



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

TÍTULO

Nivel de satisfacción del turista que visita la ciudad de Trujillo, respecto al
consumo de productos andinos peruanos en el año 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR:

Ordoñez Rubiños, Laura Isabel

ASESORA:

Mg. BARINOTTO RONCAL, PATRICIA

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio Cultural

TRUJILLO – PERÚ

2017

PAGINAS DEL JURADO

Mg. Patricia Barinotto Roncal

Presidente

Dra. Elena Zapata Mendoza

Secretario

Mg. Alejandro Yepjen Ramos

Vocal

DEDICATORIA

A Dios por sobre todas las cosas, por la fortaleza
a mis padres, por todo tu apoyo incondicional
todo esto lo hago por ustedes
los amo con todo mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Por medio del presente proyecto agradezco a todas las personas que creyeron en mí, así mismo a mis profesoras de la universidad por su apoyo y orientación en mi proyecto, a mis amistades por motivarme a cumplir mis metas.

A mis padres, por su constante soporte y por estar a mi lado en los momentos más difíciles.

A todos los establecimientos que se prestaron para realizar mis encuestas, por su colaboración a concluir mi objetivo de culminar mis encuestas

A la pachamama por la abundancia que nos brinda y por tener el conocimiento de cómo aprovecharlos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

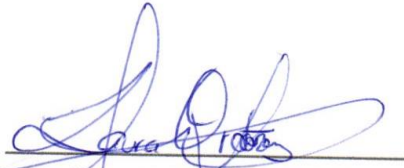
Yo Ordoñez Rubiños Laura Isabel, identificada con DNI N° 70835440, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos en la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Administración en Turismo y Hotelería declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Así mismo autorizo a la Universidad Cesar Vallejo publicar la siguiente investigación, si así lo cree conveniente.

Trujillo 16 de Octubre del 2017



Ordoñez Rubiños Laura Isabel

70835440

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: Nivel de satisfacción del turista que visita Trujillo, respecto al consumo de productos andinos peruanos en el año 2017. La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos aprobados para obtener el título profesional de Licenciada de Administración en Turismo y Hotelería.

Agradezco por anticipado su atención y dedicación brindada al análisis del presente trabajo.

Atentamente.

La autora

ÍNDICE

PAGINAS DEL JURADO	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	4
PRESENTACIÓN	5
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Trabajos Previos	11
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	13
1.4. Formulación del problema	20
1.5. Justificación del problema	20
1.6. Hipótesis	21
1.7. Objetivos.....	21
1.7.1. General	21
1.7.2. Específicos.....	21
II. MÉTODO	22
2.1. Diseño de la investigación.....	22
2.2. Operacionalización de variable	23
2.3. Población y muestra	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	25
2.5. Método de análisis de datos	26
2.6. Aspectos éticos	26
III. RESULTADOS	27
Contrastación de la hipótesis	56
IV. Discusión.....	57
V. Conclusiones.....	59
VI. Recomendaciones	60
VII. Propuesta de revaloración.....	62
VIII. Bibliografía.....	68
IX. Anexos.....	71

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar el nivel de satisfacción del turista que visita la ciudad de Trujillo, respecto al consumo de productos andinos peruanos. La metodología aplicada fue de tipo descriptiva simple, con un diseño no experimental. Para esta investigación la demanda turística está compuesta por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Trujillo y la muestra está conformada por un número de 15 turistas. Para realizar la obtención de datos se realizó fichas de observación y una encuesta donde fueron posteriormente procesadas para crear las tablas y gráficos y así poder cumplir con los resultados del estudio.

Los resultados indican que los turistas que visitan la ciudad de Trujillo, se encuentran muy satisfechos con el consumo de productos andinos, así también se pudo describir las características y propiedades más importantes e identificar los motivos y atributos que considera el turista al consumir productos andinos en la ciudad de Trujillo, de manera que con esta investigación permite identificar los gustos y preferencias de la demanda turística.

Palabras clave: demanda turística, cereales, tubérculos, legumbres, vegetales, frutas, condimentos, productos de origen animal, productos lácteos.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the level of satisfaction of the tourist who visits the city of Trujillo, regarding the consumption of Peruvian Andean products. The applied methodology was of a simple descriptive type, with a non-experimental design. For this investigation, the tourist demand is composed of national and foreign tourists who visit the city of Trujillo and the sample is made up of a number of 15 tourists. To carry out the data collection, observation sheets and a survey were made where they were subsequently processed to create the tables and graphs and thus be able to comply with the results of the study.

The results indicate that tourists visiting the city of Trujillo are very satisfied with the consumption of Andean products, as well as describing the most important characteristics and properties and identifying the reasons and attributes that the tourist considers when consuming Andean products. the city of Trujillo, so that with this research it allows to identify the tastes and preferences of the tourist demand.

Keywords: tourist demand, cereals, tubers, legumes, vegetables, fruits, condiments, products of animal origin, dairy products

II. Introducción

2.7. Realidad problemática

En los últimos años los productos andinos tienen una posición en el mercado a nivel mundial, cada vez más valorado. Se considera que los productos andinos como la Quinoa, chía, linaza, entre otros productos son los más destacados por su calidad no solo en el Perú, si no en el mundo entero, siendo incluso productos de exportación internacional.

Cada plato tiene una representación gastronómica en el tiempo, como fueron integrándose con insumos en el transcurso de la época con la llegada de los españoles en distintos continentes del mundo, fueron fusionando y a la vez creando nuevos sabores.

Cuando llegaron los españoles, chinos, japoneses, africanos; vinieron trayendo una mezcla de diversos sabores, aromas, especies que al ser fusionados con los productos oriundos del Perú, llevaron a que ahora en la actualidad tengan un mayor significado y que gracias a la creatividad de diversos chefs autores en cada uno de sus potajes creados, hoy en día inspira a muchas madres, amas de casa y cualquier persona que le gusta cocinar de una manera diferente a lo tradicional.

Con una inmensa variedad de cereales -como la quinua- y tubérculos -como la yuca y el camote-, Perú es un gran laboratorio de nuevos snacks elaborados con productos andinos que comenzaron vendiéndose en las calles y hoy buscan conquistar mercados mundiales.

A diferencia de las papas "chips", las poco conocidas papas nativas, uno de los snacks andinos más demandados, tienen pulpas de diversos colores y son la punta de lanza de una naciente industria que ya es parte de la revolución gastronómica peruana.

En el año 2008 se llevó a cabo el primer festival gastronómico que destacó por participación de peruanos como el reconocido chef Gastón Acurio, entre otros, en el 2009 aparece Mistura como nombre de la feria, quien dejó muy en alto el nombre del Perú; en el año 2007 surge la creación de APEGA, quien tiene como

fundadores a la reconocida socióloga Isabel Alvares, Gastón Acurio, Mario Valderrama, entre otros destacados Chefs peruanos, con el objetivo de reforzar la gastronomía peruana ocupando así un lugar muy importante a nivel mundial.

Actualmente APEGA está promoviendo un programa llamado COME SANO con la finalidad de crear una conciencia nutricional en cada uno de los peruanos, valorando así nuestra agricultura, flora y fauna. Es muy importante valorar nuestra agricultura, flora y fauna porque son las actividades más autosustentables, la finalidad es no llegar a la deforestación y preservar las especies que aún existen y están en peligro de extinción. Así también revalorizar los productos oriundos que gracias a los agricultores hoy en día sirven de sustento en la mesa de muchos peruanos.

GERCETUR promueve los productos andinos y orgánicos a través de las publicaciones de comercio exterior

La idea de todo esto es crear un consumidor consiente, que al momento de seleccionar un producto no lo compre por comprar, sino que haga un análisis de que es lo que contiene el producto, de donde proviene, cual es la fecha de vencimiento.

La ciudad de Trujillo se encuentra inundada cada vez de “fast foods”, desde la llegada de los Malls, estos establecimientos rápidos de comida se han venido involucrando en la población trujillana, son pocas las personas que prefieren incluir en su alimentación buenas cantidades de vegetales, menestras, semillas y frutas, sin embargo la mayor parte de los turistas, mayormente extranjeros siempre buscan estos insumos en sus comidas, últimamente los turistas nacionales se están involucrando cada vez más con este estilo de vida.

Los restaurantes vegetarianos y veganos ofrecen estas alternativas para este tipo de consumidores, también para cualquier persona que le interesa probar cualquier tipo de plato. Lo cual se ha venido incrementando los locales de comida vegana, vegetariana y comida sana en la provincia de Trujillo.

La finalidad que tiene este proyecto es dar a conocer la satisfacción del turista y su relación con el consumo de los productos andinos.

2.8. Trabajos Previos

Carvache et al. (2017) *Satisfacción y motivación de la demanda gastronómica en General Villamil Playas, Ecuador*. Se realizó una investigación exploratoria, donde se realiza un cuestionario para medir la satisfacción de los turistas respecto a la gastronomía de la zona, se basa en los siguientes indicadores: Sabor y calidad de la comida, variedad de los platos, rapidez con la que lo atendieron, ambientes de establecimiento, instalaciones y precios, se concluye que:

El estudio de satisfacción y las motivaciones en la gastronomía aporta de manera significativa al mejoramiento de la oferta en los destinos, además permite conocer los cambios de alimentación que tienen los turistas al momento de comer o ingerir algún alimento típico. Las investigaciones revelan que las principales motivaciones por las que los turistas prefieren comer en un restaurante en General Villamil playa, es porque: les gusta la comida del mar, por el agrado de comer en la playa, por consumir un plato típico tradicional. Finalmente esta investigación contribuye para generar innovación en las futuras propuestas culinarias. (p. 12).

Blanco (2009) *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias para la creación de valor*. Pontificia Universidad Javeriana, la metodología empleada en esta investigación es descriptiva utilizando la técnica de la observación para medir la variable de satisfacción del cliente, también emplea la encuesta para medir la percepción de los clientes dentro del restaurante, se concluye que:

Con el desarrollo de este proyecto se analizó la importancia de la satisfacción del cliente en cuanto sus gustos y preferencias y cómo influye al momento de tomar una decisión según los criterios del cliente, también se pudo crear estrategias para mejora de la calidad del servicio prestado en el restaurante Museo Taurino. (p. 61).

Alfaro (2005) *La satisfacción del turista en España. Un análisis de los estudios Familytur y Frontur*. Realizó una investigación descriptiva, en donde se relacionó la variable satisfacción del turista. La investigadora citada empleó un diseño experimental, utilizando la recopilación y el análisis de información secundaria para medir la satisfacción del turista, se concluye que:

La competencia progresiva entre destinos ha impulsado que las agencias nacionales de turismo estén incrementando su actividad promocional. Esta situación hace que la propia Organización Mundial de Turismo, haga referencia a la calidad como elemento básico para poder competir, teniendo ésta como objetivo la satisfacción del turista, pudiendo concluir que: La calidad percibida por parte del turista es lo que genera su satisfacción, y a su vez, esto es lo que genera la repetición del destino o la recomendación del lugar visitado (p. 2).

Montalvo (2010) *Determinación del perfil del consumidor de los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Chiclayo*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Se realizó una investigación descriptiva transversal, en donde asocio las variables de: perfil del consumidor, factores demográficos, factores internos, factores externos. Se empleó la encuesta para medir cada uno de los factores.

Los consumidores de los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Chiclayo son en igual proporción hombres (50.30%) y mujeres (49.70%) mayormente en personas entre las edades de 20 y 50 años. Así mismo como factor interno se concluye que los consumidores de estos tipos de comida vegetariana, principalmente lo hacen más por el tema de salud, en segundo lugar por alimentarse sanamente y en tercer lugar porque les gusta la comida vegetariana. (p. 105- 108).

Zapata C. (2013) *Calidad del servicio alimentario en la ciudad de Otuzco*. Universidad Alas Peruanas Se realizó una investigación descriptiva, por su orientación es libre, de método etnográfico porque permite describir el

producto y servicio que ofrece la ciudad de Otuzco, como técnicas de recolección de datos empleo la entrevista, fichaje y encuesta para los comensales y empresarios de la ciudad; se concluye que:

La ciudad de Otuzco se lanza como un fuerte candidato para el crecimiento e innovación de técnicas culinarias, donde también proponen innovadoras estrategias, lo cual está basado en el incremento de poder de compra de los consumidores, repercutiendo en sus niveles de gustos y preferencias de los consumidores. (pp. 47- 48).

2.9. Teorías relacionadas al tema:

Satisfacción del cliente:

Para Hunt (1977) comenta que la satisfacción es un tipo de medida de una experiencia y una evaluación de si dicha experiencia es al menos tan buena como la expectativa que se tenía antes de consumir el producto o servicio. Así mismo señala que la satisfacción del cliente es acumulativa, porque es una evaluación que engloba no solo la compra del producto, sino también la calidad del producto. De manera que la satisfacción se caracteriza por ser una herramienta que permite beneficiar a la empresa delimitando en las investigaciones que clientes se encuentran satisfechos y quiénes no. (p. 46).

Para Arellano (2002) en su libro Conducta del consumidor señala que el comportamiento se refiere a la observación y evaluación de procesos psicológicos que influyen al momento de elegir un producto, por el cual lo eligen a diferencia de los otros, puede ser por ejemplo por motivos económicos, calidad, imagen o estética, etc. Por ende, al comprobar el comportamiento del consumidor, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios según su interés. Se trata también, por una parte, de actividades externas, como pueden ser la búsqueda de un producto, su adquisición física, y el

envío del mismo, y por otra, de actividades internas, por ejemplo, el deseo de un producto, la lealtad hacia una marca de producto específico o la influencia psicológica provocada por la difusión. (p. 31).

Hayes (1999) indica que la satisfacción es la expresión de gozo absoluto del producto o servicio ofrecido, y que es percibido de manera positiva por haber superado sus expectativas. Así también indica tres elementos de la satisfacción que son: el rendimiento percibido, las expectativas, los niveles de satisfacción. (p 10).

Kotler y Keller (2006) indica que el nivel del estado de ánimo resulta comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, de esta manera varía el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en la satisfacción del cliente. Con relación los niveles de satisfacción, se tiene que realizar la compra del producto o servicio del producto, en donde el cliente experimentará los siguientes niveles:

1. Satisfacción Es cuando supera las expectativas con el producto al ser consumido.
2. Complacencia Es cuando coincide las expectativas con la experiencia al consumir el producto o servicio.
3. Insatisfacción: Es cuando las expectativas percibidas del producto o servicio son negativas y desagradables. (p. 144).

Motivación:

Para Quan y Wang (2004) sugieren que una de las motivaciones para el turismo cultural es la gastronomía, pero más allá de probar un plato típico es la cultura que tiene la comida en la localidad y lo que representa para la comunidad, así mismo debe considerarse una actividad principal, tener mayor atracción, y la experiencia máxima que puede motivar a la gente a viajar a un destino. (p. 303).

Para Allan (2016) la experiencia cultural es la motivación central para que los visitantes experimenten la comida local. Por su lado y desde otra perspectiva que es uno de los factores que influyen en la satisfacción porque está cumpliendo con sus expectativas culturales relacionado a la comida típica, alimentación y estilos de vida. De la misma manera la experiencia cultural es un impacto que puede afectar de manera positiva al desarrollo de una comunidad. (p. 3).

Silkes (2012) la calidad de los alimentos logra considerarse un elemento decisivo para influir en la satisfacción de los turistas. Así, es importante tener presente que los platos, el servicio y el ambiente de los restaurantes son los llamados productos de la experiencia, cuya calidad sólo puede conocerse después del consumo. Es una experiencia post compra que evalúa los atributos del producto adquirido, cuyas características del producto deben cumplir con las expectativas del consumidor, o mejor dicho deben de ser mejores que las expectativas deseadas, de la misma manera deben brindar seguridad al usuario.

Henderson, (2009) considera que los alimentos locales también puede desempeñar un papel vital como comercialización del turismo y como una herramienta intermediaria para construir vínculos económicos y sin embargo, los alimentos tradicionales pueden definirse como una característica o características específicas, que distingue claramente de otros productos similares de la misma categoría en términos de la utilización de ingredientes (materias primas o productos primarios) o composición tradicional o tipo tradicional de método de producción y / o procesamiento (p. 319).

Timothy (2015) los turistas culturales en particular buscan frecuentemente el patrimonio y los alimentos como parte de su crecimiento cultural, pues invierten principalmente en incrementar su conocimiento en cuanto la cultura de los lugares que visita; Así

también, en un destino, la comida local y regional contribuye a mejorar la competitividad de la zona geográfica. Así mismo genera ingresos a las comunidades nativas de la localidad para su desarrollo cultural y su conservación del patrimonio cultural de la zona.

De la misma manera Crouch (1999) indica que la globalización afecta la experiencia cultural y la imagen del destino, es por ello que esto debería ser una motivación para innovar los productos locales y la identidad culinaria, generando interés de consumo. Así mismo indica que a través de la motivación impulsa a otras culturas a conocer más, pero siempre respetando los estilos de vida de cada una. (p. 138-150).

Atributos del producto:

Según Godás (2006) define los atributos como un conjunto de elementos que caracterizan un producto, por lo general tienen algún aporte en beneficio del consumidor, según su interés, es decir satisfacer las necesidades que tiene el consumidor. Estos atributos pueden ser:

Físicos: que forman parte de la naturaleza del producto y se pueden percibir por los sentidos. Una mayor seguridad para el consumo como garantía en el tiempo de duración del producto; así mismo, pueden modificarse, como tamaño, envase, empaquetado, etiquetado, estilo o diseño.

Psicológicos: según cómo pueden ser percibidos por el consumidor. Los elementos más importantes son la calidad y el nombre o marca:

Calidad: es un elemento que sin ser necesario, es muy considerado en el consumidor al momento de comprar el producto y más aún si va a influir en su satisfacción, es por eso que debe estar incluido con la oferta del producto.

Marca o nombre: está formada por un elemento sonoro y un elemento gráfico: logotipo, símbolo, etc.

La marca permite que el cliente distinga el producto tan solo observar algo que lo identifique para crear una preferencia. (p. 4).

Turista

Según PROM PERU

Individuo procedente de un país distinto al habitual, que se traslada a un lugar distinto al que reside por un periodo mayor a 24 horas y no menor un año. Así también no considera como interés principal actividades lucrativas ni residir en el destino, su principal motivo es mayormente cultural. (p. 25)

Productos andinos

Según Baltodano (2016) afirma que según investigaciones científicas afirman que los mejores nutrientes se encuentran en los productos andinos, son un patrimonio empleados por nuestros ancestros y es de mucha prioridad dar a conocer porque es importante consumir estos alimentos para tener una mayor conciencia acerca de cómo prevenir enfermedades y sobre todo combatir la desnutrición.

Así también da a conocer las utilidades y beneficios de estos productos para aplicarlas en nuestra dieta diaria, valorando cada producto por su alto contenido nutricional, clasifica los productos andinos según ocho clases que son: Cereales, Tubérculos, legumbres, vegetales, condimentos, frutas, lácteos (pp. 139; 146 – 14)

Según Smith (2026) define los productos el consumo de productos andinos como marca Perú cuyo origen proviene del ámbito Peruano con características que simbolizan la imagen del Perú destacando de manera internacional. Los productos andinos, que entre ellos están: granos y legumbres, tubérculos, hortalizas, hierbas aromáticas, entre ellas están (eucalipto, menta, toronjil, manzanilla, panisara, hierba

luisa, entre otras variedades, cultivadas en las altas tierras de los andes peruanos.

Así también explica que las personas consumen productos andinos por ser un alimento antiguo de origen ancestral, por ser cultivados de manera natural, evitando el uso de pesticidas y principalmente por el valor nutricional de estos productos que al consumirlos aportan los nutrientes para una buena alimentación. (pp. 29- 30).

Para Sequilanda (1995) Los tipos de productos andinos están agrupados en:

Legumbres y granos: en este grupo de legumbres se puede encontrar la quinua, kiwicha, menestras como garbanzos, chocho, hablas, lentejas, arvejas, entre otros y en los granos se puede encontrar la linaza, cebada, semillas de girasol, avena serrana, trigo.

Hortalizas: Está integrado por la hoja de acelga, lechuga, espinaca, rúbula, brócoli, vainita, col andina, coliflor y repollo.

Tubérculos: Encontramos aquí a la papa, zanahoria, oca, olluco, zanahoria y veterraga

Hierbas aromáticas: Encontramos aquí a la hierba buena, hierba luisa, eucalipto, perejil, culantro, ruda, matico, menta, manzanilla. (p. 166).

Valor nutricional:

Según Ayala (2007) señala los valores nutricionales son los nutrientes que aportan los alimentos en nuestro organismo; los siguientes alimentos andinos poseen.

Quinua: Destacada por su principal cantidad de minerales y aminoácidos que tiene, es una fuente de fibra que no contiene gluten, fácil de digerir.

Avena y soja: Esta activación de nutrientes le dan al cuerpo la absorción de calcio y hierro para el sistema óseo .

Linaza: También conocida como semillas de Lino, estas semillas tienen una gran cantidad de omega3 y otros aceites esenciales que ayudan a disminuir el colesterol en la sangre.

Chía: Conocida por ser la fuente principal de ácido graso omega 3 y 6, aporta gran cantidad de fibra al organismo actuando de manera que las grasas saturadas se eliminan fácilmente y el metabolismo acelera.

Olluco: Posee gran cantidad de colágeno y ayuda a prevenir el envejecimiento, aporta grandes nutrientes esenciales en la piel. (p. 108-112).

Insumos

Bello (2005) define como elementos primordiales que se emplean para elaborar la preparación de un potaje; entre estos se encuentran cereales, frutos secos, menestras, semillas, hortalizas, frutas y verduras, carnes, pescados y huevos, lácteos (p. 101-115)

Técnicas

Así también Bello (2005) menciona que desde las épocas ancestrales el hombre ha buscado perfeccionar diferentes técnicas de conservación de las materias primas alimenticias para hacerlas más útiles al consumo, obteniendo así conocimientos científicos y técnicos basados en la utilización del calor o el frío. (pp. 40- 41)

Platos

Según Cano (2014) corrobora que el vegetarianismo no solo es una manera saludable de alimentarse, sino también que para la elaboración de platos es sumamente importante la manipulación de los alimentos y la calidad en que se encuentra el producto. Pues también aclara la situación de los restaurantes y la relación con los vegetarianos de que no es fácil encontrar un restaurante vegetariano en cualquier

lugar, sin embargo un vegetariano puede adaptarse en cualquier lugar a llevar una alimentación saludable.

Plato Vegetariano: Se caracteriza porque en ninguno de los insumos empleados contiene algún derivado de carne roja, de ave, pescado o cualquier otro tipo de carne de procedencia animal.

Plato Vegano: Se caracteriza esencialmente porque en todas sus preparaciones de este tipo de comida no lleva ningún tipo de derivado de procedencia animal (se puede identificar como la miel de abeja, queso, leche, huevos, etc.) (pp. 9-12)

Dieta saludable

Por otro lado Velázquez (2006) define que para que una dieta sea saludable es necesario que cumpla con las siguientes condiciones:

Tiene que ser apropiada en nutrientes y fibra dietética, debe existir un balance entre nutrientes y alimentos, también debe tener cuidado con el consumo de excesivas calorías para así obtener un peso ideal controlando el consumo de azúcar, sal, grasas saturadas entre otros alimentos. De preferencia se basa en plato que tenga color, sabor, textura. (p. 22).

2.10. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas que visitan la ciudad Trujillo, respecto al consumo de productos andinos peruanos en el año 2017?

2.11. Justificación del problema

Siguiendo los cinco principios diseñados por Hernández et al (2010) la siguiente investigación se justifica en lo siguiente:

- Por conveniencia.

Esta investigación permitirá diversificar la oferta turística satisfecha con el consumo de productos andinos en la ciudad de Trujillo.

- **Relevancia social.**
Esta investigación dará a conocer cuál es la oferta turística potencial y real que se encuentra satisfecho con el consumo de productos andinos en la ciudad de Trujillo.

- **Implicaciones prácticas.**
Esta investigación se torna importante porque se determina la satisfacción del turista con relación al consumo de productos andinos en el destino Trujillo.

- **Valor teórico.**
Este trabajo permitirá verificar la satisfacción del turista extranjero relacionado al consumo de productos andinos en el destino Trujillo.

- **Unidad metodológica.**
Este trabajo no pretende crear una nueva metodología, pero sí validar las ya existentes.
Con esta investigación también se contribuirá a desplegar antecedentes para futuras generaciones.

2.12. Hipótesis

Los turistas que visitan la ciudad de Trujillo se encuentran medianamente satisfechos respecto al consumo de productos andinos en el año 2017

2.13. Objetivos

2.13.1. General:

Determinar el nivel de satisfacción del turista respecto al consumo de productos andinos peruanos en el año 2017.

2.13.2. Específicos:

- Identificar cuáles son los productos andinos peruanos que consume el turista en Trujillo.

- Identificar los motivos que posee el turista para consumir productos andinos en la ciudad de Trujillo en el año 2017.
- Identificar los atributos que los turistas reconocen en los productos andinos en la ciudad de Trujillo en el año 2017.
- Proponer: Un programa de revaloración del producto andino.

I. Método

3.1. Diseño de la investigación:

El diseño de investigación es no experimental, de tipo exploratorio, ya que parte de una realidad poco conocida y donde se pretende indagar de manera pormenorizada para darle solución al problema planteado.

4.2. Operacionalización de variable:

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
SATISFACCION DEL TURISTA	Kottler y Keller (2006) Es una respuesta emocional positiva basada en experiencias asociadas con la compra o consumo de determinado producto o servicio. (p. 144).	Cuestionario aplicado a los turistas referentes al consumo de productos andinos.	Motivos Arellano (2002)	Experiencia cultural	Nominal
				Beneficios de la salud	Nominal
				Valor nutricional	Nominal
				Seguridad	Nominal
			Atributos Godas (2006)	Recomendación	Nominal
				Sabor	Nominal
				Variedad	Nominal
				Calidad	Nominal
				Servicios y cortesía	Nominal
				Rapidez en la atención	Nominal
Capacidad de respuesta	Nominal				
Precio	Nominal				

3.3. Población y muestra

Población:

Criterios de inclusión

La población de turistas que consumen productos andinos en Trujillo no está definida por lo tanto se usarán criterios de inclusión y exclusión para definirla muestra.

Los criterios de inclusión son:

- Turistas
- Mayores de edad
- Turistas que se encuentran haciendo uso de servicio en los restaurantes y bodegas de productos andinos.

Muestra:

Población infinita:

La muestra se obtuvo a través de una fórmula de población infinita puesto que no se cuenta con una base estadística de turistas satisfechos con el consumo de productos andinos. Obteniendo como resultado de muestra de 385 turistas.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Dónde:

Z= coeficiente 1.96

p= proporción esperada 0.5

q=0.5

e= precisión 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2} = 384.16$$

Total de muestra 384

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Fuente de datos	Técnicas:	Instrumentos:
Variable independiente: Satisfacción de los turistas	Encuesta	Cuestionario

- Encuesta

Se realizaron encuestas con el fin de conocer el nivel de satisfacción del turista e identificar la población que consume productos andinos en el destino Trujillo.

La validez y confiabilidad ha sido evaluada a criterios de expertos:

Docente en patrimonio turístico Zoila Analy Quiroz Hernández

Doctora en ciencias del desarrollo Elena Zapata Mendoza,

Maestro en ciencias sociales Alejandro Eljov Yepjen Ramos.

3.5. Método de análisis de datos

La metodología que se desarrolló en este trabajo es la observación directa a los turistas que consumen productos andinos, tanto en restaurantes o bodegas, ya que de esta manera permitirá identificar los restaurantes de productos andinos en el destino Trujillo, los platos que se ofrece y el tiempo que demora en llegar a la mesa del consumidor.

Finalmente se empleará como técnica una encuesta para medir la satisfacción del turista, este instrumento, permitirá identificar la demanda turística que prefiere el consumo de productos andinos y se podrá revalorizar los productos oriundos de la sierra Liberteña, y a la vez promover el valor nutricional de estos y cómo influye la satisfacción del turista al consumirlos.

3.6. Aspectos éticos:

Los resultados alcanzados de este trabajo de investigación serán utilizados con mucho juicio, sin embargo serán utilizados y se mostrarán con un fin profesional. Cabe resaltar que toda la investigación se cumplió basándose en información real y citando a correctamente a los autores e instituciones que se muestran en el desarrollo de la investigación, lo cual indica que no es un plagio.

II. RESULTADOS

Características y propiedades de los productos andinos peruanos.

Describir las características y propiedades de los productos andinos peruanos que se consumen en Trujillo

Tabla 1.

Características y Propiedades de los cereales.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Merca do	Superm ercado	T.P.A.	
Linaza (Linum usitatissimum)		x	X		x	x		X		X	Se caracteriza por ser una planta de rápido crecimiento, se desarrolla en climas fríos, la parte comestible se concentra en granos secos y maduros, su color es marrón y estos suelen consumirse en bebidas y emolientes. Tiene propiedades depurativas, es un alimento muy rico en vitamina E, excelente para el estreñimiento, puesto que la mucosa que ocasiona al activarse con el agua ayuda a una fácil digestión.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Merca do	Superm ercado	T.P.A.	
Quinoa (Chenopodium quinoa)	X						X	X	x	X	Se caracteriza por su alto contenido de proteínas, y su excelente valor nutricional. Es un producto bandera usado para exportación. Las propiedades que aportan estos granos son excelentes anticancerígenos y gran fuente de energía y minerales además es recomendado para el aumento de células cerebrales, ya que ayudan a facilitar la concentración.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Merca do	Superm ercado	T.P.A.	
Maíz (Zea mays)		X						X			Se caracteriza por su crecimiento en forma de mazorcas. Se originó en México. Cuando el fruto no está maduro, contiene mayor cantidad de agua y azúcares. Las propiedades que aporta son energéticas, contiene gran cantidad de vitaminas y minerales las cuales son beneficiosas para la salud

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades	
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Merca do	Superm ercado	T.P.A.		
Kiwicha (Amaranthus caudatus)		x						X	X	x	x	Se caracteriza por ser un alimento antiguo utilizado por culturas prehispánicas, su cultivo soporta temperaturas elevadas, alcanza los 3.400 metros sobre el nivel del mar, su altura alcanza más de 2 metros Las propiedades que aporta este grano son altamente beneficiosas para la salud, contiene nutrientes como el calcio, magnesio, potasio, cinc y otros.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Avena (Avena sativa)		X		X		X					Se caracteriza por ser una planta de alto crecimiento, no soporta altas temperaturas como los otros cereales. Las propiedades que posee son: adelgaza, depura, regula el colesterol y restaura los nervios, lo cual es excelente para el sistema inmunológico. La mejor manera de consumir este cereal es crudo, ya que al momento de cocción pierde sus propiedades esenciales.

Nota: La mayoría de cereales mencionados, han sido encontrados en tumbas remotas de culturas precolombinas, lo cual hace referencia de su antiguo uso, así también estudios indican que el hombre andino que consume en su dieta diaria los cereales, tiene una vida más duradera, prueba de ello son algunas culturas que han vivido por milenios y evidencian el consumo de estos granos.

Tabla 2.

Características y propiedades de los tubérculos.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráne	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Papas (Solanum tuberosum)	x							x	x		Se caracteriza por ser una planta subterránea, su peso y tamaño son muy variados. Existe gran diversidad de papas en zonas andinas del Perú. Tiene propiedades alimenticias ya que aportan hidratos de carbono y proteínas, muy ricos en carbohidratos mas no en proteínas. Ayuda como desinflamatorio para la piel ante un golpe o hinchazón.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráne	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Maca (Lepidium meyenii)	x			x				x		x	Se caracteriza por ser una planta de raíz, su sabor es fuerte, afrodisiaco, se considera una planta que ayuda a la fecundidad tanto masculina y femenina. Las propiedades que aporta el consumo, ideal para personas que sufren de hipotiroidismo. Reconocido por ser un vigorizante sexual y potente fertilizante.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Mashua (Tropaeolum tuberosum)		x				X		x		x	Se caracteriza por su alto contenido de nutrientes que aporta al ser humano y su cultivo se da en tierras pobres, no necesita de abonos Las propiedades que aporta son benéficas pero su consumo debe asociarse con alimentos que contengan yodo porque produce bocio, considerado como un afrodisiaco.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Oca (Oxalis tuberosa)		X					x	x			Se caracteriza por ser dulce, al ponerse al sol se deshidrata y aumenta la concentración de azúcares. Las propiedades que aportan son conocidas por su alto contenido de carbohidratos, fósforo y hierro. Tiene un uso medicinal de las hojas para calmar el dolor de oído.

Producto (Nombre	Origen	Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
---------------------	--------	-----------	--	--	--	--	----------------	--	--	-------------------------------

	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Olluco (Ullucus tuberosus)	x			x		X		x	x		Se caracteriza por sus representaciones en cerámicas precolombinas, lo cual referencias su uso en las antiguas culturas. Las propiedades que posee grandes cantidades de almidone, azucares, proteínas y vitamina C,tiene gran cantidad de colágeno, lo cual ayuda a retardar el envejecimiento de la piel

Nota: Los tubérculos son muy destacados su variedad en diversas zonas del Perú y del mundo, las papas por su diversidad de especies, se menciona “papas” en plural, porque estas pertenecen a nueve especies diferentes. Incluso los investigadores cuyos resultados fueron publicados en 1971, proponen la existencia especies diferentes de papas. Es importante mencionar que muchos habitantes que viven en zonas de extrema pobreza incluyen los tubérculos en su alimentación diaria y lo consideran como su principal fuente de alimentación.

Tabla 3.

Características y propiedades de las legumbres

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Tarhui (Lupinus mutabilis)	X					x		x		x	También conocido como chocho, ha sido utilizado en la ecorregión andina por miles de años, restos de sus semillas fueron halladas en tumbas de la cultura Nazca, en la costa desértica del Perú, Tiene propiedades energéticas, debido a su gran aporte proteico, el chocho contiene más proteína que 100 gr. de carne.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Habas (Vicia faba) Pallares (Phaseolus lunatus)	X						X	x	x	x	Se caracteriza por ser formada por una vaina carnosa color verde de 15 a 20 cm. en cuyo interior se hayan de 6 a 7 semillas, es un alimento de origen antiguo Las propiedades que aportan son ricas en hierro y calcio, lo que favorece al crecimiento del niño y fortalece el sistema óseo y nutricional del ser humano.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades	
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.		
Garbanzos (Cicer Arietinum)		X	X	x					x	x		<p>Se caracteriza por su forma ovoide, en cuyo interior se encuentran dos semillas, se considera una planta medicinal, por el gran aporte de proteínas, vitaminas, minerales e hidratos de carbono.</p> <p>Las propiedades que aportan a la producción de estrógenos, rico en hidratos de carbono y ayuda a la belleza de la piel y el aumento de masa muscular.</p>

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades	
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.		
Soja (Glycine max)		X						x	x	x	x	<p>Se caracteriza por ser una semilla esferoidal, la semilla que es cultivada en el Perú se diferencia por ser de tamaño más grande y no emplea sustancias que altera su genética como las importadas.</p> <p>Tiene propiedades altamente nutricionales, contiene más proteínas y hierro que la carne, más calcio que la leche.</p>

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	An din o	Forá	Prima vera	Verano	Invi erno	Oto ño	T. A.	Mercad	Super merca do	T.P.A.	
Frejol (Phaseolus vulgaris)		X	x			x		x	x		Se caracteriza por ser una plata formada por dos vainas de color verde, amarilla, purpura o negro las cuales se pueden utilizar en diversas forma de alimentación. Las propiedades que posee, son ricos en hidratos de carbono, a la vez ayudan a reducir el colesterol y los niveles de triglicéridos.

Nota: La mayoría de leguminosas aportan muchos nutrientes energéticos, sin embargo es bueno tener en cuenta no excederse del consumo, puesto que puede traer riesgos en cuanto al aumento de glucosa, por otro lado la mayoría son de origen ancestral, ya que muchos de ellos fueron hallados en algunas tumbas precolombinas y han sido domesticados en tierras andinas del Perú, la diferencia de las legumbres cultivadas en los andes con las importadas, es que las que son cultivadas en Perú, las semillas son más grandes que las otras.

Tabla 4.

Características y propiedades de los vegetales

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráne	Prima vera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Hoja de coca (Erythroxyllum coca)	X							X	X	X	Se caracteriza por ser un alimento de los incas, esta hoja no era consumida en comidas ni tampoco se utilizaba como droga, significa fortaleza y vitalidad, servía como ofrenda a la pachamama para lograr un ecosistema equilibrado .Se puede consumir en harina, mate, té. Tiene propiedades que aportan más fibra que algunas legumbres y vegetales.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráne	Prima vera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Berros (Nasturtium officinale)		X						X	X	X	Se caracteriza por ser una planta acuática, de origen europeo; su fruto es largo y delgado y las semillas son empleadas en condimento. Las propiedades que aportan estos vegetales son ricos en hierro, lo cual favorece la prevención de anemia

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Berenjenas (Solanum melongena)		X					X	x	x		Se caracteriza por su alargada forma de pera, se presenta según su tamaño y variedad. Las más conocidas de color naranja y las moradas que son de tamaño mayor. Las propiedades que aportan son excelentes para reducir el colesterol, ideal para personas con sobrepeso, por el alto contenido de fibra que contiene.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Primavera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Zapallo (Cucurbita maxima)		X					X	x	x		Se caracteriza por ser una planta rastrera de tallos aéreos y su fruto es grande, cuyas paredes endurecen y la parte interna es suave y carnosa. Las propiedades que aporta este vegetal son de gran aporte para la digestión. Las semillas de estos tienen un gran aporte medicinal ya que al ser tostadas y consumidas ayudan a eliminar los parásitos intestinales.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Primavera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Supermercado	T.P.A.	
Caiguas (Cyclanthera pedata)	X			x		x		x	x	x	Se caracteriza por su color verde y su forma alargada, el fruto es de forma ovalada con un ápice puntiagudo, es una planta rastrera y de tallo aéreo. Las propiedades que posee, son conocidas por ser un alimento anticancerígeno, además es muy rico en fibra, su consumo ayuda a regular el metabolismo de las grasas reduciendo el colesterol malo.

Nota: El tamaño de estos vegetales son más grandes, pero esto no quiere decir que su genética ha sido alterada con sustancias químicas, al contrario, por el hecho de ser cultivados en tierras andinas, el desarrollo del fruto se caracteriza por el verdor y tamaño de sus hojas. Se desarrollan en un clima favorable, libre de mutaciones genéticas.

Tabla 5.

Características y propiedades de los condimentos

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Rocotos (Capsicum pubescens)	X							X	X	X	Se caracteriza por carnosidad del fruto, en cuanto su forma, tamaño y color es variado. Es utilizado desde hace muchos años en las cocinas tradicionales. Rico en vitamina C. Tiene propiedades que son estimulantes del apetito, también es antiinflamatorio y antibiótico.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Achiote (Bixa orellana)		X						X	X	X	Se caracteriza por ser un arbusto que su tamaño varía entre 2 a 5 metros de altura, las semillas pueden ser guardadas y soportan bajas temperaturas hasta menos de 5°, su fruto es de color rojo intenso y tiene múltiples usos no solo en la cocina sino también como un tinte natural. Las propiedades que aportan estos estimulantes y digestivas, también se considera un afrodisiaco.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Ajies (Capsicum baccatum)	x							x	x		Se caracteriza por su componente esencial llamada capsaicina que es el compuesto que le otorga el sabor picante lo cual se caracteriza, así también por su diversidad en tamaños y colores Las propiedades que aportan los ajies son ricos en vitamina C y beta carotenos, su sabor picante estimula el apetito y da un buen gusto a la comida peruana.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Cúrcuma (Cúrcuma longa)		X						x	x	x	Se caracterizan por ser un colorante natural, también conocido como azafrán, es una especie asiática de la familia del jengibre o kion, de color amarillo. De textura rugosa y de forma alargada y pequeña, puede consumirse molida o cocida. Sus propiedades medicinales como analgésicas y anticancerígeno, también ayuda como desinflamatorio y los cólicos menstruales.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Huacatay (Tagetes minuta)		X		x				x	x		Se caracteriza por sus hojas dentadas y lanceoladas, tiene un olor fuerte, esta planta puede medir hasta 50 centímetros de altura. Las propiedades que posee son mayormente empleadas en la gastronomía, ya que el sabor característico de sus hojas da personalidad al potaje.

Nota: Gran cantidad de especies fueron traídas al Perú desde la llegada de los españoles, lo cual se han logrado grandes evoluciones en la gastronomía peruana; cabe resaltar que el consumo excesivo de condimentos puede ser perjudicial para la salud, su consumo es dosificado y en cantidades moderadas, así mismo la reutilización de estos productos es de suma importancia porque conserva muchas propiedades en las cascaras y semillas que puede ser de uso medicinal.

Tabla 6.

Características y propiedades de las frutas

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Papaya (Carica papaya)		X						x	x	X	<p>Se caracteriza por su fruto es una vaya ovoide casi redonda, de tamaño grande, es una fruta carnosa y jugosa por dentro, su textura es suave y de color naranja, a veces amarillento.</p> <p>Tiene propiedades que aportan hidratación al organismo, debido a su composición tiene gran cantidad de agua; también tiene propiedades antiparasitaria cuando es consumida junto a una mínima cantidad de sus semillas en ayunas. Así también para enfermedades de gastritis y problemas al hígado.</p>

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Tuna (Opuntia ficus-indica)		X					X	x	x		<p>Se caracteriza por su cascara gruesa y espinosa, posee abundante pulpa y semillas dentro de su fruto, su forma es esférica y tiene un tamaño de 5 a 6 cm.</p> <p>Las propiedades que aporta el consumo de este fruto son excelentes para la diabetes y la glucosa elevada, así también es una gran fuente de fosforo, calcio y vitaminas que ayudan con el funcionamiento fisiológico del organismo.</p>

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prim.	Ver.	Inv.	Oto.	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Limas (Citrus x aurantiifolia)		X						X	X		Se caracteriza por ser un fruto de sabor dulce y cítrico a la vez, el fruto es una baya con pulpa jugosa, de color verdoso, se llaman gajos a las pequeñas distribuciones del fruto, por dentro contienen algunas semillas. Las propiedades que aporta el fruto es desintoxicante, la vitamina C que contiene ayuda a eliminar toxinas, es ideal para perder peso.

Nota: Existe mucha variedad de frutas exóticas en el Perú, es recomendable no procesarlas porque pierden algunos nutrientes esenciales, grandes variedades de frutas se cultivan en las principales zonas de Junín, Ancash, Cajamarca, Puno, Cuzco. Donde el clima es un factor muy importante para la producción de estos productos. Así mismo muchos de estos frutos son exportados a países de Norteamérica y Europa y son destacados por su calidad y su valor nutricional.

Tabla 7.

Características y propiedades productos de origen animal

Producto (Nombre Científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Forá	Primavera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Supermercado	T.P. A.	
Cuy (Cavia porcellus)	x							x		x	Se caracteriza por ser un mamífero, es un animal de la familia de los cobayos, en muchos países son vistos como mascotas, también son tradicionalmente conocidos como conejillos de indias. Tiene un pelaje liso y ojos muy grandes. Tiene propiedades nutricionales por su carne baja en grasas (7%) y su contenido de proteínas (21%)

Producto	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Forá	Primavera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Supermercado	T.P. A.	
Jamón Serrano		X					X	x		x	Se caracteriza por ser una carne cruda, su proceso de elaboración consta de tres técnicas que son el salado, secado y curado, también tiene un sabor ahumado, se emplea algunas especias como achiote y ajíes para su condimento.

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Forán	Prima vera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Trucha (Salmo trutta)		X		x					x		Se caracteriza por pertenecer a la familia de los salmónidos, es un pez que habita en aguas dulces y cristalinas. Su sabor es muy simple bajo en sal pero su carne, abundante. Sus propiedades que posee acción terapéutica, rica en hierro, fosforo y vitaminas, ayudan a reducir el colesterol.

Producto	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Forán	Prima vera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Super mercado	T.P.A.	
Gallina (Gallus gallus domesticus)											Se caracteriza por ser un ave la cual puede pesar hasta los 2 kg, su plumaje muda según su periodo. Alcanzan la madurez sexual hasta los 6 meses de edad, incuban sus huevos en un periodo de 21 días, Propiedades, por su carne posee gran fuente de proteína

Nota: Investigaciones afirman que los productos cárnicos aportan proteínas a nuestra alimentación, mas no nos nutren, lo cual no es un requerimiento incluirla en nuestros alimentos, además se ha demostrado trastornos degenerativos por el

Tabla 8.

Características y propiedades lácteos

Producto	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Prima vera	Veran o	Invier no	Oto ño	T. A.	Mercad	Super merc ado	T.P.A.	
Mantequilla	X						X	X	X	X	Se caracterizan por ser derivados de animales, generalmente se extraen de la vaca, cabra, ternera. Tiene propiedades nutritivas por su contenido de proteína animal, rica en calcio Mayormente empleada para el crecimiento de los niños.
Leche	X						X	X	X	X	
Quesos	X						X	X	X	X	
Yogurt	X						X	X	X	X	

Nota: Investigaciones afirman que la leche de vaca es para su cría, mas no para los humanos, debido a que su contenido de óxido en la leche no es apta para el consumo humano, mas no los derivados; estos al ser procesados llegan a perder esta sustancia, lo cual no es dañino para la salud. La bacteria brúcela puede infectar al ganado vacuno, las cabras, los perros y los cerdos y otros animal

Motivos que tienen los turistas por consumir productos andinos

Figura 1. Motivos que tienen los turistas por consumir cereales.

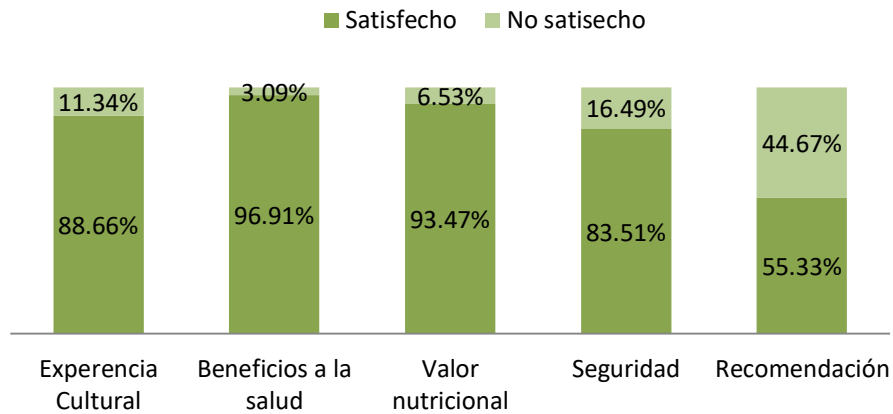


Figura 1: Los motivos más importantes que tienen los turistas por consumir cereales es por los beneficios a su salud, un 96% se encuentra satisfecho, mientras que el motivo menos importante es por su recomendación, un 55% consumen el producto por recomendación mientras que el 44% lo hace por propia motivación.

Figura 2: Motivos que tienen los turistas por consumir tubérculos

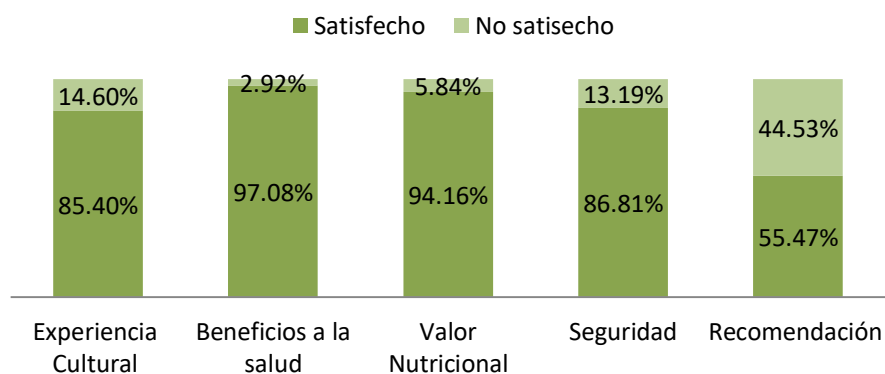


Figura 2: El motivo más importante que identifican los turistas que consumen tubérculos son por los beneficios a la salud con un 97%, mientras que el motivo menos importante es por recomendación con un 55%, sin embargo un 44% lo hace por propia motivación

Figura 3: Motivos que tienen los turistas por consumir legumbres

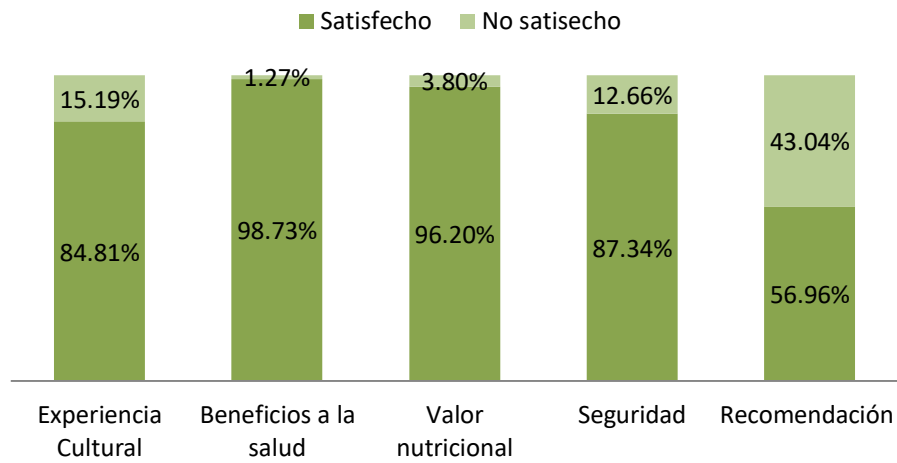


Figura 3: El motivo más importante que identifican los turistas que consumen legumbres es por sus beneficios a la salud un 98%, mientras que el menos importante es por su recomendación con 56% y un 43 lo hacen por propia motivación.

Figura 4: Motivos que tienen los turistas por consumir vegetales

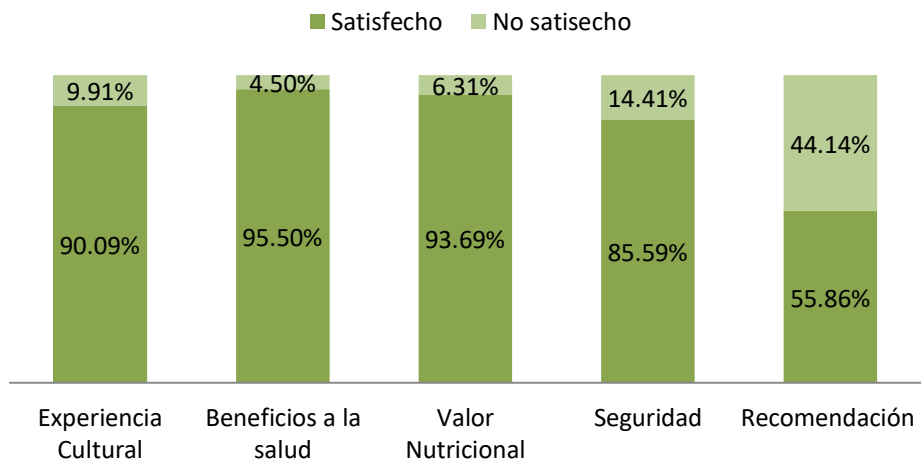


Figura4: Los motivos más importantes porque los turistas consumen vegetales es por sus beneficios a su salud y su valor nutricional, donde el motivo menos importante es por su recomendación, mientras que un 44% lo consumen por descubrir el producto

Figura 5: Motivos que tienen los turistas por consumir condimentos

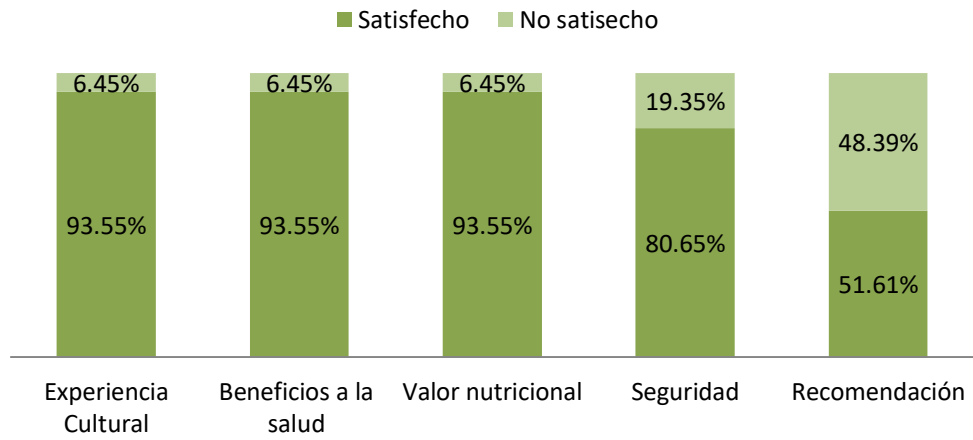


Figura 5: El motivo más importante que tienen los turistas por consumir condimentos son por su experiencia cultural, beneficios su salud y valor nutricional con un 93% y el motivo menos importante es por recomendación, mientras que un 44% lo hacen por descubrir el producto.

Figura 6: Motivos que tienen los turistas por consumir frutas

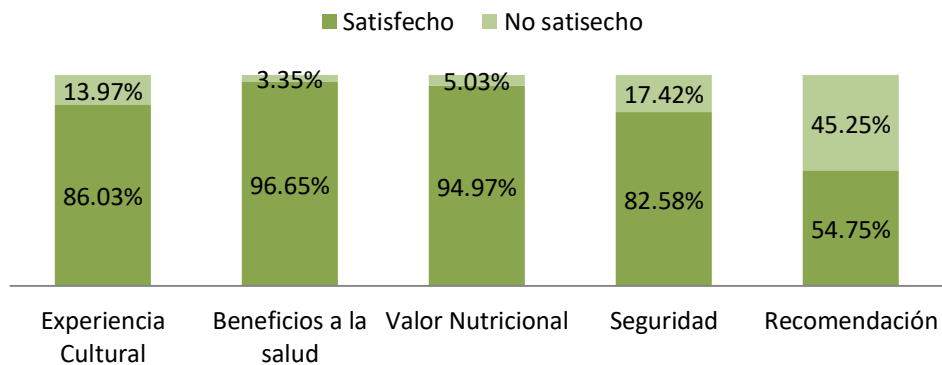


Figura 6: El motivo más importante que tienen los turistas por consumir frutas es por su beneficio a la salud con un 96%, donde el menos importante es por recomendación 54%, mientras que un 45% lo hace por descubrir el producto

Figura 7: Motivos que tienen los turistas por consumir Productos de origen animal

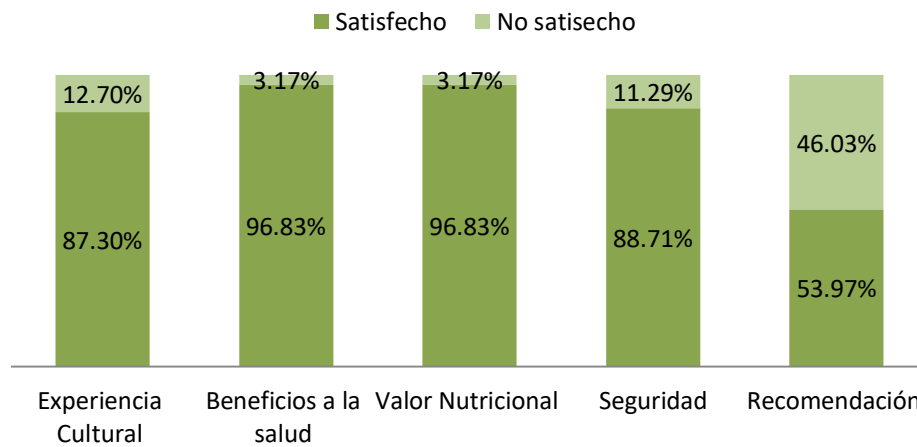


Figura 7: Los motivos que tienen los turistas por consumir productos de origen animal, el 96% por sus beneficios a la salud y su valor nutricional, mientras que el motivo menos importante es por recomendación 53%, por lo tanto un 46% lo hace por descubrir el producto.

Figura 8: Motivos que tienen los turistas por consumir lácteos

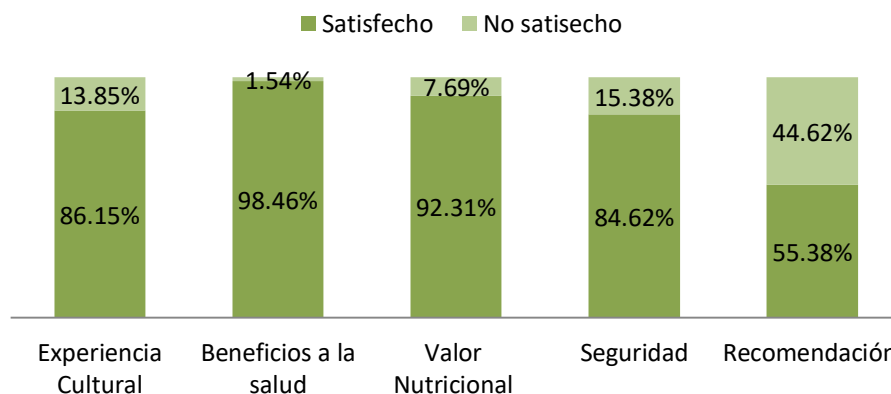


Figura 8: Los motivos que tienen los turistas por, consumir productos lácteos, es por su beneficio a su salud con un 98%, donde el motivo menos importante es por recomendación 55%, mientras que un 44% lo hace por descubrir el producto

Atributos que reconocen los turistas en los productos andinos

Figura 9: Atributos que reconocen los turistas en los cereales

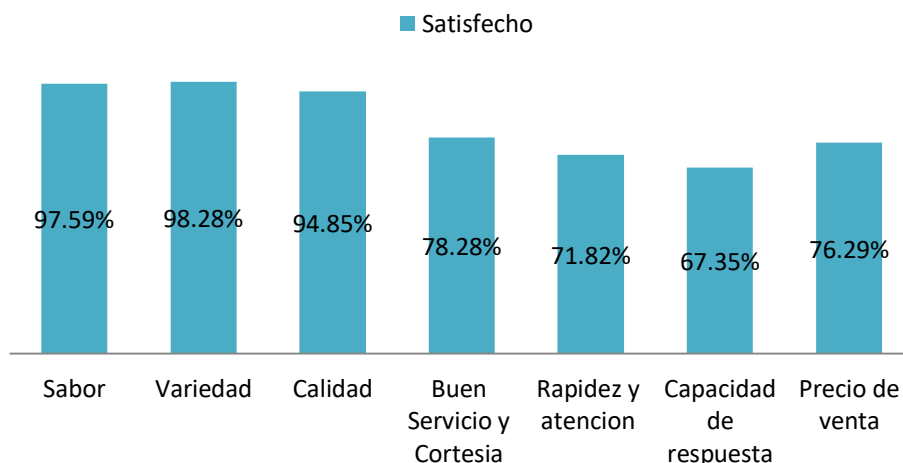


Figura 9: Los atributos que reconocen los turistas que consumen cereales son por su variedad con un 97%, donde el que menos consideran es la capacidad de respuesta 67% por parte del personal de lugares de venta de estos productos.

Figura 10: Atributos que reconocen los turistas al consumir tubérculos

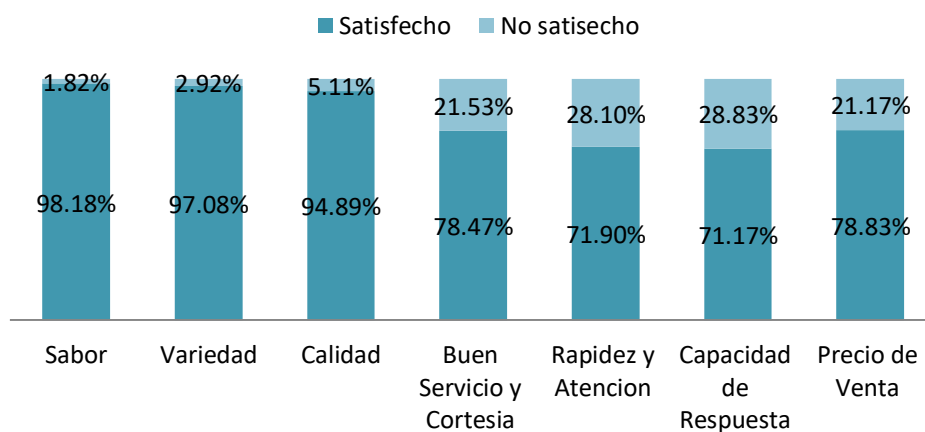


Figura 10: Los atributos que reconocen los turistas que consumen tubérculos son por su sabor con un 98%, donde los atributos que menos consideran son por su rapidez y atención y la capacidad de respuesta por parte del personal con un 71%.

Figura 11: Atributos que reconocen los turistas por consumir legumbres

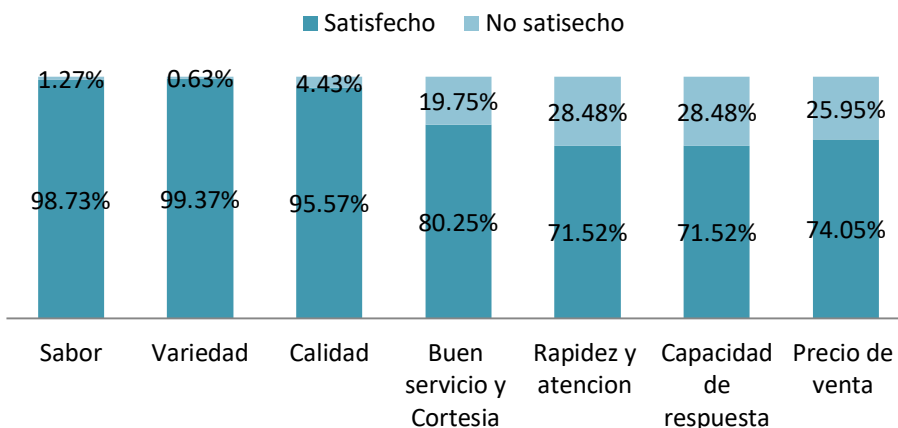


Figura 11: Los atributos que reconocen los turistas que consumen legumbres son por su variedad con un 99%, mientras que los atributos menos considerados son por su capacidad de respuesta y su rapidez y atención con un 71%.

Figura 12: Atributos que reconocen los turistas por consumir vegetales

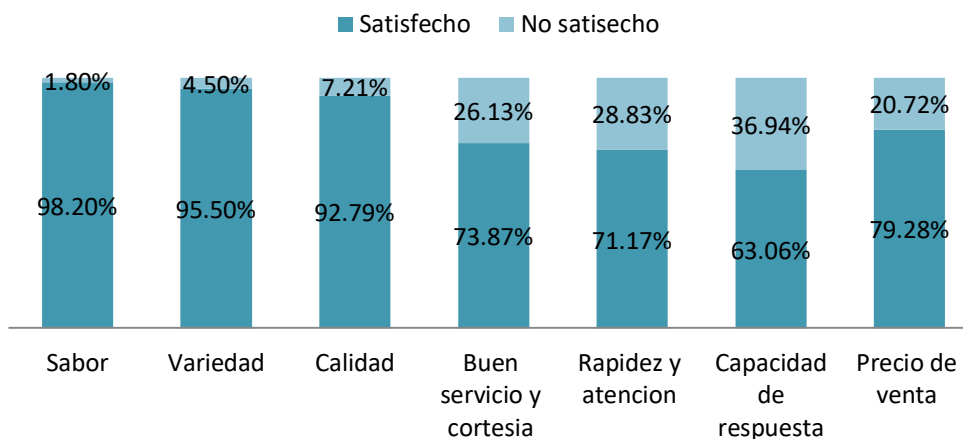


Figura 12: Los atributos que reconocen los turistas que consumen vegetales consideran más importante su sabor con un 98%, mientras que el atributo que consideran menos importante es la capacidad de respuesta por parte del personal con un 63%.

Figura 13: Atributos que reconocen los turistas por consumir condimentos

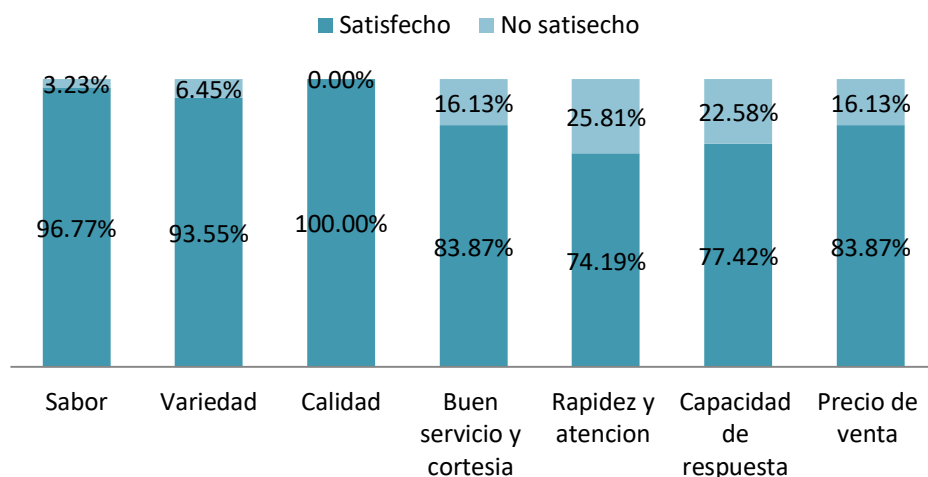


Figura 13: El atributo que reconocen los turistas que consumen condimentos es considerado más importante por su calidad 100%, mientras que el atributo menos considerado es por la rapidez y atención del personal con un 74%.

Figura 14: Atributos que reconocen los turistas por consumir frutas

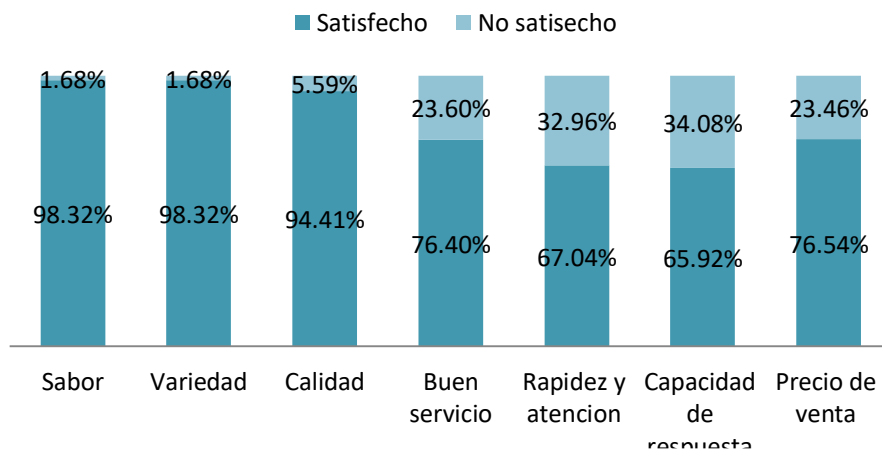


Figura 14: Los atributos que reconocen los turistas que consumen frutas, lo consumen por su sabor y variedad con un 98%, donde el atributo que menos consideran es la capacidad de respuesta por parte del personal con un 65%

Figura 15: Atributos que reconocen los turistas por consumir productos de origen animal

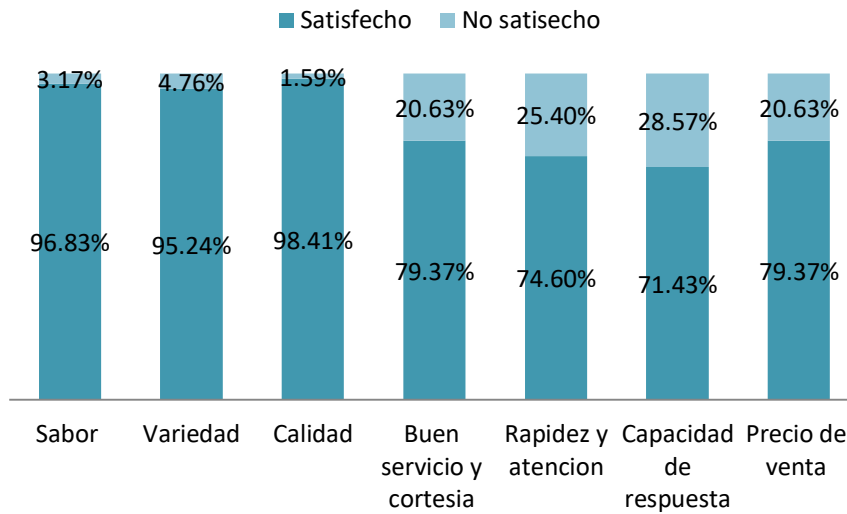


Figura 15: Los atributos que reconocen los turistas que consumen productos de origen animal es por su calidad 98%, donde el menos considerado es la capacidad de respuesta por parte del personal con un 71%.

Figura 16: Atributos que reconocen los turistas por consumir productos lácteos

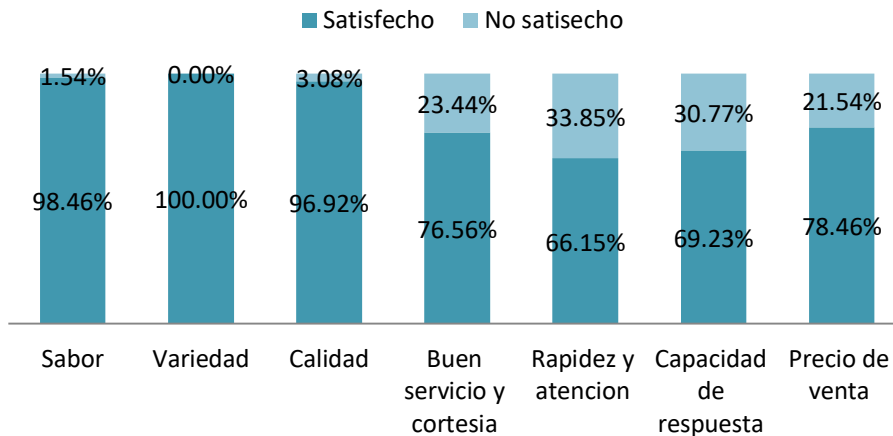


Figura 16: Los atributos que consideran los turistas que consumen productos lácteos es por su variedad 100%, donde el menos considerado es la capacidad de respuesta por parte del personal con un 69%.

Tabla 9.

Nivel de satisfacción del turista respecto al consumo de productos andinos peruanos en el año 2017

Dimensión	Indicador	Media	Desviación Estándar	Nivel
Motivos	Experiencia cultural	4.3	0.8	Alto
	Beneficios a la salud	4.7	0.5	Alto
	Valor Nutricional	4.6	0.6	Alto
	Seguridad	4.1	0.8	Alto
	Recomendación	3.4	1.4	Medio
TOTAL		4.2	0.8	Alto
Atributos	Sabor	4.8	0.5	Alto
	Variedad	4.8	0.5	Alto
	Calidad	4.4	0.6	Alto
	Servicio y cortesía	4.0	0.9	Alto
	Rapidez y atención	3.8	0.8	Medio
	Capacidad de respuesta	3.8	0.9	Medio
	Precio de venta	4.1	1.0	Alto
TOTAL		4.2	0.7	Alto
TOTAL MOTIVOS		4.2	0.8	Alto
TOTAL ATRIBUTOS		4.2	0.7	Alto

Nota: El nivel de satisfacción según los motivos es de 83.48% mientras que el de los atributos 83.29%, por lo tanto el total de los motivos es el promedio de 4.2 y el de los atributos es de 4.2 lo que significa que es un nivel alto de satisfacción del turista con el consumo de productos andinos en la ciudad de Trujillo.

Insatisfecho	1	Bajo
Poco satisfecho	2	
Indiferente	3	Medio
Satisfecho	4	Alto
Muy satisfecho	5	

Contrastación de la hipótesis:

Existe un bajo nivel de satisfacción de los turistas que consumen productos andinos representados en 16.52 % por sus motivos y 16.71 % por sus atributos

En la hipótesis se planteó que los turistas se encuentran medianamente satisfechos con el consumo de productos andinos, sin embargo se encontró que el nivel de satisfacción de los turistas respecto al consumo de productos andinos es alto por sus motivos se representa en un 83.48%, y en los atributos un 83.29% se encuentran satisfechos por los productos andinos que comprenden los cereales, tubérculos, legumbres, vegetales, condimentos, frutas, productos de origen animal y productos lácteos.

Discusión:

Para identificar el nivel de satisfacción se elaboró un instrumento que permitió alcanzar los objetivos, se puede analizar el resultado de la Tabla 09 donde en nivel general de satisfacción es de un promedio de 4.2 lo que indica que es alto. Así mismo se consideró la definición de Kottler y Keller quienes consideran que se tiene que realizar la compra del producto o servicio en donde el cliente experimentara los niveles de satisfacción, complacencia e insatisfacción. De acuerdo con ello se consideró establecer la escala de Likert, para la medición de resultados de la encuesta aplicada. Blanco (2009) en su tesis llamada “Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museográfico taurino, y formulación de estrategias para la creación de valor”, de la Pontificia Universidad Javeriana, con el estudio de la tesis mencionada se analizó la importancia de la satisfacción del cliente en cuanto sus gustos y preferencias y cómo repercute la satisfacción para los gustos y preferencias del consumidor.

Al identificar las características y propiedades se consideró la definición de Baltodano (2016) donde clasifica en ocho variedades de productos andinos y los clasifica según los cereales, tubérculos, legumbres, vegetales, condimentos, frutas y lácteos donde describe datos importantes para la presente investigación. Se consideró la investigación de Montalvo (2010) con su título: “Determinación del perfil del consumidor de los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Chiclayo” donde a través de ello se estudió los factores internos y externos, empleando una encuesta para medir cada uno de los factores.

Para identificar los motivos en la figura 1 se identifica como resultado de la investigación donde se indicó que los turistas reconocen los beneficios a la salud con un 96% y su valor nutricional con un 93% lo cual indica que los turistas se encuentran satisfechos al consumir los diversos tipos de productos andinos peruanos.

Se consideró la definición de Timothy (2015) donde indica que los turistas buscan frecuentemente el patrimonio y los alimentos como parte de su

crecimiento cultural. Así mismo se consideró la investigación de Carvache (2017), Satisfacción y motivación de la demanda gastronómica en General Villamil Playas, Ecuador, donde las investigaciones revelan que las principales motivaciones por las los turistas prefieren comer en un restaurante.

Para identificar los atributos que reconocen los turistas en dichos productos, se identifica en la figura 9, donde indica que los turistas reconocen el sabor con un 97% de satisfacción y su variedad con un 98%, siendo los más destacados según reconocen los turistas en los resultados encuestados

Para reconocer los atributos a profundidad, se incluyó la teoría de Godas que define como un conjunto de elementos que caracterizan el producto que por lo general tiene algún aporte en beneficio del consumidor, según su interés.

Así mismo se consideró la investigación de Blanco (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino y formulación de estrategias para la creación de valor.

Conclusiones:

1. El nivel de satisfacción del turista que visita la ciudad de Trujillo, respecto al consumo de productos andinos peruanos es alto en un 83%, lo cual indica que es bueno, así mismo se identificó la demanda turística que tiene preferencias hacia estos productos. Cabe resaltar que existe un 16% de turistas insatisfechos mayormente en el aspecto de rapidez y atención del personal.
2. Los productos andinos peruanos se representan en ocho grupos donde predominan mayormente los cereales el aporte de fibra soluble, en los tubérculos por su aporte de calorías, las legumbres por la cantidad de proteínas, vitaminas y minerales, las frutas por su compuesto llamado fructuosa que es característico de los frutos, los vegetales, por la cantidad de minerales que ofrece al consumirlos.
3. Los turistas reconocen como atributos en la gran mayoría de productos andinos, los beneficios a la salud con un 98% y el valor nutricional con un 96% como son en el caso de los cereales, menestras, frutas, vegetales. Reconociendo así el valor que aportan estos productos a la salud del ser humano.
4. Los estudios realizados muestran que los turistas no se encuentran muy satisfechos con la capacidad de respuesta por parte del personal de los establecimientos de productos andinos con un 67%, lo que indica la falta de capacitación del personal para un mejor trato hacia el cliente.

Recomendaciones:

1. Se recomienda capacitaciones al personal de los establecimientos donde venden productos andinos, enfocándose en el aspecto de la rapidez y atención al personal.
2. Las autoridades municipales deberían elaborar un inventario de productos andinos cultivados en el Perú para tener datos reales y contundentes, detallando así agricultores de la región La Libertad. De la misma manera crear taller y charlas informativas para el poblador Trujillano y el Turista que visita Trujillo.
3. Se debería incrementar los restaurantes de comida vegetariana o vegana, puesto que ofrecen gran variedad de productos andinos en la utilización de productos para su menú, así mismo contribuir con la promoción de estos establecimientos y los turistas tengan más motivos por consumir productos andinos peruanos.
4. Concientizar a los restaurantes o tiendas de productos andinos en la ciudad de Trujillo hacia como debe ser su trato con el cliente, puesto que los estudios reportan un porcentaje de turistas insatisfechos por la rapidez y atención de los establecimientos.



Propuesta de revaloración

Programa de revaloración de productos andinos peruanos

I. Propuesta del programa de revaloración de los productos andinos peruanos

1.1. Finalidad: La presente tiene como finalidad de la revaloración del producto andino peruano, para no perder las costumbres y técnicas de los antepasados que vivieron muchas culturas y llevaban una vida longeva y saludable, al consumir diversos tipos de productos andinos. Así mismo para mostrar su valor nutricional y dar a conocer los beneficios a la salud que aportan el consumo de los productos andinos peruanos.

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo general:

Revalorar el Producto Andino Peruano en la ciudad de Trujillo.

1.2.2. Objetivo específico:

- Diseñar una feria bianual de productos andinos en Trujillo.
- Establecer un programa académico formativo e informativo
- Crear un directorio de productores orgánicos de productos andinos en Trujillo.

1.3. Actividades

1.3.1. Diseño de feria

La feria se realizará en la plazuela del recreo en el centro Histórico de Trujillo, se realizará dos veces al año, la primera en el mes de julio y la segunda en el mes de octubre, tendrá un periodo de 8 horas y se llevará dos días consecutivos, para que la feria se lleve a cabo sin ninguna intervención se tiene que gestionar un permiso con las autoridades de la Municipalidad Provincial de Trujillo con la finalidad de promover el producto andino, contará con diez puestos de stands distribuidos de manera equitativa, donde ocho puestos serán de venta de platos gastronómicos elaborados con productos andinos y dos serán para la venta de agricultores andinos donde podrán explicar personalmente como es su cultivo y sus temporadas y los productos que ellos producen.

Así también se llevará una exposición de los productos andinos más empleados por los agricultores.

Ver anexo N° 01

Actividades anuales:

Julio y Agosto

- La apertura de la expo feria comenzará a las 10:00 AM
- Exposición de los productos andinos peruanos más empleados para el consumo de la población andina
- Exposición de alimentos veganos
- Degustación de productos andinos
- Degustación de platos veganos (leches, postres, crepes)
- Venta de productos andinos
- Venta de potajes elaborados a base de productos andinos

1.3.2. Programa académico formativo e informativo

Se llevará a cabo dos veces al año, se aplicará una vez en cada semestre, se llevará a cabo charlas informativas a las instituciones educativas con la finalidad de crear una mejor conciencia de alimentación y revalorar el producto andino. Se hará una introducción a los productos andinos, explicando los beneficios del consumo de dichos productos. También se hablara de algunas ideas creativas para reemplazar la comida chatarra por comida saludable. Para que tengan una noción de como poder prepararlo en casa de manera más segura y confiable.



TEMAS A ABORDAR:



- ❧ INTRODUCCION A LOS PRODUCTOS ANDINOS
- ❧ HISTORIA DE LOS PRODUCTOS ANDINOS
(Antecedentes, como fueron empleados en el transcurso del tiempo hasta la actualidad)
- ❧ BENEFICIOS DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ANDINOS
(¿Porque consumirlos?)
- ❧ UTILIDADES Y EMPLEOS DE LOS PRODUCTOS ANDINOS EN LA SALUD
(Como reemplazar la comida chatarra por comida saludable)

IDEAS INNOVADORAS PARA COCINAR EN CASA



- ❧ HAMBURGUESAS SIN CARNE (Lentejas, garbanzo, quinua)
- ❧ Leches vegetales (Leche de almendras, leche de coco, leche de soja)
- ❧ Batidos energéticos (Smoothies, extractos)
- ❧ Wraps y tortillas

1.3.3. Directorio de productores andinos

Ver anexo N° 02

1.4. Organismos Involucrados:

- ✓ Municipalidad Provincial de Trujillo
- ✓ Gremio de agricultores orgánicos
- ✓ Hospital Regional de Trujillo
- ✓ Comité de vaso de leche
- ✓ Universidad Cesar Vallejo

II. Diagnóstico de los Productos andinos en Trujillo

a) Los Productos Andinos Peruanos:

- ✓ Cereales: Linaza, quinua, avena
- ✓ Tubérculos: papas, olluco, maca, oca
- ✓ Legumbres: Pallares, Tarhui, frejol.
- ✓ Vegetales:
- ✓ Condimentos: Achiote,
- ✓ Frutas: Papaya, Aguaymanto, tuna, lima
- ✓ Productos de origen animal: Cuy, jamón serrano, gallina.
- ✓ Lácteos: Quesos, yogurt, mantequilla, otros.

b) Los Restaurantes:

- ✓ **El patio rojo:** Se ubica en San Martín Cuadra 8 en el centro histórico de Trujillo, ofrece variedad de opciones saludables empleando en sus recetas variedad de productos andinos, así mismo venden productos orgánicos como kion, cúrcuma.
- ✓ **Muya:** Restaurante vegano, ubicado en la cuadra 6 de San Martín en el centro Histórico de Trujillo, los platos que ofrece este restaurante no contienen derivados de animales como huevos, leche. Su menú incluye variedad de productos andinos.

- ✓ **Otra Cosa:** Ubicado en Huanchaco, ofrece variedad de platos vegetarianos y veganos, así también postres, incluyendo variedad de productos andinos en la elaboración de los platos.
- ✓ **Chocolate:** Ubicada en Huanchaco, frente de la municipalidad, ofrece una carta de platos vegetarianos, veganos, así también postres y bebidas.
- ✓ **Orgánica:** Es una eco tienda de productos orgánicos, todos los productos son peruanos, cultivados la mayoría de los andes peruanos y certificados por HACCP. Ubicada en la segunda cuadra de Bolívar.
Ver mapa de los establecimientos dedicados a la venta de productos andinos en el anexo N° 03

c) La demanda turística:

Está conformada por turistas extranjeros donde según el cuadro muestra un 45% y los nacionales con un 54%

Ver

anexo

grafico

04

III. Bibliografía:

- Alfaro, E. (2005). *La satisfacción del turista en España. Un análisis de los estudios Familytur y Frontur*. España. Recuperado el 10 de junio del 2017. Disponible en: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-168-2006-pag49-59-97138.pdf>
- Revista Iberoamericana de turismo RITUR (2017). Volume 7, Num 1
Recuperada el día 25 de junio del año 2017, Disponible en:
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=8d cc0bf0-41bc-4fe5-8b8c-dc7f04e7775c%40sessionmgr4006>
- Baltodano, O. (2016) *Cura definitiva de las enfermedades. Doctrina Baltodano. Todas las ciencias al servicio de una larga vida saludable. Primera edición Mayo 2001.*
- Blanco, J. (2009). *Medición de la satisfacción del cliente del museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. Pontificia universidad Javeriana. Bogotá.
- Montalvo, L. (2010). *Determinación del perfil del consumidor de los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Chiclayo*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Recuperado el 20 de junio del 2017. Disponible en: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/91/1/TL_Montalvo_Moreno_Luvia.pdf
- Henderson, 2009. Foodtourismreviewed. British Food Journal 111 (4)
- Quan, S., & Wang, N. 2004. Towards a structural model of the tourist experience: an illustration food experience in tourism. Tourism Management.
- CROUCH, G.; RITCHIE, J. 2004 Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of business research, vol. 44, no 3

Zapata, C. (2013). *Calidad del servicio alimentario en la ciudad de Otuzco*. Universidad Alas Peruanas. Trujillo.

Fonseca, E. (2007). *Turismo, Hoteles y restaurantes*. Barcelona España: Lexus
Hayes, B. (1999). *Como medir la satisfacción del cliente*. Segunda edición México: Oxford.

Smith, Stephen. (2001). *El consumo urbano de productos andinos tradicionales*. Lima: 1ra edición PyMagros.

Recuperado el 28 de junio del 2017, Disponible en:

<https://books.google.com.pe/books?id=xNeTg8NUrI4C&pg=PA30&dq=productos+andinos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi3y6m3xO7UAhUJNiYKHaHGCI0Q6AEIITAA#v=onepage&q=productos%20andinos&f=false>

Sequilanda, M. (2007). *Producción orgánica de cultivos andinos*. Recuperado el 26 de junio del 2017, Disponible en:
http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/1_produccion_organica_de_cultivos_andinos.pdf

Arellano, R. (2002). *Comportamiento de Consumidor*. Enfoque América Latina. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana. México.

Cano, L. (2014). *El veganismo y la vida verde*. España: IT Campus Academy

Recuperado el 5 de mayo del 2017, Disponible en:

<https://books.google.com.pe/books?id=bkfKCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=vegano&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiO4PmX9rHUAhXGwiYKHWCQC24Q6AEISjAI#v=onepage&q=vegano&f=false>

Velásquez, G. (2006) *Fundamentos de alimentación saludable*. Colombia: Universidad de Antioquia. Recuperado el 23 de mayo del 2017, Disponible en:
<https://books.google.com.pe/books?id=8eFgywpXq8EC&printsec=frontcover&dq=alimentacion+saludable&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwiLhe67k7LUAhWENiYKHe_BCmEQ6AEII
TAA#v=onepage&q=alimentacion%20saludable&f=false

PROMPERU (2015) *Perfil del turista extranjero 2015*. Perú. Recuperado el 05 de junio del 2017, Disponible en: http://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_38_PERFIL%20EXTRANJERO%20SPREAD.pdf

BJÖRK, P.; KAUPPINEN-RÄISÄNEN, H. Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 28, no 1, p. 177-194, 2016.

ALLAN, M. EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN LOCAL FOOD CONSUMPTION AND INTENTIONAL LOYALTY. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, no 21, p. 33-38,2016.

Godás, L. (2006) *El producto. Tipos, atributos y diferenciación*. Recuperado el 27 de junio del año 2017. Disponible en:http://iespnegras.com/attachments/309_El%20producto_Tipos,%20atributos%20y%20diferenciacion.pdf

IX Anexos:

Anexo N° 1:

Ficha de observación

Producto (Nombre científico)	Origen		Temporada					Lugar de venta			Características y propiedades
	Andino	Foráneo	Primavera	Verano	Invierno	Otoño	T. A.	Mercad	Supermercado	T.P.A.	

Matriz de validación:

Título: NIVEL DE SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE TRUJILLO RESPECTO AL CONSUMO DE PRODUCTOS ANDINOS

Variable Independiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Opción de respuesta	Redacción clara y precisa		Coherencia con los indicadores		Coherencia con las dimensiones		Coherencia con las variables		
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
	Motivos	Experiencia cultural	1.Estoy de acuerdo con la experiencia cultural en relación al consumo de productos andinos	Cuestionario y ficha de observación	Cerrada con pregunta filtro									
		Beneficios a la salud	2.Me siento de acuerdo con los beneficios a la salud											
		Valor nutricional	3.Me siento de acuerdo con el valor nutricional											
		Seguridad	4Me siento de acuerdo con la seguridad que ofrece											
		Recomendación	5Consumo el producto andino por recomendación											
	Atributos	Sabor	6.Estoy satisfecho con el sabor											
		Variedad	7.Estoy satisfecho con la											

		variedad																		
	Calidad	8.Estoy satisfecho con la calidad																		
	Buen servicio y cortesía	9.Estoy satisfecho con el buen servicio y cortesía																		
	Rapidez y atención	10.Estoy satisfecho con la rapidez y atención																		
	Capacidad de respuesta	11.Estoy satisfecho con la capacidad de respuesta																		
	Precio de venta	12.Estoy satisfecho con el precio de venta																		

Observación y/ o recomendaciones:

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO

OBJETIVO QUE CUMPLE EL CUESTIONARIO:

Dar a conocer el nivel de turistas satisfechos con el consumo de productos andinos peruanos

DIRIGIDO A:

Todos los turistas que visitan la ciudad de Trujillo y consumen productos andinos.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:.....

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:.....

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FICHA DE OBSERVACION

OBJETIVO QUE CUMPLE LA FICHA DE OBSERVACION:

Descubrir las características y propiedades de los productos andinos más consumidos en la ciudad de Trujillo

DIRIGIDO A:

Toda la oferta turística de la provincia de Trujillo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:.....

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:.....

FIRMA DEL EVALUADOR

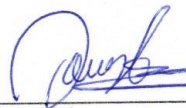
Matriz de validación:

Título: NIVEL DE SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE TRUJILLO RESPECTO AL CONSUMO DE PRODUCTOS ANDINOS

Variable Independiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Opción de respuesta	Redacción clara y precisa		Coherencia con los indicadores		Coherencia con las dimensiones		Coherencia con las variables	
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	Motivos	Experiencia cultural Beneficios a la salud Valor nutricional Seguridad Recomendación	1.Estoy de acuerdo con la experiencia cultural en relación al consumo de productos andinos 2.Me siento de acuerdo con los beneficios a la salud 3.Me siento de acuerdo con el valor nutricional 4Me siento de acuerdo con la seguridad que ofrece 5Consumo el producto andino por recomendación	Cuestionario y ficha de observación	Cerrada con pregunta a filtro	X		X		X		X	

Atributos	Sabor	6. Estoy satisfecho con el sabor										
	Variedad	7. Estoy satisfecho con la variedad										
	Calidad	8. Estoy satisfecho con la calidad										
	Buen servicio y cortesía	9. Estoy satisfecho con el buen servicio y cortesía	X	X	X	X	X					
	Rapidez y atención	10. Estoy satisfecho con la rapidez y atención										
	Capacidad de respuesta	11. Estoy satisfecho con la capacidad de respuesta										
	Precio de venta	12. Estoy satisfecho con el precio de venta										
	Observación y/ o recomendaciones:											

FIRMA DEL EVALUADOR



Zaira Analy Quiroz Hernández
 DNI: 45514562
 CC LL: 00109

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO

OBJETIVO QUE CUMPLE EL CUESTIONARIO:

Dar a conocer el nivel de turistas satisfechos con el consumo de productos andinos peruanos

DIRIGIDO A:

Todos los turistas que visitan la ciudad de Trujillo y consumen productos andinos.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Zoila Analy Quirce Hernández

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Bachiller



FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FICHA DE OBSERVACION

OBJETIVO QUE CUMPLE LA FICHA DE OBSERVACION:

Descubrir las características y propiedades de los productos andinos más consumidos en la ciudad de Trujillo

DIRIGIDO A:

Toda la oferta turística de la provincia de Trujillo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Zoila Anely Quiroz Hernández

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Bachiller


FIRMA DEL EVALUADOR

Matriz de validación:

Título: NIVEL DE SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE TRUJILLO RESPECTO AL CONSUMO DE PRODUCTOS ANDINOS

Variable Independiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Opción de respuesta	Redacción clara y precisa		Coherencia con los indicadores		Coherencia con las dimensiones		Coherencia con las variables	
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	Motivos	Experiencia cultural Beneficios a la salud Valor nutricional Seguridad Recomendación	1.Estoy de acuerdo con la experiencia cultural en relación al consumo de productos andinos 2.Me siento de acuerdo con los beneficios a la salud 3.Me siento de acuerdo con el valor nutricional 4Me siento de acuerdo con la seguridad que ofrece 5Consumo el producto andino por recomendación	Cuestionario y ficha de observación	Cerrada con pregunta filtro	✓		✓		✓		✓	

Atributos	Sabor	6. Estoy satisfecho con el sabor											
	Variedad	7. Estoy satisfecho con la variedad											
	Calidad	8. Estoy satisfecho con la calidad		✓									
	Buen servicio y cortesía	9. Estoy satisfecho con el buen servicio y cortesía			✓								
	Rapidez y atención	10. Estoy satisfecho con la rapidez y atención							✓				
	Capacidad de respuesta	11. Estoy satisfecho con la capacidad de respuesta											
	Precio de venta	12. Estoy satisfecho con el precio de venta											✓
	Observación y/ o recomendaciones:												

FIRMA DEL EVALUADOR



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO

OBJETIVO QUE CUMPLE EL CUESTIONARIO:

Dar a conocer el nivel de turistas satisfechos con el consumo de productos andinos peruanos

DIRIGIDO A:

Todos los turistas que visitan la ciudad de Trujillo y consumen productos andinos.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Zapata Mondaca, Mercedes Elena

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Doctora en Ciencias del Desarrollo Social


FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FICHA DE OBSERVACION

OBJETIVO QUE CUMPLE LA FICHA DE OBSERVACION:

Descubrir las características y propiedades de los productos andinos más consumidos en la ciudad de Trujillo

DIRIGIDO A:

Toda la oferta turística de la provincia de Trujillo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Zapata Mendoza, Mercedes Elena

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Doctora en Ciencias del Desarrollo Social


FIRMA DEL EVALUADOR

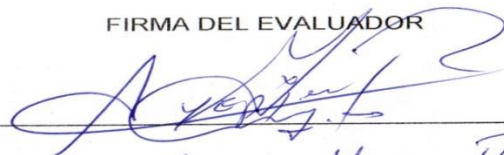
Matriz de validación:

Título: NIVEL DE SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE TRUJILLO RESPECTO AL CONSUMO DE PRODUCTOS ANDINOS

Variable Independiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Opción de respuesta	Redacción clara y precisa		Coherencia con los indicadores		Coherencia con las dimensiones		Coherencia con las variables	
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	Motivos	Experiencia cultural Beneficios a la salud Valor nutricional Seguridad Recomendación	1.Estoy de acuerdo con la experiencia cultural en relación al consumo de productos andinos 2.Me siento de acuerdo con los beneficios a la salud 3.Me siento de acuerdo con el valor nutricional 4Me siento de acuerdo con la seguridad que ofrece 5Consumo el producto andino por recomendación	Cuestionario y ficha de observación	Cerrada con pregunta filtro	✓		✓		✓		✓	

Atributos	Sabor	6. Estoy satisfecho con el sabor												
	Variedad	7. Estoy satisfecho con la variedad												
	Calidad	8. Estoy satisfecho con la calidad												
	Buen servicio y cortesía	9. Estoy satisfecho con el buen servicio y cortesía	✓											
	Rapidez y atención	10. Estoy satisfecho con la rapidez y atención		✓										
	Capacidad de respuesta	11. Estoy satisfecho con la capacidad de respuesta												
	Precio de venta	12. Estoy satisfecho con el precio de venta												✓
	Observación y/ o recomendaciones:													

FIRMA DEL EVALUADOR



Alejandro Yegre Ramos

DNI: 40064673

CoARPE: 040341

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO

OBJETIVO QUE CUMPLE EL CUESTIONARIO:

Dar a conocer el nivel de turistas satisfechos con el consumo de productos andinos peruanos

DIRIGIDO A:

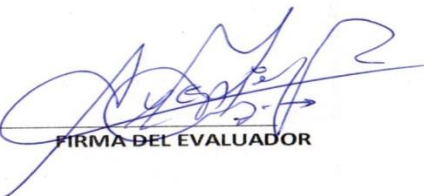
Todos los turistas que visitan la ciudad de Trujillo y consumen productos andinos.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Yepien Ramos, Alejandro Eljov

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:

Maestro en Ciencias Sociales



FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FICHA DE OBSERVACION

OBJETIVO QUE CUMPLE LA FICHA DE OBSERVACION:

Descubrir las características y propiedades de los productos andinos más consumidos en la ciudad de Trujillo

DIRIGIDO A:

Toda la oferta turística de la provincia de Trujillo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Yepien Ramos, Alejandro Eljor

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:

Maestro en Ciencias Sociales

FIRMA DEL EVALUADOR

ENCUESTA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE TRUJILLO, QUE CONSUMEN PRODUCTOS ANDINOS

TEMA: Satisfacción del turista que visita la ciudad de Trujillo, respecto al consumo de productos andinos en el año 2017

ALUMNO RESPONSABLE: Ordoñez Rubiños, Laura Isabel

INSTRUCCIONES: Responda sinceramente las preguntas establecidas, marcando con una "x" su respuesta.

1. Edad ____ 2. Lugar de procedencia: _____ 3. Sexo: M F

1. ¿Usted consume productos andinos en la ciudad de Trujillo?

- a) SI
- b) NO

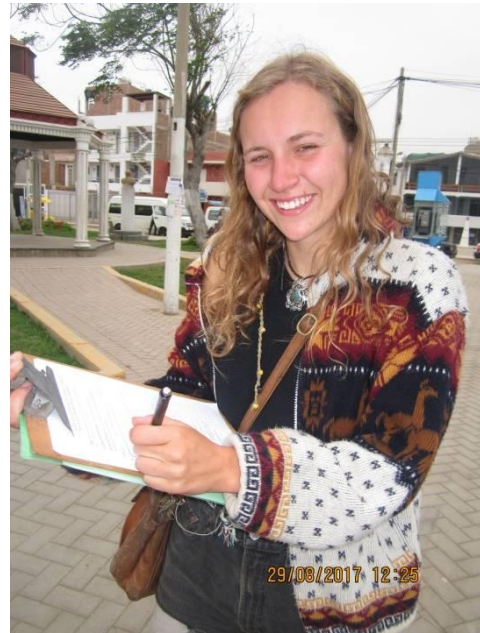
2. Qué producto andino (s) consume:

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

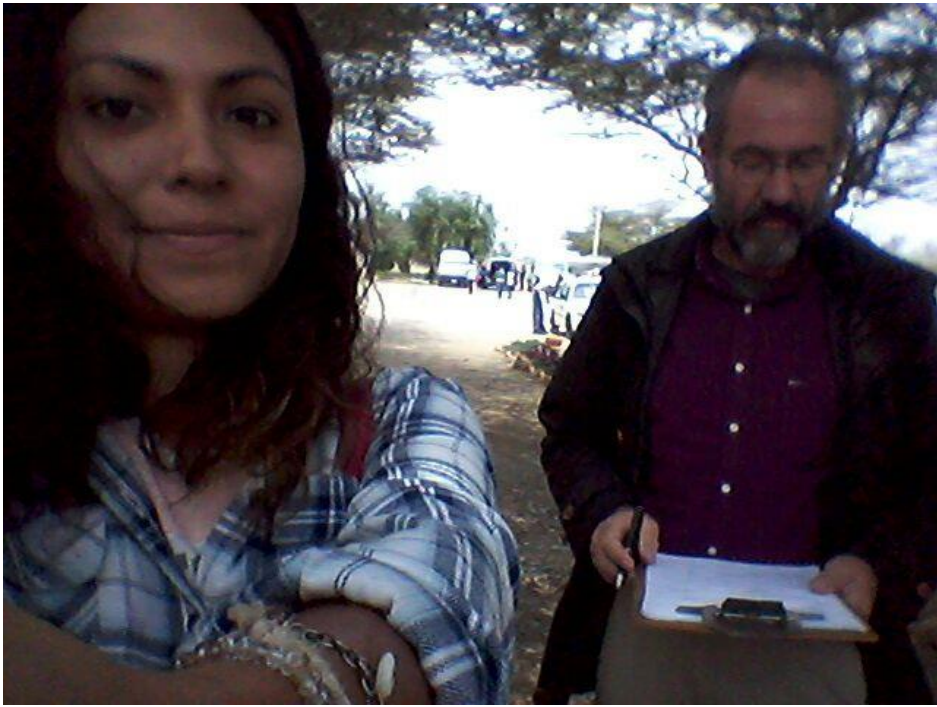
Marque con una X según el cuadro marque según su criterio:

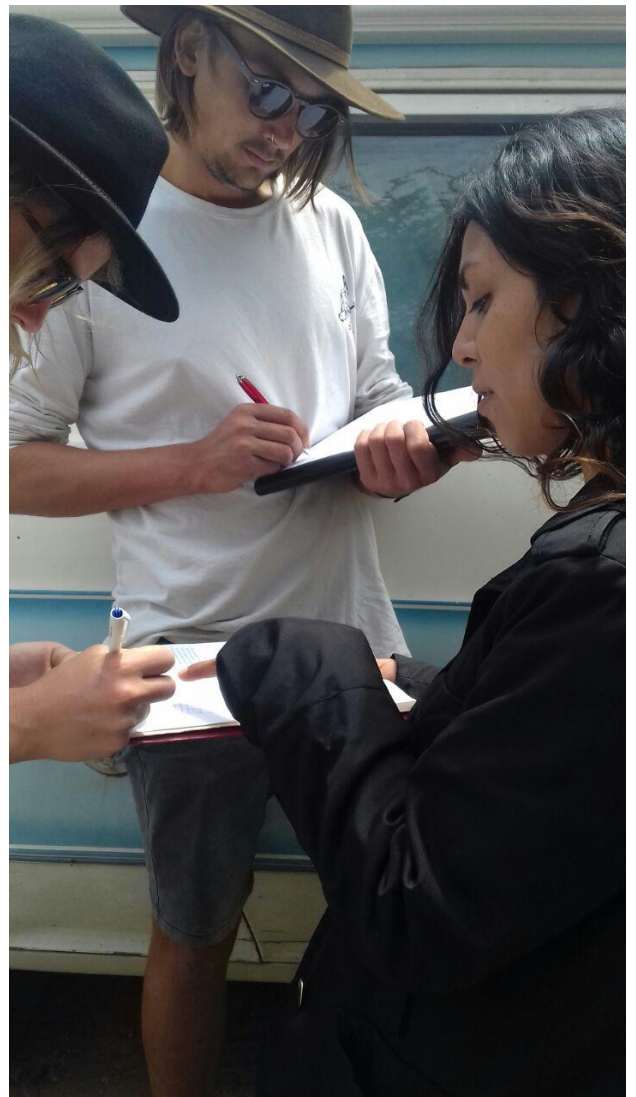
		1	2	3	4	5
3.	Estoy de acuerdo con la experiencia cultural en relación con el consumo de productos andinos.					
4.	Estoy de acuerdo con los beneficios a la salud que aporta el consumo de productos andinos para mi salud.					
5.	Estoy de acuerdo con el valor nutricional de los productos andinos.					
6.	Estoy de acuerdo con la seguridad que ofrece el consumo de productos andinos.					
7.	Consumo producto andino por recomendación.					
8.	Me siento satisfecho con el sabor de los productos andinos					
9.	Me siento satisfecho con la variedad de productos andinos					
10.	Me siento satisfecho con la calidad del producto andino					
11.	Me siento satisfecho con el buen servicio y cortesía brindada en los establecimientos de productos andinos.					
12.	Me siento satisfecho con la rapidez y la atención brindada en los establecimientos de productos andinos					
13.	Me siento satisfecho con la capacidad de respuesta por parte del personal del establecimiento ante una duda con respecto al producto andino					
14.	Me siento satisfecho con el precio de venta del producto andino.					

EVIDENCIA DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE TRUJILLO RESPECTO AL CONSUMO DE PRODUCTOS ANDINOS







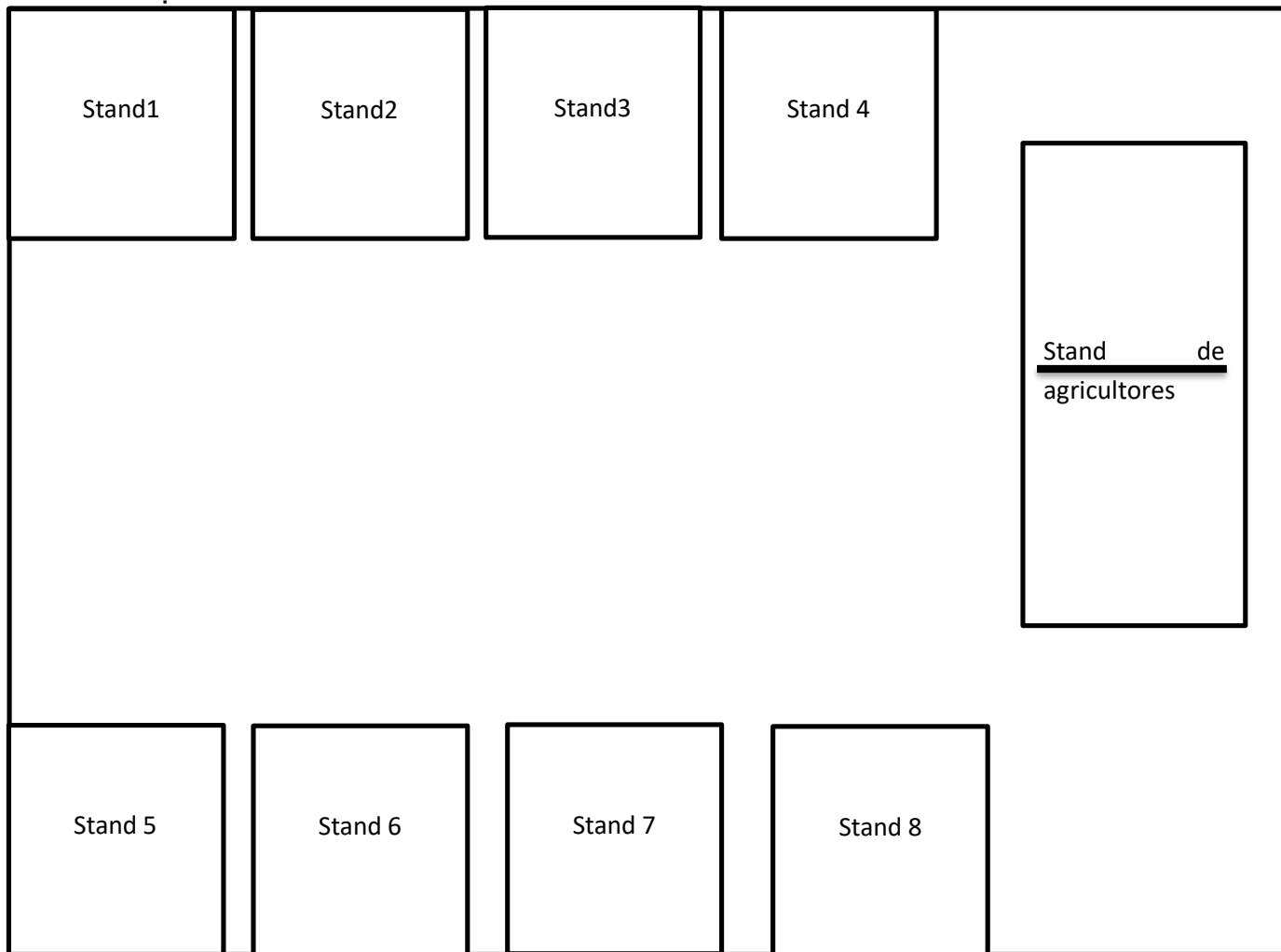




Anexos gráficos:

Anexo 01

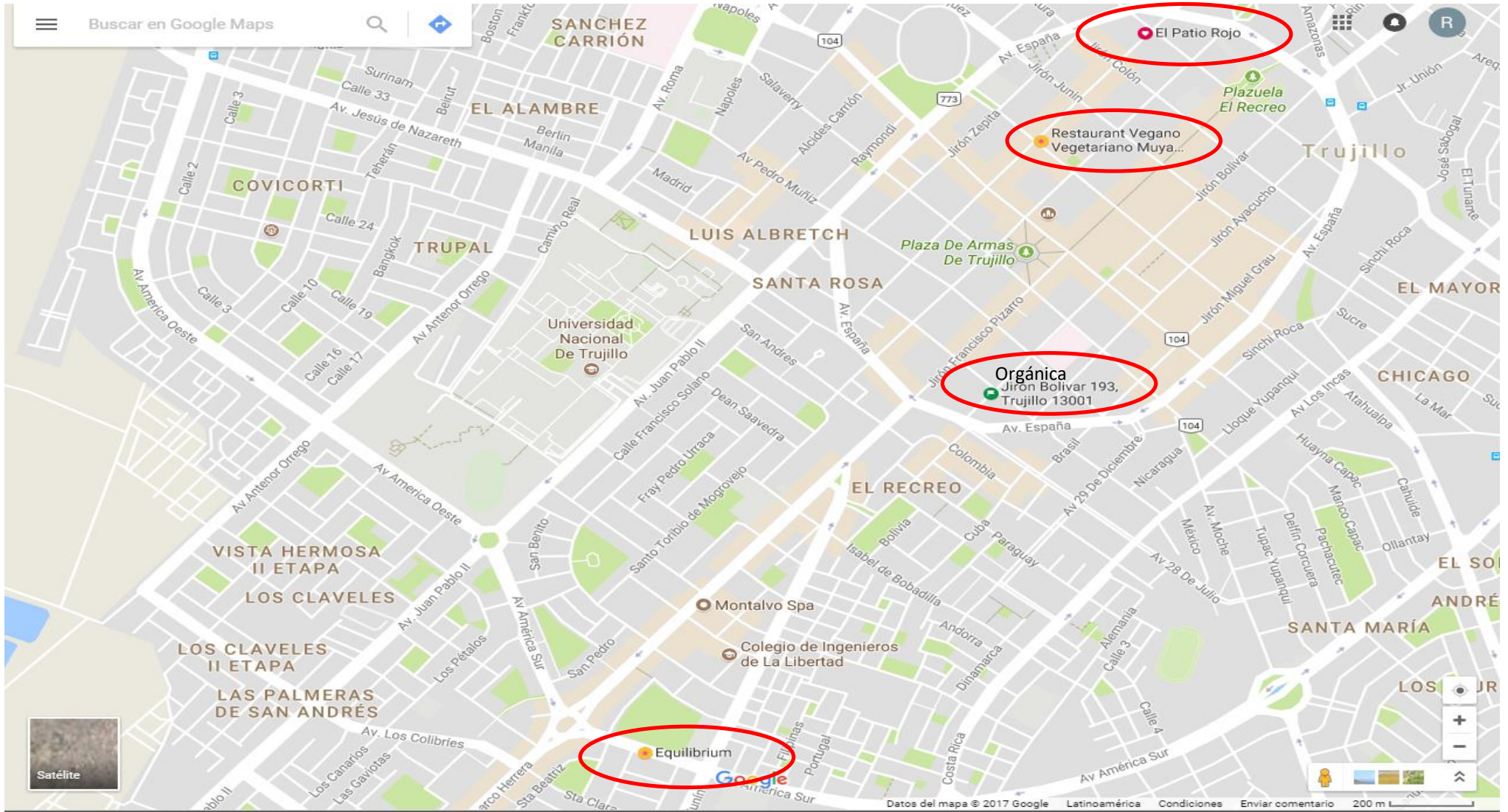
Diseño de feria.



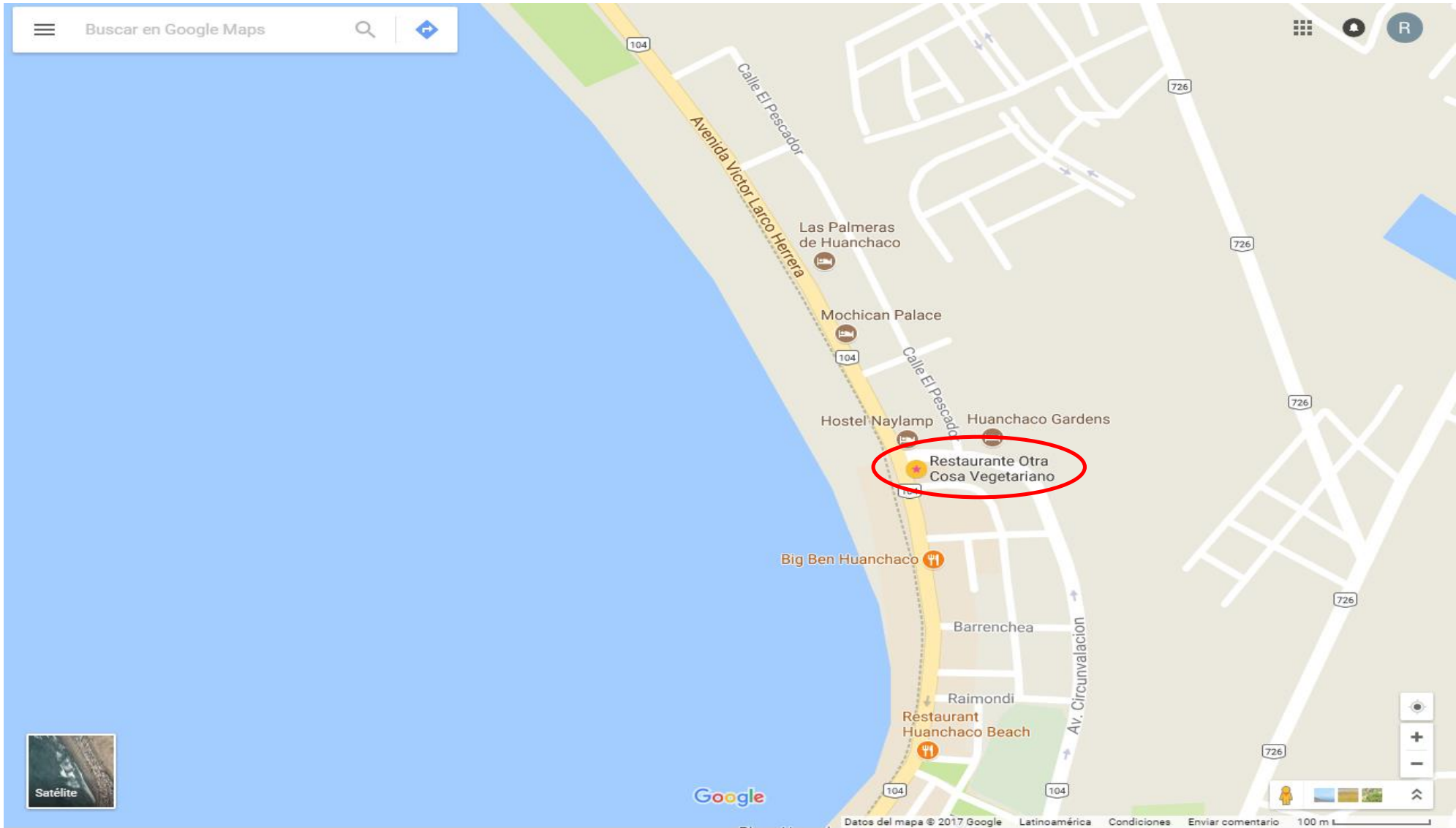
Anexo 02

Nº	Agencia agraria Nombre de la asociación	Nombre del presidente	Provincia	Distrito	Caserío/ calle	Nº de teléfono	Cadena productiva que trabaja
1	Asociación de Productores "Renacimiento Andino"	Erlita Katherine. Córdova Blas	Julcán	Carabamba	Pampa Bella	932694997	Quinoa
2	Asociación de Productores "Unidos por Siempre"	Ricardo Olivares Meléndez	Julcán	Carabamba	Villa María	944274729	Quinoa
3	Comunidad Campesina "Pachacútec"	Graciano Castro Vera	Julcán	Julcán	Aposgon	952453095	Quinoa
4	Comunidad Campesina "San Isidro Chuan"	Wilfredo Castro Gutierrez	Julcán	Julcán	San Isidro de Chuan	969325691	Quinoa
5	Asociación de Productores "Intillacta"	Hernán Castañeda Miñano	Julcán	Huaso	Intillacta	973370194	Palto
6	Asociación de Productores "La Vega"	Ronald Orbegoza López	Julcán	Huaso	La Vega	978683669	Palto
7	Asociación de Productores "Mujeres Emprendedoras"	Leda Mariños Reyna	Julcán	Carabamba	Mullamanda y	953188263	Cuyes
8	Asociación de Productores "Mujeres Unidas al Desarrollo"	Teodora Reyes Alvarado	Julcán	Julcán	Los Ángeles	953188263	Cuyes
9	Comunidad Campesina "Pachacútec"	Graciano Castro Vera	Julcán	Julcán	Aposgon	952453095	Cuyes
10	Comunidad Campesina "San Isidro Chuan"	Wilfredo Castro Gutierrez	Julcán	Julcán	San Isidro de Chuan	969325691	Cuyes
11	Asociación de Productores "Unidos por el Agro"	Santiago Orbegoza Rivera	Julcán	Carabamba	Santa Cruz	973390935	Lácteos
12	Asociación de Productores "Mujeres Unidas al Desarrollo"	Teodora Reyes Alvarado	Julcán	Julcán	Los Ángeles	953188263	Lácteos
13	Asociación de Productores "Villa María"	Oresteres López Gutiérrez	Julcán	Calamarca	Villa María	973031231	Lácteos
14	Cooperativa Agroecologica Grano Andino	Luis Lezama Castillo	Sanchez C	Sartimbamba	Sartimbamba	990903765	Quinoa, linaza, palto

Anexo N° 03: Mapa de restaurantes de productos andinos en la ciudad de Trujillo



Mapa de restaurantes de productos andinos en Huanchaco, La Libertad.



Anexo N° 04

Gráfico de demanda turística.

