RESTAURANT IITADAKIMASU. CHICLAYO.*
- C., G. (2017). *EL CICLO ECONÓMICO Y LA ACTUIVIDAD TURÍSTICA. HUELVA.*
- C., M. (2018). *PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA . LAMBAYEQUE.*
- CALTUR. (2014). *PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA. LIMA.*
- D., H. (2018). *TURISMO GASTRONÓMICO Y LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL. CÓRDOBA.*
- D., L. (2018). *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE. ANDAHUAYLAS.*
- G., S. (2006). *DEFINICIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE. MADRID.*

- HERNÁNDEZ, F. &. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* . MÉXICO.
- HERNÁNDEZ, F. Y. (2003). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*.  
MÉXICO.
- I., B. (2019). *COMPETITIVIDAD Y SU IMPLICANCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTCA*.  
CATACAOS.
- INNOVTUR. (2020). *LA GASTRONOMÍA, EL ARTE QUE TRANSFORM EN  
PLACENTERA LA NECESIDAD DE ALIMENTARSE*. MADRID.
- K, V. (2018). *APORTE DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO*. PIURA.
- L., C. (2019). *IMPACTOS DE UNA INADECUADA ACTIVIDAD TURÍSTICA SOBRE LA  
FAUNA SILVESTRE*. SAN JOSÉ: GALAXY EDITORIALS.
- M., M. (2020). *ACONDICIMIENTO TURISTICO*. LAMBAYEQUE.
- MASLOW, A. (1951). *MOTIVACIÓN Y PRESONALIDAD*. MADRID.
- MINCETUR. (2011). LIMA.
- MINCETUR. (2016). LIMA.
- MINCETUR. (2011). *GUÍA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE  
PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA*. LIMA.
- MINCETUR. (2011). *GUÍA METODOLÓGICA PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN  
PÚBLICA SECTOR TURISMO*. LIMA.
- MINCETUR. (2011). *GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INERSIÓN  
PÚBLICA*. LIMA.
- Noreña, A. R. (2012). *Criterios de rigor científico*. España.
- Noreña, A. R. (2012). *Criterios éticos*. España.

OMT. (2017). MADRID.

OMT. (2019). MADRID.

OMT. (1998). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. MADRID.

OMT. (2003). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA CALIDAD*. MADRID.

OMT. (2008). *DEFINICIONES DE TURISMO*. MADRID.

OMT. (2008). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. MADRID.

OMT. (2008). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. MADRID.

OMT. (2019). *GUÍA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO*.  
MADRID.

P., R. (2017). *GASTRONOMÍA TRADICIONAL, PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO*. MOCHE.

R., C. (2018). *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO DINAMIZADOR ECONÓMICO*. ANTA.

S., M. (2004). *ANÁLISIS DE RIESGOS Y PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL*. MADRID.

T., V. (2018). *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES, COMO INSTRUMENTO DE GESTIÓN AMBIENTAL SOSTENIBLE*. LIMA.

Y., C. (2018). *FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL, PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA*. LAMBAYEQUE.

Y., J. (2018). *PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONOMICA*. LAMBAYEQUE.

## **ANEXOS**

**Declaración jurada de originalidad – Anexo 01**

**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy Gordillo Orozco John Luis del Programa de Estudios de Turismo y negocios de la Universidad Señor de Sipán S.A.C. declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado

**DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédita, original y auténtica.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Apellidos y Nombres	DNI	Firma
Bach. Gordillo Orozco John Luis	42464180	

Pimentel 16 de Octubre del 2023

## Resolución de aprobación – Anexo 02



### FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN Nº0256-2023-FACEM-USS

Chiclayo, 31 de mayo de 2023.

#### VISTO:

El Oficio N°0053-2023/FACEM-DT-USS, de fecha 29 de mayo de 2023, presentado por la Directora de la EP de Turismo y Negocios y proveído del Decano de FACEM, de fecha 30/05/2023, donde solicita la actualización de Proyecto de tesis, por caducidad, y;

#### CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 64° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 015-2022/PD-USS de fecha 02 de marzo de 2022, indica que "La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional".

Que, el Art. 71° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional da el visto bueno al tema del proyecto de investigación de acuerdo a la matriz de consistencia lógica y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

#### SE RESUELVE:

**ARTICULO ÚNICO: APROBAR, la actualización del Proyecto de Tesis, del egresado de la EP de Turismo y Negocios, según se indica en cuadro adjunto.**

N°	AUTOR	TÍTULO DEL PROYECTO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	JOHN LUIS GORDILLO OROZCO	DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

#### REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

  
 De: LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO  
Decano  
Facultad de Ciencias Empresariales  
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

  
 Mg. LISET SUGELY SILVA GONZALES  
Secretaria Académica  
Facultad de Ciencias Empresariales  
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cc: Escuela, Archivo

**Instrumentos de recolección de datos - Anexo 03**

**DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA  
ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ  
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”**

La presente entrevista la realizo como instrumento de investigación, es de mucha utilidad su participación, puesto que mediante esta técnica de recolección de datos, se podrá obtener la información que posteriormente será analizada e incorporada a la investigación con el título descrito líneas arriba.

- 1.\_ ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?
- 2.\_ ¿Considera su local preparado para recibir al turista?
- 3.\_ ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?
- 4.\_ ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?
- 5.\_ ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?
- 6.\_ ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?
- 7.\_ ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?
- 8.\_ ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?
- 9.\_ ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?



## DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ

### “Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Estimado (a): Se le solicita su valiosa colaboración para que marque con un aspa el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio, puesto que mediante esta técnica de recolección de datos, se podrá obtener la información que posteriormente será analizada e incorporada a la investigación con el título descrito líneas arriba.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
PÉSIMO	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE

a). ¿Cuál es su lugar de procedencia? \_\_\_\_\_

b). ¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico? \_\_\_\_\_

ITEM	1	2	3	4	5
1._ ¿Cómo considera a Monsefú en cuanto a servicios orientados a la alimentación para recibir al turista?					
2._ ¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú, es considerado por usted?					
3._ ¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?					
4._ ¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?					
5._ ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?					
6._ ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?					
7._ ¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?					
8._ ¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?					
9._ ¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?					
10._ ¿Considera usted la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria?					
11._ ¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?					
12._ ¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?					
13._ ¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?					
14._ ¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?					
15._ ¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?					
16._ ¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?					
17._ ¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?					
18._ ¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?					



**CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA POR JUICIO DE EXPERTOS**

1	<b>Nombre del Juez</b>	Huerta Cedillo Luis			
2	<b>Profesión</b>	Chef de Pastelería			
	<b>Mayor Grado Académico obtenido</b>	Master Patissier L.C.B.			
	<b>Experiencia Profesional (en años)</b>	15 años			
	<b>Institución donde labora</b>	Instituto Gastronómico CUMBRE			
	<b>Cargo</b>	Director Gastronómico			
<b>Proyecto de tesis</b> <b>DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ</b>					
<b>Autor:</b> Bach. GORDILLO OROZCO JOHN LUIS					
<b>Instrumento evaluado</b>	Encuesta				
<b>Objetivo del Instrumento</b>	Determinar la oferta gastronómica que presenta el distrito de Monsefú, para fortalecer la actividad turística.				
<b>Detalle del Instrumento:</b> El instrumento ha sido construido a partir del objeto de estudio.					
<b>Preguntas</b>	<b>Escala de valoración del ítem de acuerdo a los expertos</b>				
a). ¿Cuál es su lugar de procedencia?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4X	5
<b>Sugerencias:</b>					

<p>b). ¿Cuál cree usted que sea el establecimiento gastronómico monsefuano donde se come rico?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
<p>1._ ¿Cómo considera a Monsefú en cuanto a servicios orientados a la alimentación para recibir al turista?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
<p>2._ ¿El legado cultural gastronómico del distrito de Monsefú es considerado por usted?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4X</td> <td>5</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4X	5
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4X	5							
<p>3._ ¿La tradición gastronómica monsefuana como referente nacional, es vista por usted?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
<p>4._ ¿Considera la actividad turística gastronómica que desarrolla el distrito de Monsefú?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
<p>5._ ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la elección del destino a visitar?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
<p>6._ ¿Cómo considera la gastronomía monsefuana, para la creación de productos orientados al sector turismo?</p>	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table> <p><b>Sugerencias:</b></p>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							

7._ ¿Cómo evalúa la inclusión de la oferta gastronómica en los paquetes de viaje que venden las empresas del sector turismo?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4X</td> <td>5</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4X	5
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4X	5							
	<b>Sugerencias:</b>										
8._ ¿Cómo evalúa la infraestructura de los locales gastronómicos?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4X</td> <td>5</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4X	5
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4X	5							
	<b>Sugerencias:</b>										
9._ ¿Cómo evalúa el servicio de atención al usuario que brindan los restaurantes?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
	<b>Sugerencias:</b>										
10._ ¿Considera usted la oferta gastronómica monsefuana en cuanto a seguridad alimentaria?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
	<b>Sugerencias:</b>										
11._ ¿Cómo considera la oferta gastronómica monsefuana en cuanto al valor alimenticio?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4X</td> <td>5</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4X	5
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4X	5							
	<b>Sugerencias:</b>										
12._ ¿Considera el uso de insumos propios del lugar para la elaboración de la gastronomía monsefuana?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4X</td> <td>5</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4X	5
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4X	5							
	<b>Sugerencias:</b>										
13._ ¿La presentación de los platos gastronómicos es considerado por usted?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
	<b>Sugerencias:</b>										
14._ ¿Considera usted el valor económico de los platos gastronómicos, razonable?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5X</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4	5X
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4	5X							
	<b>Sugerencias:</b>										
15._ ¿Cómo percibe el producto gastronómico en cuanto a cubrir las exigencias presentadas por usted?	<table border="1"> <tr> <td>Inaceptable</td> <td>Deficiente</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> <td>Excelente</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4X</td> <td>5</td> </tr> </table>	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente	1	2	3	4X	5
Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente							
1	2	3	4X	5							
	<b>Sugerencias:</b>										

16._ ¿La satisfacción producida por el servicio recibido en el restaurante, es percibida por usted?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4X	5
	<b>Sugerencias:</b>				
17._ ¿La capacidad de los colaboradores del establecimiento de restauración por ofrecer el mejor servicio, es considerado por usted?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				
18._ ¿Cómo califica la experiencia de su visita en este destino gastronómico?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				

Nombre:

DNI:

Luis Huerta Cedillo  
09 88 43 80  
ful3



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS

**CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA POR JUICIO DE EXPERTOS**

1	<b>Nombre del Juez</b>	Huerta Cedillo Luis
2	<b>Profesión</b>	Chef de Pastelería
	<b>Mayor Grado Académico obtenido</b>	Master Patissier L.C.B.
	<b>Experiencia Profesional (en años)</b>	15 años
	<b>Institución donde labora</b>	Instituto Gastronómico CUMBRE
	<b>Cargo</b>	Director Gastronómico
<b>Proyecto de tesis</b>  <b>DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ</b>		
<b>Autor:</b> Bach. GORDILLO OROZCO JOHN LUIS		
<b>Instrumento evaluado</b>	Entrevista	
<b>Objetivo del Instrumento</b>	Determinar la oferta gastronómica que presenta el distrito de Monsefú, para fortalecer la actividad turística.	
<b>Detalle del Instrumento:</b> El instrumento ha sido construido a partir del objeto de estudio.		

Preguntas	Escala de valoración del ítem de acuerdo a los expertos				
1._ ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				
2._ ¿Considera su local preparado para recibir al turista?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4X	5
	<b>Sugerencias:</b>				
3._ ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				
4._ ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4X	5
	<b>Sugerencias:</b>				
5._ ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				
6._ ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				
7._ ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				
8._ ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				

9._ ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?	Inaceptable	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5X
	<b>Sugerencias:</b>				

**Nombre:**

Luis Huerta Cedillo

**DNI:**

09884380

ful  
3

Consentimiento informado – Anexo 05



DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA GASTRONÓMICA, PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL DISTRITO DE MONSEFÚ

Padrón de entrevista

Restaurant	Apellidos y nombres	DNI	Cargo	Correo electrónico	Firma	Huella
Picantería "Senmache P"	Alex Suvion Mechañ Flores	42354024	Administrador	Mendon_04@hotmail.com		
Restaurant Turístico "El Tiburón"	Hector Yajeno Chomique	43799129	Administración	elclatoyajeno23@hotmail.com		
Restaurant Cevichería "D Muga"	Miñope Muga José Héctor	1662841	Administrador	hectormuga2006@hotmail.com		
Picantería "Los Delfines"	CRISTIAN GUSMÁN SANCHEZ	43849227	ADMINISTRADOR	cguzman.dial@gmail.com		
Paseo Artesanal Stand 27 Jotta	Lila Inge'lica Montep Rebez	16559107	Administradora	-		

## Carta de autorización – Anexo 06

# MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MONSEFÚ

*Comprometidos contigo.. Comprometidos con monsefú..*

### AUTORIZACIÓN

La Gerencia de la Municipalidad Distrital de Monsefú **AUTORIZA** al Sr. John Luis Gordillo Orozco identificado con D.N.I N° 42464180 quien cuenta con el grado de Bachiller en Turismo y negocios de la Universidad Señor de Sipán para que desarrolle un **ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE UNA RUTA GASTRONÓMICA** en la ciudad de Monsefú. Dicho proyecto de investigación es necesario para acceder al título de Licenciado en Turismo y Negocios y es de vital importancia para el desarrollo de la oferta turística de nuestra ciudad. Además, el Sr. Gordillo Orozco deberá presentar a la institución una copia del proyecto final.

Monsefú, 04 de Noviembre del 2019.

Atentamente,

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MONSEFÚ  
CPC. Daniel Angel Santos Custodio  
GERENTE MUNICIPAL

R.U.C. 20191711328  
AV. 7 DE JUNIO N° 513 - MONSEFÚ - PERÚ  
074-412155  
[www.munimonsefu.gob.pe](http://www.munimonsefu.gob.pe)

Evidencias de ejecución - Anexo 07

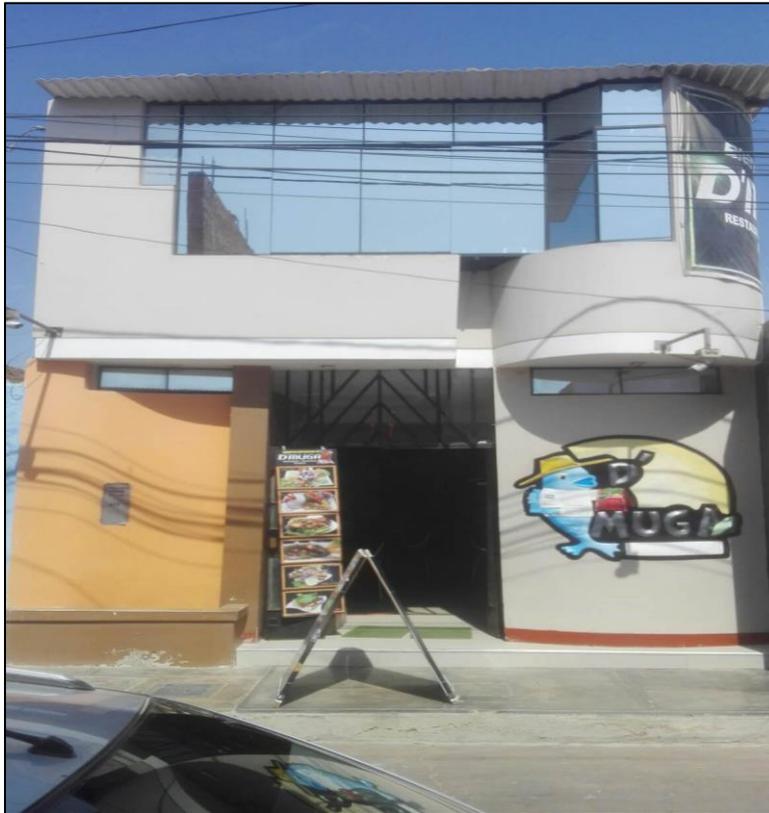
Stand J. Pasaeo Artesanal



Picantería Senmache



**Cevichería D´Muga**



**Restaurant Turístico El Tiburón**



## Picantería Los Delfines



## Entrevista

**Apellidos y nombres:** Mechan Flores Alex Javier

**DNI:** 42354024

**Restaurante:** Picantería Senmache

**Cargo:** Administrador.

**Correo electrónico:** picanteriasenmache@hotmail.com

Luis. Bueno nos encontramos en Monsefú en la Picantería Senmache, tenemos la oportunidad de estar con el señor Alex Mechan Flores para realizar la entrevista como instrumento de la investigación. Empezamos con la entrevista.

Luis. ¿Considera la tradición culinaria monsefuaná como factor de desarrollo?

Alex. Claro, la considero como factor de desarrollo porque el turismo, no! Sobre todo.

Luis. ¿Considera su local preparado para recibir al turista?

Alex. ¡Exactamente! Todo turista es bienvenido y ofrecer los platos criollos que siempre ofrecemos.

Luis. ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?

Alex. Bueno prácticamente fuera, de todo el Perú no, de la costa, sierra y selva.

Luis. Turismo interno mayormente por la emergencia sanitaria. ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?

Alex. Bueno son los fines de semana y días festivos.

Luis. ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?

Alex. Claro, así es si con todo.

Luis. ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?

Alex. ¡Si! Son este producto, todo fresco todo lo que es carnes y pescados todo fresco.

Luis. ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?

Alex. ¡Ya! Los más tradicionales es acá el pepián de pava, la boda de pava y los liles sudados.

Luis. ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?

Alex. Claro, bien tengo que primero este orientarlos a que el cliente se vaya a gusto.

Luis. ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?

Alex. ¡Claro! Así es Monsefú es un pueblo que presenta sus platos típicos y su exquisitez no, sobre todo.

Luis. Bien Señor Alex hemos culminado con la entrevista, muchas gracias por su aporte.

## Entrevista

**Apellidos y nombres:** Miñope Muga José Héctor

**DNI:** 16628421

**Restaurante:** Restaurant Cevichería D' Muga

**Cargo:** Administrador

**Correo:** cebicheríarestaurantmuga@hotmail.com

Luis. Buenos días nos encontramos con el Sr. José Miñope a continuación se le va a realizar la entrevista como instrumento de la investigación.

Luis. ¿Considera la tradición culinaria monsefuaña como factor de desarrollo?

Juan. Es uno de los grandes factores acá en Monsefú que se desarrolla que es la gastronomía, la gastronomía de una u otra forma genera trabajo y da empleo a muchas personas de nuestro distrito.

Luis. ¿Considera su local preparado para recibir al turista?

Héctor. Sí, tenemos el local habilitado tanto el primer como el segundo nivel con iconografía monsefuaña se le da específicamente los platos criollos de Monsefú, todo es fresco, todo es natural por lo tanto somos uno de los restaurantes que más acuden los turistas.

Luis. ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?

Héctor. Turista nacional y turistas extranjeros.

Luis. ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?

Héctor. Los viernes y los domingos.

Luis. ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?

Héctor. ¡Por supuesto!, estamos nosotros dándoles todo lo que corresponde al producto y a los insumos que requiere y es exigente el paladar del turista.

Luis. ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?

Héctor. ¡Muy seguros!, acá el restaurante lo conforma un grupo de familia, nosotros mismos tenemos a una mamá que prepara los platos criollos, una hermana que prepara los piqueos, otro hermano que prepara exclusivamente el cebiche y los sudados y otro hermano que se encarga de la atención. Somos cinco personas que garantizan la salud del visitante.

Luis. ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?

Héctor. Bueno acá los platos más solicitados son el arroz con pato y el arroz con cabrito añadiéndole su cebiche mixto.

Luis. Muy bien esos platos son deliciosos.

Juan. Si supe deliciosos.

Luis. ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?

Héctor. Sí, por supuesto.

Luis. ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?

Héctor. Po supuesto, nosotros tenemos mucho que ofrecer al público, porque tenemos la materia prima en nuestras manos. Tenemos a cinco minutos que es el mar de Sta. Rosa, tenemos Callanca que se desarrollan todos los artículos de pan llevar y también tenemos el pato y el pavo que se cría en corral, entonces tenemos todos los insumos para ofrecerle al visitante lo mejor de nuestra gastronomía.

Luis. Muy bien eso ha sido todo por hoy señor D' Muga.

Héctor. Muchas gracias a Ud.

## Entrevista

**Apellidos y nombres:** Yaipen Chumioque Santos

**DNI:** 43499128

**Restaurante:** Restaurant Turístico "El Tiburón"

**Cargo:** Administrador

**Correo electrónico:** Elchatoyaipen23@hotmail.com

Luis. Buenos días nos encontramos con el Señor Yaipen Santos, buenos días.

Santos. Buenos días.

Luis. ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?

Santos. Correcto, es un buen punto que tocas, eh porque acá en Monsefú la gastronomía es única a nivel nacional, Monsefú tiene variedad de platos típicos creados especialmente por manos monsefuanas desde nuestros ancestros.

Luis. Bien es una tradición, el arte culinario es una tradición acá en Monsefú. ¿Considera su local preparado para recibir al turista?

Santos. Correcto, estamos ya preparados en un setenta por ciento falta algunos cuantos ajustes eh, lamentablemente la pandemia nos ha quitado mucho tiempo en seguir adelante y hacer las cosas mejor.

Luis. ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?

Santos. De todo el Perú y también turistas extranjeros, porque también trabajamos con agencias de viaje que recomiendan para que almuercen acá en Monsefú en El Tiburón.

Luis. ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?

Santos. Los días mayormente son los fines de semana, pero también hay días entre mitad de semana que también viene bastante gente, osea no tenemos días fijos de que va a venir harta gente o poca porque hay días que viene bastante un lunes, un martes, un miércoles que siempre nos visitan.

Luis. ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?

Santos. Correctamente, los productos son de primera calidad, seleccionados por administración y el dueño y en atención al cliente también estamos atendiéndolo cada día mejor y cada día vamos a perfeccionar más el servicio.

Luis. ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?

Santos. Correctamente, antes de la pandemia, cuando comenzó el restaurant siempre hemos optado por la salud del cliente, no por el dinero sino por la salud del cliente porque el cliente tiene que ser el primero.

Luis. Claro, además con esta pandemia y los protocolos de bioseguridad que se están formulando recientemente...

Santos. Correctamente ya con esta pandemia bueno los protocolos y todo, pero el restaurant siempre se ha caracterizado por una atención, por una limpieza y más que todo no el aseo de todo el personal y todo el restaurante.

Luis. ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?

Santos. Bueno el arroz con pato, el cabrito, la causa monsefuana que es muy pedida y a parte tenemos lo que es el chicharrón de pescado carne seca y variedad el sudado de liles y los días lunes tenemos el tradicional espesado, es un plato culinario que no se pierde esa tradición acá en el restaurant El Tiburón todos los lunes va a tener el cliente en saborear ese exquisito plato que es el espesado.

Luis. ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?

Santos. Correctamente, todos pasamos por un proceso de selección desde el personal hasta el dueño incluso.

Luis. ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?

Santos. Tenemos un potencial único, pero lamentablemente las autoridades desde hace años desde hace muchos años no parece que no fuesen monsefuanos sino más bien fueran personas extrañas a Monsefú, porque lamentablemente como alcalde no hacen nada por el potencial gastronómico que ostenta la ciudad de Monsefú.

Luis. Me he dado cuenta que hay una gestión muy débil orientada al turismo.

Santos. De años, porque Monsefú debe ser potencia en lo que es gastronomía.

Luis. Sr. Yaipen hemos culminado con la entrevista muchas gracias por su aporte.

Santos. Dios lo bendiga y será hasta otra oportunidad.

## Entrevista

**Apellidos y nombres:** Guzmán Salazar Cristian

**DNI:** 43849227

**Restaurante:** Picantería “Los Delfines”

**Cargo:** Administrador

**Correo electrónico:** Cguzman.dial@gmail.com

Luis. Buenas tardes nos encontramos en la ciudad de Monsefú, para ser más específicos en la picantería Los Delfines ahora tenemos la oportunidad de estar con el Sr. Cristian Guzmán Salazar, Administrador de la picantería Los Delfines, como está Sr. Cristian.

Cristian. Mucho gusto, buenas tardes.

Luis. Comencemos con la entrevista Sr. Cristian. ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?

Cristian. Así es, la tradición culinaria para acá y nuestro distrito es muy importante y es un factor de desarrollo económico.

Luis. ¿Considera su local preparado para recibir al turista?

Cristian. Sí, estamos preparados y en esta nueva realidad y nuestras instalaciones cuentan con todos los protocolos de bio seguridad para poder recibir a nuestros turistas.

Luis. ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su restaurante?

Cristian. Bueno nuestros clientes, los turistas antes de la pandemia eran en su mayoría extranjeros de diferentes países. Ahora por esto de la pandemia tenemos turistas que son de otro departamento que son de nuestro Perú.

Luis. Turismo interno, bien. ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?

Cristian. Actualmente los días con más afluencia ya no hay, ahora puede ser un día cualquiera como también no puede ver. Antes si era de repente un sábado oh un domingo, pero por ahora no hay ningún día específico

Luis. ¿Su restaurante está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?

Cristian. Sí, así es. Estamos orientados a satisfacer y para esto ahora contamos con nuestra página de Facebook en el cuál estamos promocionando nuestros platos y a la vez también estamos incorporando algunos videos para que la gente sepa cuál es nuestro modo de trabajo aquí dentro de nuestras instalaciones.

Luis. ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?

Cristian. Así es, nuestros platos típicos de acá que expendemos nosotros son realmente cien por ciento seguros los cuales pasan por un proceso de selección dentro de nuestra cocina.

Luis. ¿Qué platos de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?

Cristian. El arroz con pato, el arroz con cabrito, la casa monsefuana y la tortilla de raya.

Luis. ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?

Cristian. Así es, antes de ingresar a laborar en este restaurant, tenemos un proceso de selección para que pueda cumplir con lo que nosotros necesitamos y poder satisfacer la necesidad que presentan nuestros clientes.

Luis. ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?

Cristian. Así es, si considero que tiene un buen potencial Monsefú y agradecemos a toda la gente que nos visita siempre tanto de nuestra localidad como los turistas que llegan de deferentes partes del mundo, Monsefú es bien conocido sobre todo por su arte culinario y también no dejemos atrás la artesanía local.

Luis. Muy bien Sr. Cristian eso ha sido todo por hoy, muchas gracias por su aporte.

## Entrevista

**Apellidos y nombres:** LLontop Reluz Lila Angélica

**DNI:** 16559107

**Restaurante:** Stand 27 Jotta

**Cargo:** Administradora/ cocinera.

**Correo electrónico:** No tiene.

Luis. Buenas tardes nos encontramos en Monsefú, para ser más específicos en el paseo artesanal en el stand 27 Jotta, donde se elabora la Chicha la bebida tradicional de Monsefú con diversos frutos que vienen de diversas partes del norte, tenemos la oportunidad de estar con la Sra. Angélica Relúz. Buenas tardes Sra.

Angélica. Buenas tardes.

Luis. ¿Considera la tradición culinaria monsefuana como factor de desarrollo?

Angélica. Por supuesto, sí.

Luis. ¿Considera su local preparado para recibir al turista?

Angélica. Sí.

Luis. ¿Qué tipo de turista mayormente recibe en su stand?

Angélica. Acá en el stand vienen de todo sitio, vienen de Italia, vienen de Argentina, vienen de Estados Unidos, de todo sitio están viniendo. A pesar que ahora con la cuestión de esta enfermedad que hay se han retenido un poquito, pero ya están viniendo. Tenemos una muy buena acogida y están viniendo turistas.

Luis. ¿Cuáles son los días con más afluencia de usuarios en su local?

Angélica. Sábados y domingos

Luis. ¿Su local está orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a producto y servicio?

Angélica. Sí.

Luis. ¿Son productos seguros los que expende su establecimiento, para proteger la salud de los usuarios?

Angélica. Por supuesto.

Luis. ¿Qué bebidas de la herencia cultural gastronómica son los más solicitados por el usuario?

Angélica. Tenemos la pata de toro, jora, polen y algarroba, tenemos siete machos, meiceras tenemos de frutas de guanábana, guaba, chirimoya, naranja, limón dulce de todas las frutas. Así como hacemos de frutas frescas también hacemos de las frutas secas y no solamente las chichas, porque también tenemos macerados.

Luis. ¿El colaborador de su local, pasa por un proceso de selección?

Angélica. Sí.

Luis. ¿Considera que el distrito de Monsefú tiene potencial para desarrollar productos turísticos en base a la oferta gastronómica que ostenta?

Angélica. Sí.

Luis. Muy bien Sra. Culminamos con la entrevista y muchas gracias por su aporte.

## Reporte de Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**Gordillo-John-Tesis-Turismo-USS.docx**

AUTOR

**John Gordillo**

RECuento DE PALABRAS

**16721 Words**

RECuento DE CARACTERES

**90694 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**90 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**5.1MB**

FECHA DE ENTREGA

**Oct 26, 2023 11:54 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Oct 26, 2023 11:55 AM GMT-5**

### ● 18% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 17% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

## Acta de revisión de similitud

	<b>ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN</b>	Código:	F3.PP2-PR.02
		Versión:	02
		Fecha:	18/04/2024
		Hoja:	1 de 1

Yo, Cesar Ricardo Rocero Salazar, coordinador de investigación del Programa de Estudios de Turismo y Negocios, he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de Pregrado según la Directiva de similitud vigente en USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado: Diagnóstico de la Oferta Gastronómica, para Fortalecer la Actividad Turística del Distrito de Monsefú, elaborado por el estudiante(s) GORDILLO OROZCO JOHN LUIS.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 18%, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre Índice de similitud de los productos académicos y de investigación vigente.

Pimentel, 26 de Octubre de 2023.



Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Coordinador de Investigación

DNI N° 44308266