

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

**CARRERA DE TURISMO CON ÉNFASIS EN HOTELERÍA Y
RESTAURANTES**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLERATO EN TURISMO CON ÉNFASIS EN
HOTELERÍA Y RESTAURANTES**

**IMPACTO DE LA GASTRONOMÍA LOCAL EN LA OFERTA DE
PLATILLOS TÍPICOS DE RESTAURANTES EN PLAYA
TAMARINDO, CANTÓN DE SANTA CRUZ, GUANACASTE: UN
ESTUDIO DURANTE EL PERIODO 2022-2024**

**SUSTENTANTE:
KAROL PAMELA BRICEÑO SEQUEIRA**

**TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN:
MELVIN GERARDO LÓPEZ MOREIRA**

SEDE CENTRAL, JULIO, 2025

TABLA DE CONTENIDO

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Planteamiento del Problema	7
1.2 Objetivos.....	9
1.2.1 <i>Objetivos Específicos</i>	10
1.3 Justificación	10
1.4 Antecedentes	13
1.5 Proyecciones	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	24
2.1 Marco Conceptual	24
2.1.1 <i>Turismo</i>	24
2.1.2 <i>Turismo Gastronómico</i>	25
2.1.3 <i>Identidad Cultural</i>	25
2.1.4 <i>Gastronomía Tradicional</i>	26
2.1.5 <i>Autenticidad Gastronómica</i>	27
2.1.6 <i>Ingredientes y Técnicas Culinarias</i>	28
2.1.7 <i>Restaurantes</i>	29
2.1.8 <i>Percepción</i>	30
2.1.9 <i>Calidad</i>	30
2.1.10 <i>Marketing</i>	31
2.1.11 <i>Marketing Gastronómico</i>	32
2.1.12 <i>Marketing Experiencial</i>	33
2.1.13 <i>Marketing Cultural</i>	34
2.2 Referentes Teóricos	35

2.2.1 <i>Teoría de la Identidad Cultural</i>	35
2.2.2 <i>Teoría de la Autenticidad</i>	36
2.3 Contextualización del Lugar: Tamarindo, Guanacaste.....	37
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	39
3.1 Enfoque de la Investigación.....	39
3.2 Diseño de la Investigación.....	41
3.3 Fuentes de Información.....	42
3.3.1 <i>Fuentes Primarias</i>	43
3.3.2 <i>Fuentes Secundarias</i>	44
3.4 Población y Muestra.....	44
3.5 Unidad de Análisis.....	46
3.6 Instrumentos.....	48
3.6.1 <i>Revisión Documental</i>	49
3.6.2 <i>Encuesta</i>	50
3.6.3 <i>Entrevista Semiestructurada</i>	51
3.6.4 <i>Diario de Campo</i>	51
3.7 Procesamiento de Recolección y Análisis de Datos.....	52
3.7.1 <i>Técnica: Análisis de Contenido</i>	53
3.7.1.1 Lectura Comprensiva de las Transcripciones de Entrevistas.....	54
3.7.1.2 Segmentación del Texto en Unidades.....	54
3.7.1.3 Codificación Abierta.....	55
3.7.1.4 Agrupación de Códigos en Categorías y Subcategorías.....	55
3.7.1.5 Cuantificación de la Frecuencia de Aparición de los Códigos.....	55
3.7.1.6 Interpretación Cualitativa de los Significados Manifiestos y Latentes.....	56
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	58
4.1 Ingredientes y Técnicas Culinarias Tradicionales Empleados en la Elaboración de Platillos Típicos en Restaurantes de Playa Tamarindo.....	61
4.1.1 <i>Subcategoría Identidad Culinaria</i>	61
4.1.1.1 Características Diferenciadoras de la Gastronomía Tradicional.....	61

4.1.1.2 Percepción de los Consumidores acerca de la Oferta de Comida Tradicional.	63
4.1.1.3 El uso de Técnicas Culinarias Tradicionales del Cantón de Santa Cruz.....	65
4.1.1.4 El Rol de la Elección de Ingredientes en la Cocina Tradicional.	66
4.2 Percepción de los Clientes sobre la Autenticidad y Calidad de los Platos Típicos Ofrecidos en los Restaurantes de Playa Tamarindo	69
4.2.1 Subcategoría: <i>Experiencia Ancestral</i>	69
4.2.1.1 Calidad Percibida en los Platos de Cocina Tradicional.	69
4.2.1.2 Importancia de la Apariencia para el Posicionamiento de la Cocina Tradicional.	71
4.2.1.3 Experiencias Gastronómicas de Cocina Tradicional según las Personas Entrevistadas.	73
4.3 Estrategias de Marketing Empleadas por los Restaurantes de Playa Tamarindo para Promover y Destacar La Gastronomía Local	75
4.3.1 Subcategoría: <i>Impacto Publicitario</i>	75
4.3.1.1 Infraestructura e Imagen de los Restaurantes de Cocina Tradicional.	75
4.3.1.2 Medios de Mayor Impacto para la Aplicación de Estrategias de Mercadeo.	76
4.3.1.3 Captación de Nuevos Clientes en Locales de Gastronomía Local.	78
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
5.1 Conclusiones	82
5.2 Recomendaciones:.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
APÉNDICES	91
7.1 Encuesta a Consumidores	91
7.2 Entrevista a Dueños de Restaurantes.....	92

TABLA DE CUADROS

Tabla 1	42
Tabla 2	43
Tabla 3	55
Tabla 4	57
Tabla 5	59
Tabla 6	61
Tabla 7	63
Tabla 8	66
Tabla 9	68
Tabla 10	69
Tabla 11	72
Tabla 12	73
Tabla 13	75

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En este capítulo introductorio se desarrollarán los diferentes apartados referentes al tema de investigación y su primer acercamiento, entre estos se destacan: el planteamiento del problema, la justificación en la cual se brinda una definición directa de la relevancia, conveniencia y los aportes que dicho trabajo investigativo propone desde su realización, como también la puesta en evidencia de los diferentes objetivos que se constituyen como las principales metas por cumplir para la obtención de logros específicos en relación con el tema abordado. Además, se menciona los diferentes estudios que se muestran como antecedentes del tema de investigación, como también las diferentes proyecciones que este estudio tiene con base en diferentes requerimientos investigativos.

Una de las particularidades que se destacan de la provincia de Guanacaste, específicamente en el cantón de Santa Cruz, es su cultura local, la cual ha sido marcada por un proceso histórico influenciado, principalmente, por las actividades agropecuarias de la zona. Además de ello, se destacan otros elementos culturales como lo serían la música, las festividades patronales, la gastronomía de la zona, entre otros que le han concedido el título de Ciudad Folclórica de Costa Rica, decretado así en 1974 por el expresidente Daniel Oduber.

La gastronomía autóctona de una región se consolida como una de las principales marcas de definición de imagen e identidad de un territorio geográfico y cultural. En el caso del cantón de Santa Cruz, según Castillo (2016), la cultura de este cantón tiene cierta influencia mesoamericana derivada de la época precolombina; esto se ve reflejado en muchas actividades y la herencia gastronómica y léxica que forman parte del diario vivir en la zona (p. 20).

Cuando se define la cocina de una región geográfica, no se limita únicamente a conceptualizar las recetas típicas de una localidad, sino que se incluyen costumbres, tradiciones, procesos históricos y años de cultura social que definen la formación y el desarrollo a través del tiempo de esta. Según Torres et al. (2017):

La alimentación se diferencia en cada cultura hecho que se da por varios aspectos como el clima, el suelo, los productos agrícolas, etc. El hombre cocina de acuerdo con lo que le ofrece el medio ambiente en el que vive. Así, es posible que a través de

la cocina se puedan reconocer culturas, religiones, acontecimientos, épocas, entre otros. (p. 3)

El impacto de la gastronomía local no se limita, únicamente, a un tema de índole gastronómico, sino que alcanza aquellos sectores de interés público y cultural que forman parte de la identidad de una región, convirtiendo este tema de investigación en un asunto de interés, tanto para el estudio, como, también, para el desarrollo de herramientas que den respuesta a las diferentes necesidades inherentes del caso, como lo serían el turismo, la mezcla de culturas, entre otros. Según Nikoli y Mona (2015):

En Costa Rica, el interés tanto académico como político y público en el rescate de las recetas de la cocina nacional costarricense, subraya la importancia de la cocina como marcador de la identidad nacional en el periodo de la globalización cultural. Además de dar cuenta de la relevancia otorgada al rescate de la cocina nacional, la actual recopilación de recetas tradicionales también toma un papel central en la construcción del mismo concepto de la cocina nacional costarricense como marcador de identidad. (p. 8)

El mantener vigente la esencia gastronómica de una región es esencial para la conservación cultural de esta. La cocina local desempeña un papel importante como marcador tangible de la historia de una comunidad, donde no solo se comparte cultura y herencia, sino, también, creencias, modos de vida de comunidades antiguas, técnicas culinarias preservadas durante décadas, que reafirman años de historia e identidad regional.

1.1 Planteamiento del Problema

En los últimos años la provincia de Guanacaste, dentro del contexto económico, se ha visto favorecido por el aumento del desarrollo a nivel turístico, lo que ha significado un alza en la demanda de productos y servicios locales. En cuanto al cantón de Santa Cruz, el turismo se ha visto centralizado en su zona costera, destacando, entre ellas, Playa Tamarindo,

la cual se ha convertido en un atractivo paradisiaco, no solo a nivel nacional, sino, también, a nivel mundial, situándose hoy como uno de los sitios para vacacionar más atractivos del mundo.

Parte del atractivo del cantón de Santa Cruz, y sus diferentes distritos, es su destacado patrimonio cultural, evidenciado no solo en las diferentes expresiones orales, rituales y festividades, sino, también, en su variada oferta culinaria, a base de granos como el maíz y los mariscos de sus extensas costas. Según Graña y Vallejos (2021): “La gastronomía y las artes culinarias están posicionadas en el centro de estas manifestaciones de la cultura popular y tradicional, ya sea en los nombres de productos y platos exclusivos de una región” (p. 3).

Durante los últimos años, frente al aumento de visitantes y el movido consumo en la zona, se ha visto el aumento de diversas ofertas culinarias que, lejos de destacar la cultura de la zona, han dado relevancia a la promoción de culturas de cocina europeas, occidentales, que han terminado destacándose, mayoritariamente, por encima de la promoción de lo cultural y autóctono de la zona, desplazando, de esta manera, la existencia de pequeños restaurantes con ofertas nacionales. Según Nikoli y Mona (2015) afirman que

En el centro de los discursos actuales de cocina nacional costarricense, tanto en el ámbito académico como en el público, está el miedo de perder la propia cocina, y junto a esta, la salud, así como la cultura e identidad. Además de manifestar la importancia de la cocina nacional como marcador de identidad nacional, los discursos contemporáneos dan cuenta de la renegociación de diferencias culturales y regionales que ocurre en el actual contexto. (p. 4)

La gastronomía local, aparte de ser un recurso que satisface las necesidades naturales de alimentación, viene también a reafirmar décadas de cultura, que han prevalecido y transformado para seguir formando parte de las raíces identificables de la cultura de la zona. Según Vargas (2021), gestora cultural en Guanacaste:

Los habitantes de pueblos e integrantes de comunidades llevan en su esencia la riqueza cultural que pasa de generación en generación y los vincula a rasgos identitarios derivados de un mestizaje a lo largo del tiempo y en múltiples espacios. Producto de ello, surgen prácticas que nacen a lo interno del núcleo familiar, y de ahí

se van expandiendo a su entorno comunitario para ser conocido, adaptado y reproducido hasta transformarse en una manifestación cultural propia y comunitaria. (p. 5)

Aspecto fundamental de la identidad cultural, y su permanencia a través del tiempo, es evidenciar la necesidad de la cocina local como marcador de identidad regional, dando valor y notabilidad por encima de las diferentes ofertas extranjeras que se centralizan en la zona. La importancia de promover el consumo de la cocina tradicional de la zona radica en su capacidad para mantener vigente las costumbres que han caracterizado la cultura de la región, dando prioridad a ese sentido de identidad local y de pertenencia.

Brindar el espacio y la exposición necesarios que la gastronomía local requiere, no solo garantiza la supervivencia del legado cultural, también, fomenta un sentido de pertenencia e identidad local más sólido, que les permita a las nuevas generaciones seguir trabajando en la consolidación de estos espacios, en la búsqueda de satisfacer las necesidades de los nuevos visitantes sin perder la esencia autóctona y cultural que tanto caracterizan a la región.

Entendiendo dichos datos, se realiza la siguiente interrogante: ¿Cómo influye la gastronomía local en la oferta de platillos típicos de restaurantes en Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz, Guanacaste: un estudio durante el periodo 2022-2024?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar la influencia de la gastronomía local en la oferta de platillos típicos de restaurantes en Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz, Guanacaste: durante el periodo 2022-2024.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Describir los ingredientes y las técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz,
- Identificar la percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo,
- Describir las estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para la promoción y destacar la gastronomía local en sus menús.

1.3 Justificación

En los últimos años se ha mantenido un constante desarrollo en el sector turístico de Costa Rica, principalmente en la provincia de Guanacaste, centrándose en sus zonas costeras, las cuales han generado un aumento en la oferta de servicios ofrecidos en la zona, desde los espacios de descanso y esparcimiento; como también los de alimentación, destacándose este último como uno de los mayores atractivos de la zona.

Este respectivo aumento en el consumo turístico de la zona ha expuesto un sinnúmero de necesidades, principalmente aquellas relacionadas con la exposición cada vez más reducida de los espacios autóctonos y culturales, los cuales están siendo abarcados principalmente por empresas y servicios con una línea extranjera. Dicho desplazamiento se ha visto justificado por motivos de crecimiento económico, donde se le ha dado prioridad al desarrollo turístico en relación con la preservación de los espacios tradicionales. Con respecto a esto, Magaña y Padín (2008) mencionan lo siguiente:

Ésta es la pobreza cultural: territorios que han perdido su legado histórico, sus tradiciones, su comida como patrimonio cultural, y, por ello, aunque pueden reducir sus índices de pobreza, determinados por indicadores de tipo económico, educativo y sanitario, han perdido parte de su identidad social o están en ese proceso. (p. 218)

Es debido a esto que esta investigación es de suma importancia, puesto que expone desde una base científica del turismo una necesidad de la importancia de los espacios

culturales y la permanencia mayoritaria de estos en sus zonas de origen, manteniendo un equilibrio responsable entre el desarrollo turístico y económico de estas zonas, sin restar relevancia o exposición a las ofertas tradicionales que permiten la perpetuación de la cultura regional a través del tiempo.

El turismo y su impacto no se limitan únicamente al sector económico, sino, también, en el ámbito social, aspecto que es notorio y se ha convertido en tema de conversación para sus pobladores. Con respecto a esto, Espinoza (2019), en un estudio realizado por la Universidad de Costa Rica, expone lo siguiente:

Entre los aspectos negativos de esta actividad que encontraron estas investigadoras, estuvieron el maltrato a la naturaleza, la drogadicción y prostitución, y también que incide en el desplazamiento de costarricenses por extranjeros que adquieren tierras y están recibiendo mayores atenciones por parte de los proveedores de servicios estatales. (p. 174)

Con base en lo expuesto, se puede evidenciar que dicho tema es transcendental para la sociedad, puesto que se ha construido una opinión pública sobre la necesidad de mantener estos espacios autóctonos de la zona, los cuales se han visto desplazados por otros

Haciendo referencia la identidad cultural gastronómica, Cáceres (2024) define lo siguiente: “Nos referimos a la identidad cultural gastronómica, como la apropiación de una autoidentificación, de una comunidad definida a través de expresiones, en este caso gastronómicas, como expresión de creencias, valores, tradiciones derivadas de la alimentación” (p. 257).

La cultura gastronómica y su legado es igual de importante y necesario en comparación con otras expresiones culturales que forman parte de la identidad y el sentido de pertenencia de una región, como lo sería la música y el arte. La cocina es uno de los métodos de transmisión de historias más antiguas de la historia humana, ya que no solo se trata de preparar platillos, sino de transmitir modos de preparación, mezclas preservadas y su evolución a través de décadas y siglos de historia humana y sus referentes culturales.

A través de recetas conservadas en el tiempo se expone una historia de cambios sociales, económicos, políticos y culturales de sociedades pasadas, que se han adaptado a

través del tiempo, en convivencia con otros pueblos y que se han mantenido vigentes con el fin de contar una historia de pertenencia y construcción cultural a las nuevas generaciones.

Dar relevancia a los pequeños restaurantes con ofertas tradicionales permite no solo el generar un impacto positivo en los consumidores, sino, también, en la permanencia a través del tiempo de una identidad cultural y enraizada de la provincia Guanacasteca. Según Navarrete y Muñoz (2018):

El patrimonio gastronómico se forma del acervo oral e inmaterial, ya que la transmisión y conservación de recetas, mezclas, trucos e ingredientes que se han dado durante cientos de años y son propios de la cultura local de cada ciudad, región o país hacen de las características lo que cohesionan a un pueblo como nación. (p. 24)

La presente investigación tiene como propósito identificar las circunstancias que pueden derivarse de prácticas habituales vinculadas al servicio en el sector turístico. En numerosas ocasiones, estas prácticas generan implicaciones dando lugar a diversas problemáticas. Tales efectos podrían ser anticipados y gestionados adecuadamente si se abordaran con una perspectiva preventiva e integral, permitiendo así responder a las exigencias del servicio sin comprometer la esencia cultural y autóctona de las comunidades locales.

Por medio de la evidencia de dicho problema, se pretende generar espacios de reflexión que contribuyan a la consideración de estas situaciones que afectan a diferentes involucrados, esto con el fin de crear herramientas que puedan responder, adecuadamente, a una problemática previamente identificada. Según Rodríguez et al. (2015):

El análisis de la percepción de la población local sobre los impactos del turismo resulta una importante herramienta para la gestión de destinos. Su contribución reside en la posibilidad de formular políticas públicas más coherentes con la diversidad de grupos residentes y con la atraktividad del destino turístico. (p. 116)

Se considera que esta investigación es viable gracias a los diferentes recursos que propone y brinda factibilidad a la consecución de los objetivos propuestos. De entre estos se

destacan el interés personal, la cercanía con la región de análisis, el conocimiento previo que existe con respecto a la zona y su cultura, entre otros más que proporcionan una desenvolvura segura y con fluidez en el desarrollo de los acontecimientos inherentes de la investigación.

Gracias al estudio de dicho tema, se logra concretar la relación entre diferentes variables que proponen un panorama distinto para analizar diversas problemáticas como demográficas, culturales, económicas, entre otros, permitiendo, de esta manera, que diferentes disciplinas de estudio logren concretar conexiones entre los distintos impactos del contexto turístico reflejados en la sociedad. Además de identificar diversos factores interrelacionados que configuran la complejidad de la problemática turística, esta investigación impulsa la necesidad de generar nuevos aportes teóricos que enriquezcan su comprensión. Desde una perspectiva interdisciplinaria, se promueve la articulación de distintos sectores en la construcción conjunta de propuestas de solución. Estas iniciativas buscan no solo responder a los desafíos que enfrenta el sector, sino también garantizar que las personas involucradas en las prácticas turísticas encuentren un equilibrio entre el desarrollo económico, la preservación cultural y el bienestar colectivo.

1.4 Antecedentes

Un pueblo se define desde elementos como su cultura, la cual comprende aspectos como la diversidad, los aportes materiales e inmateriales, por consiguiente, se podría determinar que son, en su conjunto, una representación del modo de vida de un grupo humano a través del tiempo, narrando su historia con diferentes manifestaciones culturales. Junto con lo anterior, se incluyen aspectos como pautas morales, normas sociales, creencias, tradiciones, costumbres, lenguaje, sistemas sociales, economía, política, religión, alimentación, todos estos donde se puede medir y analizar el desarrollo, tanto social como material de una población cultural específica, mencionándose así la gastronomía como un ejemplo del modo de vida de una población particular, reforzándose la necesidad de entender el fenómeno de la alimentación y su vínculo con el entorno.

Cuando se menciona la alimentación o la cultura gastronómica de una región, es importante distinguir, primeramente, una cultura alimentaria popular proveniente de una

tradición, siendo esta última la que contiene una memoria ancestral, prevista de la suma de conocimientos y experiencias construidos colectivamente, transferidos desde antiguas civilizaciones a las recientes generaciones, constituyendo, de esta forma, un autoconcepto colectivo regional y nacional. Según Villalva e Inga (2021):

El patrimonio alimentario es el conjunto de prácticas y saberes que integran las cocinas, tomadas en cuenta como sistemas alimentarios y vistas como expresiones de un universo patrimonial, definido como la interiorización colectiva de valores culturales, sociales, históricos y geográficos que construyen al patrimonio gastronómico. (p. 134)

La cita resalta la esencia de la cocina tradicional y hace mención a las técnicas de cocción al indicar las prácticas y saberes que la compone, pero, principalmente, evidencia el vínculo de la gastronomía con la cultura, las tradiciones y el modo de vida de un territorio específico, componente que cobra importancia en su composición tradicional y para modelos de negocios que se asocian a ejes culturales o que busquen resaltar los atractivos de un lugar, tal es el caso del turismo.

Con base en lo expuesto, se realiza una búsqueda, a nivel internacional, de los principales estudios realizados sobre las consignas de investigación. De tal manera que se encontraron tres investigaciones, las cuales se detallan seguidamente.

Como primer antecedente internacional, se encuentra el trabajo final de graduación para optar por el grado de licenciatura en Turismo y Hotelería en Ecuador, titulado *La cocina local en la oferta gastronómica de la Parroquia Atahualpa*, publicado por Reyes (2022), haciendo uso de un enfoque cualitativo y empleando entrevistas y fichas informativas como instrumentos de recolección de datos.

En esta investigación se buscaba, principalmente, el investigar la cocina local en la oferta gastronómica de la Parroquia Atahualpa. Por medio de esta investigación se busca, además, la recopilación de información con respecto a los establecimientos y sus diferentes ofertas culinarias, esto para facilitar el acceso a información resumida sobre la oferta cultural gastronómica de la región.

Este estudio destaca el rol esencial de la gastronomía local en la consolidación de la oferta turística de la zona, a través de un análisis detallado de los diferentes establecimientos de comida y sus propuestas alimenticias, buscando el esparcimiento de la cocina tradicional, no solo como instrumento para la preservación cultural, sino, también, como motor de desarrollo turístico y económico para la región. Según Reyes (2022), la cocina local es considerada como un marcador fundamental de identidad, ya sea de un pueblo pequeño, como a su vez de una ciudad. Por lo tanto, su difusión y conservación es una acción necesaria en el proceso de formación identidad propia (p. 2).

Conforme con los datos recabados en esta investigación, se concluyó que el sector turístico y su constante movimiento son necesarios para el crecimiento y la perduración de la oferta tradicional de la zona. Según lo expuesto por Reyes (2022), en su investigación:

En el ámbito turístico se vuelve realmente importante el ámbito gastronómico y no necesariamente porque la parroquia sea un punto turístico, pero si tiene la capacidad de convertirse en un destino en donde se busque cocina tradicional como los asaderos; además, al ser un punto de acceso alternativo para llegar al centro de Ambato se convierte en un lugar propicio para que prospere como un destino gastronómico en parte por la cocina característica de los asaderos pero también por la oferta diversa que existe pues si bien los locales más famosos son importantes, los locales que son pequeños integran la variedad y son bien recibidos; poniéndolo como una analogía los pequeños detalles hacen algo excepcional y en este caso la oferta diversa hace que la cocina local de Atahualpa sea la que enriquezca la oferta gastronómica y las posibilidades de crecimiento económico-cultural. (p. 30)

Además de esto, se destaca la importancia de la diversidad en la oferta gastronómica, facilitando el espacio no solo a los establecimientos reconocidos, los cuales juegan un papel esencial en el atractivo de la zona, sino, también, brindando espacio a los pequeños locales y emprendimientos, que aporten una riqueza adicional al panorama gastronómico ya existente de la zona, ofreciendo variedad en opciones a los visitantes, reafirmando, en ese sentido, la importancia de la existencia de negocios con diferentes servicios que satisfagan las necesidades de los distintos visitantes.

Como segundo antecedente internacional, se encuentra el trabajo de titulación previo a la obtención de título en Antropología en Ecuador, titulado *La influencia de la globalización en las cocinas locales: un análisis del campo de la gastronomía en Quito*, publicado por Varese (2018), empleando un enfoque cualitativo, haciendo uso entrevistas y de la observación participante como instrumentos de recolección de datos.

En esta investigación se buscaba, principalmente, el entender los procesos de disputa y transformaciones existentes en el campo de la gastronomía, viendo de qué manera se generan hibridaciones entre la cocina tradicional y la internacional o gourmet. Además, se plantea un enfoque interesante con respecto a la naturaleza de la cultura de una región y su constante evolución cuando coexiste dentro de una sociedad con diversas influencias culturales. Según Varese (2018):

La cultura es un fenómeno en constante creación y movimiento, y al existir diferentes mundos culturales, como es el caso del Ecuador, hay espacio para discutir y pensar sobre el cambio cultural y social. Los cambios culturales deben ser implementados por ciertos agentes u actores, así como también existen resistencias a los programas de modernización existentes. (p. 18)

Por medio de esta investigación, se logró comprender, como conclusión principal, la serie de disputas que se crean en medio del proceso de crecimiento y consumo social de las ofertas culinarias de la región investigada, las cuales van desde la disputa por la obtención de espacios geográficos más convenientes, hasta la obtención de prestigio y espacios sociales asegurados. Según Varese (2018):

La disputa más importante para esta investigación, que pudimos observar, es la que se da entre tres visiones de entender los procesos de globalización dentro de la gastronomía. Esta disputa se divide en tres grupos, los que hemos llamado los puristas, que defienden la cocina “tradicional” y buscan patrimonializarla; los que defienden la cocina fusión, respetan tanto la cocina local como la global y buscan unirlos. (p. 13)

Sin embargo, se destaca el hecho de que más allá de las disputas por espacios geográficos estratégicos, la principal lucha es por el reconocimiento y la valoración dentro de la sociedad, donde aspectos como la innovación, la tradición y la identidad cultural juegan un papel importante en la formación de un prestigio gastronómico basado en la variedad de ofertas, percibiendo, de esta manera, la gastronomía no únicamente como un acto de consumo, sino, también, como un fenómeno social en el que se ven involucrados aspectos como los juegos de poder, importancia por preservación cultural, innovación, entre otros.

Como tercer y último antecedente internacional, se encuentra el proyecto de investigación de licenciatura en Turismo de Ecuador, titulado *Turismo gastronómico y desarrollo local en la Parroquia Cascol del cantón Paján*, publicado por Cedeño (2021), haciendo uso de un enfoque cualitativo y empleando encuestas, entrevistas, fichas INPC y la observación de campo como instrumentos de recolección de datos.

En este trabajo investigativo se buscaba prioritariamente, como objetivo principal, el analizar el turismo gastronómico y el desarrollo local, a través de una investigación documental y la identificación de los impactos positivos y negativos generados desde el desarrollo de la actividad turística.

El desarrollo económico a través del turismo, enfocado en la gastronomía local, es un aspecto valorado en dicha investigación. Según Cedeño (2021), como recurso turístico, la gastronomía se fortalece como un componente clave para diferenciar la oferta turística y estimular el desarrollo económico local con valores de sostenibilidad basados en el territorio, el paisaje, los productos locales y la autenticidad, todos ellos en equilibrio con las actuales tendencias de consumo cultural.

Entendiendo esto, dicha investigación destaca la importancia de conocer el impacto del turismo gastronómico en el desarrollo local, ya que permite comprender los alcances de la identidad culinaria de una región, siendo un impulsador del crecimiento económico de una localidad, como también un expositor de la cultura de dicha región.

Por medio de esta investigación se lograron recabar datos pertinentes, a modo de conclusión, para la adecuada comprensión del impacto turismo gastronómico. Según Cedeño (2021), se lograron identificar los impactos, tanto negativos, como positivos, que son generados por la actividad turística en la Parroquia Cascol, teniendo como resultado tres

dimensiones: impactos ambientales del turismo, impactos socioculturales e impactos económicos (p. 112).

Uno de los principales beneficios de comprender y diferenciar estos impactos, es la búsqueda de respuestas que puedan preservar el mantenimiento de esta, pero, al mismo tiempo, mitigando los posibles impactos negativos inherentes a las actividades del turismo.

Es importante este aspecto pues se puede visualizar que el impacto del turismo relacionado con la gastronomía no se limita, únicamente, a reflejar impactos o influencias meramente positivas o del todo negativas, sino que mantienen un equilibrio de ambas variantes que depende, principalmente, del responsable manejo que se tenga del espacio, el que su impacto sea mayoritariamente negativo o positivo.

Analizando las investigaciones encontradas a nivel internacional, se concluye que, aunque existen muchos antecedentes con aportes pertinentes y vinculados al tema de investigación, y aunque estas se construyeron en su mayoría dentro de disciplinas afines como lo son el turismo, estas, en su gran mayoría, se rigen por un enfoque diferente, donde, si bien es cierto se estudia la cocina tradicional y sus influencias culturales, estas se dirigen más a lo económico y sus beneficios, y no tanto al impacto social de la cocina autóctona desde un enfoque de preservación cultural.

Se realiza, asimismo, una búsqueda a nivel nacional de los principales estudios realizados sobre las consignas de la investigación. De la misma se encontraron tres artículos, el primero es un trabajo investigativo de la Universidad Nacional, el segundo es un artículo de la *Revista Herencia* de la Universidad de Costa Rica y, por último, un tercer artículo proveniente del *Semanario Universidad* de la Universidad de Costa Rica.

Como primer antecedente nacional, se encuentra el trabajo final de graduación previo a la obtención de la licenciatura en Gestión de Negocios Turísticos Bilingüe de la Universidad Nacional (UNA), titulado *Propuesta de una ruta gastronómica de platos populares y tradicionales guanacastecos para el distrito de Las Juntas de Abangares, Guanacaste*, publicado por Jiménez (2021), empleando un enfoque cualitativo y haciendo uso de entrevistas y fichas técnicas de registro como instrumentos de recolección de datos.

En esta investigación se busca, principalmente, el diseñar una ruta gastronómica de platos populares y tradicionales en el distrito de las Juntas de Abangares, como resultado de

los inventarios de la planta turística-alimentación y del patrimonio cultural inmaterial gastronómico, a fin de que contribuya con el desarrollo local, la actividad turística y la difusión cultural de la provincia de Guanacaste. Una de las principales afirmaciones que se destacan dentro de esta investigación es el beneficio de las rutas gastronómicas, donde, según Jiménez (2021):

Son productos turísticos que agrupan una serie de atractivos en un territorio bien definido, bajo una temática precisa, que fomenta la colaboración entre agentes públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, para destacar el carácter particular de aquel territorio, mediante una estructura que beneficia económica y socialmente a todos los involucrados. (p. 15)

A través del análisis realizado en esta investigación, se identificaron diferentes ofertas gastronómicas que, por su arraigo en la comunidad y su preparación específica con ingredientes locales, brindan un alto valor cultural y tradicional. Es debido a eso que, dentro de los principales objetivos de esta investigación, se destaca el contribuir con el desarrollo de la zona mediante el fortalecimiento de la actividad turística por medio de la divulgación del legado cultural guanacasteco, manteniendo un balance entre ambos aspectos.

En esta región, en específico, se busca que la gastronomía venga a producir un beneficio no solo económico, sino, también, de promoción cultural. Según Jiménez (2021):

En cuanto al cantón de Las Juntas de Abangares, el turismo tiene poca actividad, uno de los puntos por el cual nace el interés de formular una propuesta para diseñar una ruta gastronómica, siendo este un producto que beneficie productivamente a la comunidad y en donde se relacione el sector turístico con el cultural. (p. 12)

Por medio de esta investigación lograron concluir, además, en cuanto al patrimonio cultural inmaterial gastronómico presente en el distrito de Las Juntas, según Jiménez (2021), que en los locales gastronómicos preparan distintos platos, tanto tradicionales como populares, los cuales reflejaron tener gran importancia para la culturalidad de la región. Y

debido a su continua periodicidad pueden ser considerados como un medio o recurso consistente para cuidar, salvaguardar y preservar el patrimonio cultural guanacasteco (p. 99).

Como segundo antecedente nacional, se encuentra el artículo de la *Revista Herencia*, volumen 28 de la Universidad Nacional, que lleva como título *Un acercamiento a la esencia de la cocina patrimonial de Costa Rica*, publicado por Sedó (2015), en donde se buscaba exponer datos pertinentes sobre la relación que la cocina y la gastronomía costarricense tienen como exponentes de interculturalidad.

Uno de los principales motivos expuestos en este artículo es la motivación a los nuevos grupos sociales para la valoración y preservación de la cocina tradicional. Según Sedó (2015):

La herencia de las recetas de platillos tradicionales no debe quedarse en recetarios polvorientos. Es necesario motivar, principalmente a las nuevas generaciones, para que atesoren los conocimientos y habilidades necesarias para conservar y revitalizar la cocina tradicional. Según las personas entrevistadas, la cocina patrimonial está íntimamente ligada a herencia, alta laboriosidad, uso de los recursos alimentarios disponibles en la localidad y disfrute familiar. (p. 89)

La cocina típica costarricense no es solo una manifestación de la identidad cultural del país, sino, también, la puesta en escena de la historia de la sociedad que la representa y los diferentes procesos de intercambio entre sus distintas civilizaciones a través del tiempo, que se remontan desde la época precolombina y que siguen considerándose esenciales en la gastronomía local del presente costarricense. Según Sedó (2015):

La dieta tiene una relación estrecha con la evolución humana y los cambios en el estilo de vida de los individuos y las poblaciones. En un mundo globalizado, donde las fronteras se desdibujan y se des territorializan los espacios, el ser humano tiende a sobrevivir en medio del anonimato, con nuevas formas de invertir su tiempo para atender las múltiples necesidades, entre ellas la alimentación. (p. 85)

Dentro de su discurso escrito, manifiestan preocupación con respecto al impacto evidente al dejarse de lado la dieta tradicional, afectando no solo lo referente a la salud

alimenticia, sino, también, la conservación cultural del país. Este aspecto es de suma importancia para esta investigación puesto que se relaciona con la línea de impacto que se quiere reflejar, dándole prioritaria importancia a la influencia cultural que la cocina tradicional contiene. Según Sedó (2015):

La cocina tradicional de Costa Rica tiene profundas raíces culturales. Constituye una mezcla de sabores, formas y colores que han dado como resultado preparaciones reconocidas por los grupos, donde se utilizan alimentos y técnicas de herencia ancestral, complementada con alimentos y formas de preparación heredadas de otras latitudes. (p. 84)

Con base en lo expuesto, se logró concluir que la alimentación y cocina tradicional costarricense definen años de evolución y cambios sociales reflejados en mezclas alimenticias con historia cultural. Como tercer y último antecedente nacional, se encuentra el artículo digital del Semanario Universidad de la Universidad de Costa Rica, titulado *La comida tradicional aleja a los ticos de las enfermedades crónicas, aún más que las dietas de moda*, publicado por Molina (2024), en donde se buscaba, principalmente, exponer los datos recabados de un estudio de patrones alimenticios realizado por la Universidad de Costa Rica, en el cual se buscaba estudiar el efecto de la comida tradicional costarricense en la salud de los ticos.

Este estudio el cual fue realizado por primera vez en Costa Rica sobre patrones alimenticios, tomado en cuenta desde una muestra representativa de la población costarricense, expuso que la alimentación tradicional de Costa Rica es la que más beneficios aporta al mantenimiento de un estilo de vida saludable, según las necesidades del tico.

Sin embargo, a pesar de la importancia que los platillos tradicionales brindan a los costarricenses, en las últimas décadas de ha evidenciado una tendencia preocupante hacia la sustitución de esta gastronomía tradicional por opciones importadas, en algunos casos altamente procesadas, que le han restado efectos positivos al hábito alimenticio de alimentarse. Según Molina (2024), estos resultados pueden ser claves para enfrentar la creciente presencia de comidas poco o nada saludables en el país, así como las enfermedades

con las que se asocian, como la comida chatarra, también identificada por la investigación como un patrón de alimentación costarricense (párr. 9).

Según la investigadora y nutricionista María Fernanda Pizarro, llegaron a la conclusión de que el cuerpo y la genética de los costarricenses responde positivamente a la alimentación tradicional porque se adapta mejor al estilo de vida y cantidad de energía que requiere la actividad diaria del tico, concluyendo, según los resultados obtenidos, que no era necesario irse del país para buscar una dieta que sea buena para la salud.

Según Molina (2024), Pizarro calificó los resultados como “sorprendentes”, ya que investigaciones internacionales suelen relacionar otros tipos de dietas más supervisadas, como las clásicas ensaladas verdes, con una vida más saludable, pero su investigación determinó que no es así para la población costarricense. A nivel teórico, hubiéramos esperado encontrar que lo que llamamos en el estudio como ‘dieta prudente’ fuera la más saludable, es decir, la más protectora del exceso de peso medido por los indicadores, pero los resultados no fueron estadísticamente significativos, mientras que la tradicional sí arroja resultados positivos; sin embargo, se puede considerar una dieta prudente como un buen complemento de la tradicional (párr. 6).

Analizando las investigaciones a nivel nacional, se encontraron artículos y noticias breves sobre el tema, sin embargo, no amplias investigaciones o tesis que aporten un respaldo pertinente a la línea de investigación específica de este trabajo.

Según los antecedentes encontrados, tanto a nivel nacional, como también internacional, se evidencia que el tema: *Impacto de la gastronomía local en la oferta de platillos típicos de pequeños restaurantes en Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz, Guanacaste: un estudio durante el periodo 2022-2024*, es innovador porque no se ha visto desde una línea propiamente de cocina local en preservación de la identidad cultural en la provincia de Guanacaste.

1.5 Proyecciones

En el siguiente apartado se desarrollan las proyecciones investigativas referentes al tema de interés. Entre estas se destacan aquellas con fines metodológicos y teóricos, como también aquellas que buscan generar un impacto positivo en la sociedad participante, como

también en la ajena a la realidad social expuesta en esta investigación. Seguidamente se amplían las proyecciones de esta investigación:

- Tomando en cuenta lo analizado en esta investigación, se proyecta que dichos resultados obtenidos sirvan como herramientas útiles y de referencia para el ejercicio profesional del turismo,
- Por otra parte, se planea la construcción de un catálogo de ofertas gastronómicas locales de pequeños restaurantes, con fines publicitarios a manera de resumir en un mismo documento las ofertas de la zona,
- Además, se desea que dicha investigación y su amplio marco de referencia teórico actualizado funcionen como recursos para el planteamiento de nuevas propuestas metodológicas en relación con esta temática en constante auge,
- De igual forma, se aspira a que dicho material investigativo pueda funcionar como recurso para que la Universidad Internacional de las Américas pueda utilizarlo como fuente de actualización para estudiantes y demás interesados en relación con el tema de las ofertas gastronómicas locales,
- Por último, se pretende que los resultados obtenidos en esta investigación sean compartidos en un periódico digital de la zona, con el fin de tener un mayor alcance con respecto a la toma de conciencia sobre el impacto de la gastronomía local en temas de cultura e identidad.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se presentarán los diferentes aportes teóricos que se relacionan, directamente, con el tema central de análisis planteado en esta investigación. En este apartado se hará la mención de una serie de conceptos y definiciones teóricas que brindan sustento, además del respaldo bibliográfico necesario a los diferentes aspectos que buscan evidenciar, como también facilitar, la comprensión de las distintas definiciones que forman parte del tema por investigar, propiciando, de esta forma, la construcción y el desarrollo de los demás capítulos de esta investigación.

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Turismo

En los últimos años, el turismo se ha convertido en uno de los principales métodos de crecimiento económico y evolución en el mundo, caracterizándose por su desenfrenada expansión, lo que ha registrado aumentos considerables a nivel monetario en las regiones geográficas donde se ha hecho valer, como, también, la presencia de diferentes variables sociales y culturales que lo han convertido en un fenómeno de intensificado estudio y análisis. Según Valverde (2018), citando las palabras de diversos autores, define lo siguiente:

Haciendo un estudio diacrónico del concepto, Hunziker y Krapf, (1942: 21) definen el turismo como “conjunto de la relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, cuando dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa”. Posteriormente, Mathieson y Wall (1986:1) lo definen como “el movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades. (p. 48)

Este desplazamiento humano en búsqueda de destinos que satisfagan las diferentes necesidades ha permitido que dicha actividad contribuya, de forma casi dependiente, a la economía de diferentes países, adquiriendo, de esta forma, un papel indispensable en las

últimas décadas dentro de los agentes de crecimiento y desarrollo a nivel mundial, considerándose, incluso, en algunos países como la fuente central y principal de ingresos.

2.1.2 Turismo Gastronómico

Dentro de los contextos de experiencia turística, el turismo gastronómico se destaca como uno de los principales motivos de viaje a nivel mundial, sin embargo, es necesario distinguir la diferencia que existe entre las personas o los turistas que requieren de alimento debido a que se encuentran lejos de su residencia habitual, o, dicho de otra forma, que consumen debido a la necesidad fisiológica de alimentación, de aquellos que eligen sus destinos de visita basados específicamente en la oferta culinaria de dicha región. Según Contreras (2021):

El turismo gastronómico es una modalidad de turismo posfordista centrado en la especificidad de la experiencia alimentaria que se expresa en variedades agrícolas locales y en la producción artesanal de alimentos; por lo tanto, busca un distanciamiento de la producción homogeneizadora promovida por la agricultura moderna y tecnificada para centrarse en productos peculiares, arraigados al territorio y de elaboración limitada. (p. 346)

El turismo gastronómico se caracteriza por depender su experiencia meramente en la promoción y degustación de alimentos, principalmente cuando dicha experiencia es considerada como una forma potencial de mejorar la exposición cultural, de identidad y pertenencia de una región por medio de la alimentación, en donde, a través de los ingredientes y técnicas de cocina, se describen décadas de historia resumidas en una identidad culinaria y cultural.

2.1.3 Identidad Cultural

La identidad es un fenómeno de constante estudio para las ciencias sociales, donde se correlacionan creencias, costumbres, diferentes expresiones que definen a una población y la diferencian de otras, consolidándose, así, como un sentir de identidad individual, que se conecta socialmente por medio de una cultura regional de manera grupal. Según Cepeda (2017):

La identidad se encuentra ligada al desarrollo de un lugar y se va originando gracias a su evolución. Toda comunidad genera costumbres, tradiciones, leyes, etc., para crecer y avanzar a lo largo del tiempo, que componen y forman su cultura. A cambio, gracias a la cultura, dicha comunidad es capaz de continuar desarrollándose. Por ello, la identidad local de un pueblo viene caracterizada por su cultura, su desarrollo, en definitiva. Por lo tanto, podríamos decir que la identidad cultural se trata de un sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por los que también es juzgado, valorado y apreciado. (p. 254)

Dicha identidad no es estática y se encuentra en constante evolución en confluencia con diferentes aspectos inherentes de una región y que forman parte de un patrimonio histórico, en donde se destacan aspectos y corrientes educativas, religiosas, políticas, artísticas, alimenticias, entre otros que juegan un papel indispensable en la preservación de dicho patrimonio, lo que, a su vez, mantiene la cohesión social por medio del sentido de pertenencia e identidad cultural.

2.1.4 Gastronomía Tradicional

La gastronomía tradicional se caracteriza por mantener una notable conexión entre la tradición y el disfrute de la cocina, basada en históricos encuentros culturales de sociedades pasadas que dan, como resultado, una mezcla mestiza de cultura, ingredientes, técnicas de cocina, entre otros resumidos en platillos característicos de una región y que se muestran como parte de la identidad cultural de dicha localidad. Según Pita et al. (2021):

La gastronomía tradicional es una representación general del tipo de agricultura en el lugar, debido a que los orígenes de cada plato se derivan de lo que se produce; así mismo, permite establecer y moldear los aspectos sociales y culturales de una sociedad. Desde la perspectiva local, la gastronomía permite impulsar el turismo, el folclore y la cultura de una localidad, fortaleciendo el desarrollo económico y proporcionando una visión variada de los platos que existen. Haciendo de los turistas

la degustación de platillos únicos y variados, logro que se da por la combinación de ingredientes, métodos de preparación y tipos de presentación. (p. 62)

Valor característico e indispensable de la gastronomía tradicional de una región es el uso de los ingredientes y las técnicas culinarias específicas de dicho sitio geográfico. Es por medio de ingredientes específicos y la permanencia a través del tiempo de técnicas culinarias únicas que se permite el transmitir de generación a generación la historia, costumbres y, por consiguiente, un sentir de autenticidad que define y diferencia la cocina de un país o una región.

2.1.5 Autenticidad Gastronómica

La autenticidad gastronómica se encuentra estrechamente ligada con el grado de la experiencia proporcionada al individuo que lo experimenta, la cual depende de diferentes variables, como lo sería el uso de los ingredientes, la presentación, el trato del personal, la explicación o resumen cultural detrás de la experiencia degustativa, entre otros que distinguen una experiencia de otras. Según Jiménez et al. (2023):

La autenticidad será percibida por el individuo a través de una propuesta turística participativa, en la que se puedan hacer cosas, probar, manipular, observar y presenciar discursos narrativos contados por los protagonistas del producto o del proceso gastronómico. Se trataría de mostrar la historia de un producto desde el origen hasta que se presenta en la mesa. Y en este proceso se debería enseñar lo que el turista no está acostumbrado a ver. (p. 11)

Aspecto fundamental que define la autenticidad de un servicio gastronómico es el diseño de experiencias genuinas, técnicas y estrategias que logren producir en el consumidor experiencias enriquecedoras, en las que pueda ser partícipe e identificar las bases de una cultura por medio de dicha experiencia, que pueda consolidarse en la persona como un aprendizaje gastronómico específico e identificable de una región.

2.1.6 Ingredientes y Técnicas Culinarias

El uso de ingredientes y técnicas culinarias se remonta a los inicios de las primeras civilizaciones humanas, donde se realizaron los primeros descubrimientos alimenticios, uso de ingredientes y técnicas de preparación, las cuales se han diversificado y perfeccionado a través de los años, hasta consolidarse hoy como indispensables, no solo en el uso doméstico del hogar como herramienta de satisfacción fisiológica, sino, también, como una forma de arte, capaz de crear experiencias inolvidables, tanto en quienes disfrutan de crearlas, como también para aquellos que degustan dichas creaciones. Según Quintana (2022), quien cita a diversos autores:

De acuerdo con Salas (2015) hablar de “las técnicas culinarias es detallar procesos tanto en crudo como en frío, como aquellos que utilizan el fuego para crear otros platillos de alimentos que tengan buen gusto y sean agradables al paladar a los comensales” (p. 10). Por otro lado, Lulichac y Vásquez (2020) mencionaron que se han desarrollado diversos tratamientos a los alimentos que se basan en el principio de modificar las propiedades sensoriales de estos. (p. 15) (p. 12)

Las técnicas culinarias se basan en procesos químicos que transforman las cualidades de ingredientes primario, concibiendo, de esta forma, procedimientos específicos para los alimentos que permiten la obtención de resultados de calidad degustativa que no se limitan, únicamente, a la satisfacción de necesidades fisiológicas, sino a un sentido de transformación de ingredientes que convierten la experiencia en un proceso artístico.

Los ingredientes, en este caso, juegan un rol indispensable y no se limitan únicamente como aspectos influyentes en el sabor, color y olor de los alimentos preparados para su necesario consumo, sino, también, enfocado en un aspecto cultural como promotor de identidad, principalmente cuando dichos ingredientes coinciden con la zona geográfica donde se preparan. Según Bañuelos (2024):

Además, la perpetuidad de las preparaciones e ingredientes locales –especialmente aquellos nativos de la región– confiere un sabor único y característico al destino, haciéndolo memorable y diferenciado (Castro et al., 2019). Esto refuerza la idea de

que cada lugar tiene una identidad culinaria propia, que puede ser evocada y añorada por los visitantes. (p. 175)

Es, por esto, que el uso de ingredientes, principalmente si son autóctonos de la región, se encuadran como métodos de conservación de identidad culinaria para un territorio, ya que por medio de estos se resumen años de historia sintetizados en texturas, olores, sabores, que relatan años de memoria social, económica, política, entre otros que formaron parte de un pasado histórico.

2.1.7 Restaurantes

Los centros de comida se destacan, principalmente, como aquellos establecimientos dedicados a la preparación de alimentos, bebidas, entre otros, para su consumo. Dentro de esta dinámica, se busca como principal objetivo el ofrecer una experiencia gastronómica, combinando una variedad de platillos, en conjunto con un servicio agradable para crear espacios de satisfacción para sus participantes, tanto los de consumo, como aquellos que buscan ser beneficiados con dicha labor. Según Montenegro y Rosero (2012):

Un Restaurante es un establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas en el lugar, en el que se cobra por el servicio prestado; por extensión abarca también el servicio “delivery” o el servicio para llevar. El término se deriva del latín restaurare, que quiere decir recuperar o restaurar (los estómagos). Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el Reglamento y de acuerdo con las normas sanitarias correspondientes. (p. 31)

La dinámica del mundo restaurantero ofrece múltiples beneficios. Dicho funcionamiento de los restaurantes se resume en esos beneficios, como una relación recíproca entre consumidores y vendedores, donde cada uno, por medio de una retribución, busca ser impactado. En el caso de los consumidores, por medio de la satisfacción de sus necesidades, y en el caso de los empresarios, recibir un pago monetario por el servicio ofrecido.

2.1.8 Percepción

La percepción, enfocada en el contexto de los restaurantes y la gastronomía, juega un papel crucial para la existencia de estos. Dicha percepción hace referencia a esa interpretación y valoración que los consumidores hacen a través de la experiencia gastronómica que han vivenciado. Estas percepciones se crean según experiencias previas y conceptos enraizados a través de la historia, donde se concibe la alimentación con diferentes parámetros medibles, principalmente cuando estos están basados en una cultura o geografía específica. Según Torres y Cañez (2010):

Las percepciones que se relacionan con nuestras prácticas alimentarias y culinarias han sido estructuradas –y son a su vez elementos estructurantes en este sistema de suposiciones duraderas y transferibles que constituye el habitus que hemos interiorizado en el transcurso de nuestras vidas. De tal manera que las condiciones de vida, los procesos de socialización y asociación que vivimos en nuestra infancia son fundamentales en la construcción de nuestra cultura alimentaria y de nuestro gusto. (p. 193)

Las diferentes perspectivas que rodean el ámbito gastronómico son varias y van desde aquellas que son formuladas por los visitantes que experimentan la oferta gastronómica de un determinado lugar, como, también, la de una comunidad social que pertenece y le da forma a esa cultura gastronómica regional. Dichas percepciones y perspectivas personales enriquecen la experiencia, puesto que no se limita a la acción natural de consumir alimentos, sino también de comprender, por medio de la experiencia culinaria, el valor histórico y de costumbres que hicieron y hacen posible el disfrute actual de estos platillos.

2.1.9 Calidad

La calidad de una atención se caracteriza por ser aquel juicio que un cliente realiza después de experimentar un servicio, en donde compara sus expectativas con la satisfacción obtenida por medio de la experiencia. Según Monroy (2020): La calidad en el servicio se define como el resultado existente de comparar las expectativas de los clientes y sus

percepciones durante el proceso de servicio o la forma en que se proporcionan los servicios (p. 6).

En un mundo globalizado como el presente, con diversas ofertas competitivas de servicio, el ofrecer un servicio de calidad se vuelve un requisito primordial para la permanencia a través del tiempo de las organizaciones. Es, en este contexto, que se vuelve imperativo el saber identificar y responder, adecuadamente, a las diversas necesidades de los consumidores.

Uno de los principales instrumentos para medir si un servicio es de calidad es por medio del cumplimiento de las necesidades del público meta. Según Coronel et al. (2019): “Una de las características principales de la gestión deseable es aceptar las percepciones y expectativas del cliente como el factor principal para determinar la calidad” (p. 2). De esta forma, según el nivel de cumplimiento de las expectativas del cliente, se podrá asumir y concluir la calidad de dicho servicio y, por consiguiente, la consolidación de una reputación social que influirá en la publicidad de dicha empresa.

2.1.10 Marketing

El marketing se caracteriza por ser el conjunto diverso de técnicas y estrategias dirigidas a la identificación de las necesidades y los deseos de los consumidores, esto con el propósito de analizar, crear y adaptar un servicio en la búsqueda de satisfacer dichas necesidades del cliente; mientras, al mismo tiempo, se logran alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. Según Armstrong y Kotler (2013):

El marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes. Así, definimos marketing como el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes. (p. 5)

El marketing es un modelo que va más allá de la creación de publicidad para una población, sino que implica el uso de estudios de comportamiento de la población meta, la adaptación y el desarrollo de productos, todo con el principal objetivo de asignar un valor captable y diferenciador para el cliente, que brinde experiencias significativas y únicas para la persona en entornos donde cada día aumenta más la competitividad a nivel empresarial.

2.1.11 Marketing Gastronómico

A diferencia del concepto de marketing tradicional que tiene sus alcances de manera general en la metodología empresarial de servicios; en el caso del marketing gastronómico, este se enfoca en promover el cumplimiento de necesidades alimenticias con el objetivo de atraer y fidelizar a sus consumidores por medio de un servicio único y significativo, que, además de cumplir con sus requerimientos fisiológicos, al mismo tiempo brinde una experiencia estimulante para quien la experimenta. Según Rodríguez (2018), citando a La Rosa (2003) y Lauer (2006):

El marketing gastronómico, es un proceso por el cual el profesional de gastronomía identifica una serie de necesidades de sus consumidores, aplicando estrategias, herramientas para satisfacer necesidades y deseos de su público objetivo; además de buscar y generar nuevos hábitos de consumo. El marketing gastronómico es una postura mental, una actitud, una forma de concebir la relación de intercambio al momento de ofertar los productos o servicios gastronómicos. El marketing gastronómico como técnica es el modo específico de llevar a cabo la relación de intercambio. Se identifica, crea, desarrolla en base a estrategias para satisfacer la demanda del mercado de consumidores gastronómicos. (p. 28)

En el caso del marketing gastronómico, este no se enfoca solo en la venta de experiencias alimenticias, sino que busca, al mismo tiempo, comunicar, por medio de los platillos ofrecidos, la identidad e historia de un lugar, resaltando dicha propuesta culinaria como conexión significativa a través de sabores, olores, presentación, imágenes, historias y experiencias resumidas en un plato degustado. La principal herramienta publicitaria de un

marketing gastronómico es la puesta en escena de una identidad cultural al alcance del público, como garantes de historia de generación a generación.

2.1.12 Marketing Experiencial

El marketing experiencial, llamado también marketing emocional, se caracteriza por ser un enfoque de publicidad dirigido a la formación de experiencias memorables que conecten con la persona y facilite la creación de vínculos emocionales con la experiencia vivida, predisponiendo, de esta forma, la construcción de una percepción positiva que marca de gran manera a la persona que lo experimenta y, por consiguiente, creando un lazo significativo con la marca o el servicio a cargo de la experiencia. Según Ordoñez y Prieto (2019):

El marketing experiencial es una nueva forma de comunicación que surgió con Holbrook y Hirschman (1982). Estos crearon una estrategia de marketing que tiene como base la “experiencia del consumidor”; mantiene una relación con él y se aleja de la práctica del marketing tradicional. El marketing experiencial se basa en una relación única que se establece con la marca. Esta relación se basa en emociones, sentimientos y pensamientos que hace que el consumidor se despierte con el producto. Esta técnica se está convirtiendo en una gran alternativa para las empresas ya que da lugar a diferenciación: las experiencias crean recuerdo y ese recuerdo genera una imagen persistente en la mente del consumidor, algo que da valor a la marca. (p. 6)

En el caso del marketing experiencial, a diferencia de otros tipos de publicidad que suelen enfocarse en el producto, su funcionalidad y beneficios para el consumidor, el marketing experiencial coloca a la persona consumidora como principal agente de la experiencia y su efectividad, siendo, por medio de esta, y su vinculación emocional con la marca, el éxito de la estrategia de marketing y posibilidad de crecimiento a nivel empresarial, por medio de la lealtad y vivencia personal de sus clientes.

2.1.13 Marketing Cultural

El marketing cultural se define como un tipo de estrategia de publicidad centrado en la conexión de su servicio con una cultura específica. En este caso, su principal objetivo es la creación de vínculos auténticos y recíprocos, donde, por medio del uso de elementos culturales, se genera no solo un disfrute para el consumidor, sino, también, una exposición y reconocimiento de una cultura que busca preservarse y ser valorada a través del tiempo. Según Gastalver (s.f.):

El marketing cultural se presenta como un proceso propio derivado de la flexibilización de conceptos que van más allá de aplicaciones de teorías tradicionales de marketing con la finalidad de desarrollar estrategias propias, que derivan de la propia esencia de las necesidades del entorno cultural. El marketing cultural, como cualquier tipo de marketing, es un proceso que se desarrolla en las denominadas organizaciones culturales y en la sociedad. Las relaciones y las comunicaciones entre dichas organizaciones y la sociedad dan lugar a un conjunto de intercambios colaborativos que generan un valor recíproco entre ambas partes de forma tal que alteran la manera de entender y enfocar el marketing en este tipo de organizaciones. (p. 11)

En este aspecto, el marketing cultural se diferencia de otros por medio de ese valor o beneficio intrínseco que incluye el exponer o hacer presente una cultura específica, en donde, por medio de este intercambio se fortalece, no solo los vínculos con los consumidores, sino que, también, se hace partícipes a las nuevas generaciones de la importancia de conocer y preservar dichos espacios, tradiciones, costumbres, entre otros, que permiten la continuidad de estos contextos para el enriquecimiento cultural y social, no solo de la región en sí, sino del mundo entero en general.

2.2 Referentes Teóricos

2.2.1 *Teoría de la Identidad Cultural*

La teoría de la identidad cultural se caracteriza como un enfoque de las ciencias sociales y humanidades donde se busca, principalmente, el entender la formación del sentido de pertenencia en los humanos, específicamente en el sector cultural, el cual, según diversos autores, se ve reflejado en el comportamiento, las interacciones y el desenvolvimiento de la persona en un grupo social en específico, aprendido desde edades tempranas y que les permite experimentar un sentir de pertenencia personal. Según García (2008):

Esta representación casi genética (biológica) de la identidad, que sirve de soporte a las ideologías del enraizamiento, conduce a la naturalización de la pertenencia cultural. Lo que significa que la identidad preexiste al individuo, al que no le queda más opción que adherirse a ella, o quedarse al margen, sin raíces. Aquí, la identidad es una esencia incapaz de evolucionar y sobre la que ni los individuos ni los grupos tienen ninguna influencia. Dicho de otro modo, la identidad cultural -como la supuesta identidad racial o étnica sigue inscrita en el patrimonio biológico y conduce a una racialización de los individuos y de los grupos (van der Berghe, 1981). El individuo, por tanto y a causa de su herencia biológica, nace con los elementos constitutivos de la identidad étnica y cultural y, en consecuencia, con los rasgos fenotípicos y las cualidades psicológicas que reproducen las esencias culturales del pueblo al que pertenecen. Así, al descansar en un sentimiento innato de pertenencia, la identidad aparece como una condición inmanente del individuo, algo que lo define de manera estable y definitiva. (p. 4)

Este enfoque viene a reforzar el ideal de que la cultura existe, previamente al nacimiento de una persona el tema cultural y sus diferentes características existen, por lo que se podría afirmar que dicha formación de la identidad cultural viene a través de la interacción del individuo con un contexto previamente establecido, en donde dicha postura adoptada, aunque es única e irrepetible porque es una construcción personal, al mismo tiempo se ve

delimitada por una serie de aspectos que están previamente conformados a los cuales debe adaptarse el individuo en cuestión.

2.2.2 Teoría de la Autenticidad

La teoría de la autenticidad, a grandes rasgos, se caracteriza por centrarse en el aspecto de la fidelidad hacia la persona misma, como condición de ser genuino y real consigo mismo, destacándose como una virtud humana que permite la honestidad y asertividad con la persona, permitiendo, de esta forma, un alineamiento entre los estados internos de la persona y, por consiguiente, su posterior conducta reflejada al exterior, existiendo así una coherencia entre lo que realmente se desea y se hace. Según Martínez (2009):

Autenticidad sería el ideal moral de la “autorrealización”, que consistiría en “ser fiel a uno mismo”, y “lejos de excluir relaciones incondicionales y exigencias morales más allá del yo, requiere verdaderamente de éstas en alguna forma.” Sin embargo, tal fidelidad debería tener en cuenta los factores fundamentales del “yo”, es decir nuestra “estructura trascendental”. Por eso, Taylor afirma que la autenticidad entraña, por un lado (A): “(i) creación y construcción, así como descubrimiento, (ii) originalidad, y con frecuencia (iii) oposición a las reglas de la sociedad e incluso, en potencia, a aquello que reconocemos como moralidad.” Pero también requiere (B) “(i) apertura a horizontes de significado (pues de otro modo la creación pierde el trasfondo que podría salvarla de la insignificancia) y (ii) una autodefinición en el diálogo.” Tal como lo ve Taylor, (A) se identificaría con la libertad autodeterminada, pero la verdadera autenticidad requeriría también el cumplimiento de (B). (p. 96)

En este sentido, la autenticidad no puede delimitarse únicamente como una actividad individual del yo, desligada del mundo y sociedad que le rodea, sino que implica un proceso de autodefinición, en el cual ocurrirá, de forma inherente, el diálogo con el contexto que le rodea, personas, valores y normas que le dan sentido a la existencia humana y su participación en la sociedad. Siendo así, la búsqueda de una autenticidad depende no únicamente del respeto o coherencia con la individualidad misma, sino, también, de una responsabilidad

consigo mismo de enraizar dicha identidad según los valores y diferentes marcos compartidos que confluyen en su contexto individual y social.

2.3 Contextualización del Lugar: Tamarindo, Guanacaste

2.3.1 *Ubicación e Historia*

Tamarindo es una localidad costera situada en el cantón de Santa Cruz, en la provincia de Guanacaste, Costa Rica. Originalmente fue un pequeño pueblo de pescadores que, gracias a su riqueza natural y ubicación estratégica, ha evolucionado en las últimas décadas hacia un importante centro turístico. Sus playas, ideales para el surf y otras actividades recreativas, han sido un atractivo clave para visitantes nacionales e internacionales (ICT, 2023). Además, Tamarindo forma parte del Área de Conservación Tempisque y se encuentra cerca del Parque Nacional Marino Las Baulas, lo que le otorga gran valor ecológico (SINAC, 2022).

2.3.2 *Desarrollo Turístico*

El crecimiento turístico en Tamarindo comenzó a acelerarse en la década de 1990, cuando el lugar fue descubierto por surfistas y turistas que buscaban destinos menos explotados. Desde entonces, la zona ha experimentado un proceso de urbanización y diversificación de servicios turísticos. Este desarrollo ha sido impulsado por políticas nacionales que fomentan el turismo como motor económico, especialmente en Guanacaste (Rodríguez & Alpízar, 2020).

A pesar de los beneficios económicos, el crecimiento acelerado también ha generado desafíos ambientales y sociales, como la presión sobre los recursos hídricos, la pérdida de biodiversidad y los cambios en las dinámicas comunitarias (PEN, 2021).

2.3.3 *Gastronomía Tradicional Guanacasteca en Tamarindo*

En Tamarindo es posible encontrar tanto cocina internacional como propuestas culinarias que buscan rescatar y promover la cocina tradicional guanacasteca. Platos como el arroz de maíz, el tajo, las tortillas palmeadas, los tamales de elote y las rosquillas representan una herencia viva de la cultura chorotega, con una fuerte presencia del maíz como ingrediente central (Paniagua, 2017).

La cocina guanacasteca se distingue por su sencillez, el uso de ingredientes locales y técnicas tradicionales como la cocción en comal o en horno de barro. Estos elementos, más que recetas, representan prácticas culturales ligadas al modo de vida rural y familiar (Chavarría & Ávila, 2019). En el contexto turístico de Tamarindo, la promoción de esta gastronomía no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también fortalece la identidad local y la sostenibilidad cultural (UNESCO, 2022).

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente capítulo se presentan las diferentes conceptualizaciones y explicaciones referentes a la metodología adoptada para esta investigación, como también el proceso con base científica en donde se da respuesta a los objetivos de esta investigación, esto por medio de la búsqueda, el análisis y la construcción de los datos, los cuales configuran una parte esencial para la concreción de este estudio.

En este se ampliarán los diferentes apartados que conforman el proceso metodológico de este trabajo investigativo, como lo son el enfoque metodológico utilizado, el diseño implementado para la realización de esta investigación, como también la descripción de los participantes objetos del estudio, instrumentos de recolección de análisis, como también la construcción y desconstrucción de los datos recabados por medio de la aplicación de instrumentos a la muestra seleccionada.

3.1 Enfoque de la Investigación

Esta investigación hace uso de un enfoque cualitativo, puesto que recolecta y estudia los datos necesarios referentes al tema desde una línea participativa y experimental basada en un acercamiento directo con los acontecimientos de la problemática estudiada. Según Vera (2015):

La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular. (p. 1)

Es, por esto, por lo que se conduce a caracterizar dicho enfoque como un modo de entender la realidad de un espacio por medio de la participación del investigador en los acontecimientos de interés para su posterior análisis por medio de la interpretación.

Dicho enfoque se considera conveniente debido al papel útil que le propone al investigador y su impacto directo en los sujetos objeto de estudio, permitiendo una interacción natural y, al mismo tiempo, direccionada en el proceso de recolección de datos, brindándole, de esta forma, libertad e individualidad a dicho proceso de investigación, descubrimiento y construcción de los datos. Este valor que el enfoque cualitativo le aporta a los datos de estudio y su análisis, es lo que lo destaca de los demás definiendo la participación del investigador y la muestra como una relación determinante en la construcción de los nuevos datos. Según Salazar (2020):

Los acercamientos de tipo cualitativo reivindican el abordaje de las realidades subjetiva e intersubjetiva como objetos legítimos de conocimiento científico; el estudio de la vida cotidiana como el escenario básico de construcción, constitución y desarrollo de los distintos planos que configuran e integran las dimensiones específicas del mundo humano y, por último, ponen de relieve el carácter único, multifacético y dinámico de las realidades humanas. (p. 103)

La metodología cualitativa se relaciona con este estudio debido a sus variadas características, entre estas la interpretación del contexto y de sus participantes desde una perspectiva integral, en donde se toman en cuenta todas las variables, tanto el espacio geográfico, los participantes, su identidad, cultura, entre otros, como un todo, construyendo un hilo de situaciones de dichos agentes, desde sus inicios hasta los acontecimientos actuales.

Esta metodología vinculada al tema de esta investigación le brinda un acercamiento más cercano a la persona que realiza la investigación con los diferentes acontecimientos que se ven expuestos en la realidad de las experiencias gastronómicas, específicamente en aquellas aplicadas a la experiencia local y cultural de una región, los cuales tienden a ser vistos desde una perspectiva más normalizada por pertenecer al contexto inherente y de movimiento del turismo justificado por un crecimiento económico que ignora, en algunos casos, las implicaciones más allá de los beneficios inmediatos.

Este enfoque se considera idóneo para este tema porque permite explorar, a profundidad, la influencia de la cocina tradicional en la experiencia humana de los diferentes consumidores de la región, no solo como experiencia de consumo, sino, también, como el

análisis de percepciones y significados que inician desde los dueños que crean las experiencias, como, también, los consumidores y demás población que cuentan con criterios y experiencias diversas y relacionadas directamente, como lo serían la degustación alimenticia, percepción social de la experiencia y valoración cultural de dicho fenómeno de consumo expuesto en la región.

3.2 Diseño de la Investigación

Esta investigación implementa un diseño narrativo, debido a que busca centrarse en el análisis de las diferentes experiencias humanas a través de sus discursos personales, como también el desenvolvimiento personal de investigador dentro de los espacios y las relaciones humanas en las que se efectuará la recolección y el análisis de dichas historias. Este diseño se enfatiza en la importancia de las historias narradas directamente por los involucrados en las diferentes realidades de estudio, las cuales se consideran como fuentes valiosas de conocimiento que permitirán comprender y deconstruir, más detalladamente, el significado de dicha realidad, basado en experiencias previas reales. Según Salgado (2007):

En los diseños narrativos el investigador recolecta datos sobre las historias de vida y experiencias de determinadas personas para describirlas y analizarlas. Son de interés las personas en sí mismas y su entorno. Creswell (2005) señala que el diseño narrativo en diversas ocasiones es un esquema de investigación, pero también es una forma de intervención, ya que al contar una historia ayuda a procesar cuestiones que no estaban claras. Se usa frecuentemente cuando el objetivo es evaluar una sucesión de acontecimientos. (p. 72)

En este caso en específico, se considera primordial el lenguaje, la comunicación de los participantes para comprender las diferentes historias humanas que forman parte de la realidad investigativa que se desea analizar a profundidad, la cual se basa, directamente, en las experiencias gastronómicas, personales e individualmente significativas que forman parte de un criterio experimental que pasa a formar parte de una concepción grupal y social con respecto a la influencia de dicho tema en sus diferentes vertientes. Según Blanco (2011):

El lenguaje actual, es una puerta de entrada a través de la cual una persona se introduce al mundo y por medio de la cual su experiencia del mundo es interpretada y se transforma en personalmente significativa. Vista de esta manera, la narrativa es el fenómeno que se estudia en este tipo de investigación. La investigación narrativa, el estudio de la experiencia como un relato, entonces, es primero que nada y sobre todo una forma de pensar sobre la experiencia. La investigación narrativa como una metodología implica una visión del fenómeno. (p. 139)

Es, por esto, que se estima como indispensable el uso de dicho diseño investigativo para dar respuesta y acompañamiento a los diferentes apartados de esta investigación, debido a sus diferentes características metodológicas desde una perspectiva integral que busca estudiar y tomar en cuenta, como pruebas indispensables, los diferentes relatos humanos de las personas inmersas en dicha realidad investigativa.

Este diseño se vincula con esta investigación gracias a su metodología de análisis, que permitirá comprender, específicamente relacionada con la temática gastronómica, el poder comprender la trascendencia de la cocina tradicional, expuesta desde sus diferentes involucrados, a través de sus historias y experiencias personales.

Para esta investigación se considera indispensable la identificación de las realidades y características inmersas en la realidad del turismo gastronómico, como también las diferentes eventualidades partícipes de dicha realidad, como lo serían la economía, la cultura local y los diferentes efectos, tanto positivas, como negativos provenientes de esta. Es por medio de este diseño que se logran concretar las diferentes variables que producen una constante reestructuración de datos en el transcurso de descubrimiento de estos, tanto a nivel humano, como también del contexto y las influencias que estos tienen entre sí.

3.3 Fuentes de Información

Tomando en cuenta los diversos requerimientos de esta investigación, se decide centrar dicho estudio en el cantón de Santa Cruz por sus diferentes características, tanto demográficas, como culturales, considerándose, de esta manera, en la localidad costera de

Tamarindo, distrito del cantón de Santa Cruz como principal opción para la realización de esta investigación.

Este estudio se llevará a cabo en el distrito de Tamarindo, ubicado en la provincia de Guanacaste en Costa Rica, popular por su evidente movimiento turístico y con una población estimada de 7.132 habitantes, según datos del último censo realizado en el 2022. Según datos del Informe de Evaluación Presupuestaria de la Municipalidad de Santa Cruz, estiman que el distrito de Tamarindo es el mayor aportante de pagos de impuestos, entre otros, incluso por encima del cantón central, el cual triplica su población, viéndose de esta forma el sector turismo como la principal explicación para comprender la abundancia y evidente movimiento económico de la región, consolidándose, de esta forma, como un distrito movido y sostenido principalmente por el turismo.

3.3.1 Fuentes Primarias

Las fuentes primarias se caracterizan por ser aquella información de primera mano recabada directamente de los esfuerzos realizados en la investigación, por medio de la aplicación de instrumentos, análisis, entre otros, que brindan información fidedigna al desarrollo del trabajo investigativo. Según Maranto (2015):

Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros. (p. 2)

Para este trabajo, estas fuentes incluyen a la población partícipe de los instrumentos de recolección de datos, quienes serán personas residentes de la realidad turística y gastronómica.

3.3.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias se caracterizan por ser aquellas de segunda mano, interpretaciones y puntos de vista provenientes y elaborados de información original, considerándose como información accesible y diversa. Según Ubaldo y Acosta (2009):

Son las que contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Parten de datos preelaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación, de bases de datos procesadas con otros fines, artículos y documentos relacionados con la enfermedad, libros, tesis, informes oficiales, etc. (p. 2)

Para efectos de esta investigación, como fuentes secundarias se tomarán en cuenta diferentes estudios y fuentes bibliográficas de sitios como Elibro, Dialnet, Scielo, Repositorio de la Universidad Nacional de Costa Rica y Universidad de Costa Rica, trabajos finales universitarios de universidades de Costa Rica, recetarios, libros de cocina de autores destacados del país, revistas y artículos de esencia culinaria y tradición costarricense, investigaciones científicas internacionales y nacionales, informes, estadísticas y demás datos pertinentes que brinden un mayor acercamiento a la realidad del turismo propuesta en esta investigación.

3.4 Población y Muestra

Tomando en cuenta las características de esta investigación, se cuenta con la participación de dueños de restaurantes con ofertas locales, pertenecientes a la zona de investigación y población consumidora del servicio de la zona que cuente con experiencia previa sobre el consumo local. De esta se extrae una muestra de 10 participantes dividido en 2 subgrupos: el primero conformado por 8 dueños de restaurantes y el segundo conformado por 25 consumidores de la experiencia gastronómica.

Para esta investigación se emplea una técnica de muestreo no probabilística, la cual basa su selección de sujetos en ciertas características que el investigador considera necesarias

en el momento, es decir, no se basa en probabilidades, sino en el juicio o criterio del investigador, basado en la disponibilidad de los participantes. Según Pimienta (2000):

En este tipo de muestreo, denominado también muestreo de modelos, las muestras no son representativas por el tipo de selección, son informales o arbitrarias y se basan en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población; por ejemplo: se juzga una canasta de uvas probando sólo una de ellas; un distribuidor de cierto tipo de artículos acepta un envío después de probar algunos de ellos, que selecciona en forma casual; en física, biología o psicología los elementos que se estudian se seleccionan en forma casual, o bien porque reúnen ciertas características, como sería seleccionar al animal más gordo para estudiarlo. (p. 265)

Estos participantes fueron seleccionados con una técnica de muestreo no probabilística, debido a que dicha selección se hará según el desenvolvimiento que se dé en la zona a la hora de realizar la recolección de datos, del cual seguidamente se hace uso de un muestreo por conveniencia, la cual se considera determinante en la adecuada delimitación de los datos por estudiar en relación con el tema de investigación y sus participantes. A continuación, se caracterizan la línea y técnica por utilizar en el muestreo implementados en esta investigación.

Tabla 1

Tipos de muestreo implementados

Técnica de muestreo utilizada	Conceptualización
Muestreo por conveniencia (usado en ambos subgrupos).	Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador (p. 230).

Fuente: Elaboración propia (2025), con el contenido de Otzen y Manterola (2017).

Dentro de las características que se consideran necesarias, en las personas participantes de este estudio, se encuentran las siguientes:

- En los dueños de restaurantes: personas que tengan un restaurante, soda, cualquier negocio de venta de comidas con ofertas gastronómicas locales en la zona de Tamarindo, en el cantón de Santa Cruz, con años de experiencia previa en la zona y una oferta culinaria tradicional,
- En los consumidores: personas que hayan tenido la experiencia de consumismo gastronómico en la zona, tanto de ofertas típicas, como también aleatorias y extranjeras, personas nacionales o extranjeras que hayan tenido un acercamiento previo con la cultura gastronómica de la zona.

3.5 Unidad de Análisis

En el siguiente apartado se describe la unidad de análisis, categoría, definición conceptual, instrumentos, entre otros, que conforman esta investigación y que, además, dará sustento y guía a la línea de investigación previamente planteada, en la búsqueda de la consecución de logros investigativos, entre estos, principalmente, el proceso de búsqueda, la recolección y el análisis de los datos pertinentes.

Tabla 2

Matriz de Codificación

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento	Ítem
Describir los ingredientes y las técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos	Prácticas gastronómicas autóctonas.	Identidad culinaria.	Según Nunes (2007), se es lo que se come por los hábitos culturales que se adquieren y reproducen a lo largo de la vida y por los	Entrevista Diario de campo.	

<p>en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.</p>			<p>significados que se atribuye a los alimentos que se consumen, que se amoldan a cada cultura. Cada región manifiesta su identidad cultural-gastronómica socialmente formada a medida que la cultura incorpora los cambios a su carácter (p. 242).</p>		
<p>Identificar la percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.</p>	<p>Originalidad y calidad culinaria tradicional.</p>	<p>Experiencia ancestral.</p>	<p>Según Carranza et al. (2021), Se denomina conocimiento, saber ancestral y tradiciones a todos aquellos conocimientos que los pueblos antiguos poseen, y que han sido transmitidos de generación en generación por siglos (p. 115).</p>	<p>Encuesta.</p>	

Examinar las estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.	Métodos de difusión publicitaria.	Impacto publicitario.	Según Bonifaz et al. (2020), el impacto en un sistema publicitario definido por la pregnancia que produce en el espectador, genera un vínculo sensorial, emocional o sentimental en la percepción del mensaje (efectos cognitivos); la persuasión o convencimientos (efectos sobre las actitudes) y la acción (efectos de elección y uso de protocolo) en nuestro target comercial (p. 274).	Entrevista.
---	-----------------------------------	-----------------------	--	-------------

Elaboración propia (2025), con el contenido de Nunes (2007), Carranza et al. (2021) y Bonifaz (2020).

3.6 Instrumentos

En el siguiente apartado se presentará la conceptualización de los diferentes instrumentos que se emplearán en esta investigación: dos de revisión documental y uno

experimental, los cuales están basados en su utilidad, agentes involucrados y demás datos relacionados con los diferentes métodos que se usarán para la recolección responsable de la información para esta investigación.

3.6.1 Revisión Documental

La revisión documental se define como aquella búsqueda realizada desde una línea previamente trazada, en donde se busca, principalmente, el planteamiento de opiniones o conclusiones con base en la síntesis teórica construida. Según Coral (2016), una revisión bibliográfica es un análisis de documentos acerca de un tema que se está rastreando. Presenta la información publicada sobre un tema y plantea una organización de ese material de acuerdo con un punto de vista (p. 1).

Primeramente, se hizo uso de una revisión descriptiva, la cual se diferencia de entre las otras por sus contenidos actualizados. Este tipo de bosquejo brinda al investigador la facilidad de acceso a información sintetizada sobre saberes específicos que se encuentran en evolución, convirtiéndose en una herramienta útil principalmente para aquellos que requieran asesorarse sobre un tema o fenómeno de la vida que constante movimiento. Según Salamani (2015):

Proporciona al lector una puesta al día sobre conceptos útiles en áreas en constate evolución. Este tipo de revisiones tienen una gran utilidad en enseñanza y también interesará a muchas personas de campos conexos, Según Day es la mejor forma de estar al día en nuestras esferas generales de interés. (p. 5)

Se hizo uso de una revisión crítica, la cual se caracteriza por ser aquella que mide críticamente la calidad y los efectos de los recursos analizados. Su principal objetivo va más allá de la descripción de datos a teoría, sino que analiza a profundidad y propone innovación al generar nuevas y diversas perspectivas sobre una hipótesis previamente planteada, en las que el lector tiene la posibilidad de crear sus propias concepciones basadas en la teoría estudiada. Según Manterola et al. (2023):

Son resúmenes rápidos y elaborados, cuyo objetivo es evaluar críticamente la efectividad y calidad de los recursos citados. Va más allá de la mera descripción para incluir un grado de análisis e innovación conceptual. Por lo general, dan como resultado una hipótesis o un modelo, sobre el cual, el lector puede hacerse un juicio sobre el tema de interés. Buscan identificar los elementos más significativos en el campo, extrayendo información de manera crítica, para encarnar la teoría existente o derivar en una nueva. (p. 1244)

3.6.2 Encuesta

La encuesta se caracteriza por ser aquel instrumento que se ejecuta mediante un entrevistador, el cual cuenta con un cuestionario debidamente construido de manera previa y que aplica a diferentes personas quienes formen parte de una muestra poblacional, que, mediante sus respuestas, hará representación de una opinión general de una comunidad. Casas et al. (2003) definen la encuesta:

Como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características». Para Sierra Bravo, la observación por encuesta, que consiste igualmente en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad, es el procedimiento sociológico de investigación más importante y el más empleado. (p. 527)

En este trabajo investigativo se hará uso de una encuesta, la cual será aplicada de manera presencial y de forma directa a la muestra, conformada por 25 consumidores de la gastronomía local de la región, en donde se buscará obtener una perspectiva más amplia sobre la experiencia de la población según la percepción de estos con respecto a la calidad y vivencia previa sobre el tema alimenticio tradicional en la región.

3.6.3 Entrevista Semiestructurada

Este tipo de entrevistas se caracterizan por permitirle a la persona investigadora una guía con preguntas previamente estructuradas, pero, al mismo tiempo, facilitando el espacio para acomodar estas sin ninguna línea concreta, es decir, dejando fluir el ritmo de la conversación con el fin de extraer respuestas más flexibles y espontáneas. Según Lázaro (2021):

Para realizar entrevistas semiestructuradas, el entrevistador dispone de un guion que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador. (p. 68)

Dicho instrumento será aplicado a 8 personas, las cuales se dividen en 8 diferentes restauranteros, permitiendo, de esta manera, un acercamiento con la muestra por analizar que facilitará el camino a los siguientes apartados de la investigación que, por consiguiente, permitirán construir datos científicos según la hipótesis de este trabajo investigativo.

3.6.4 Diario de Campo

El diario de campo se consolida como una de las herramientas complementarias de mayor utilidad para la práctica de observación en el campo de la investigación. En el caso de la observación participante en los contextos investigativos, se considera indispensable no solo observar en el momento, sino anotar dicha información y plasmarla, tal cual se observa en vivo frente a la situación, todo para posteriormente llevarlo, de manera íntegra, a los capítulos de clasificación y análisis. Según Valverde (s.f.):

El Diario de Campo puede definirse como un instrumento de registro de información procesal que se asemeja a una versión particular del cuaderno de notas, pero con un espectro de utilización ampliado y organizado metódicamente respecto a la información que se desea obtener en cada uno de los reportes, y a partir de diferentes técnicas de recolección de información para conocer la realidad, profundizar sobre nuevos hechos en la situación que se atiende, dar secuencia a un proceso de

investigación e intervención y disponer de datos para la labor evaluativa posterior. (p. 309)

En el caso de esta investigación, se considera de suma utilidad el uso de un diario de campo puesto que se planea no solo entrevistar a los participantes en dicho contexto gastronómico, sino que se desea plasmar, de manera contextual e integral, todos los agentes que conviven y hacen posible la realidad gastronómica, como lo serían los espacios de trabajo, cocina, métodos culinarios, uso y estado de los ingredientes, entre otros, que se consideran indispensables para la correcta clasificación y delimitación de la información que se contempla en este trabajo de investigación.

3.7 Procesamiento de Recolección y Análisis de Datos

En el siguiente apartado se ampliarán debidamente los diferentes conceptos, aspectos y procesos seguidos en el desarrollo de la recolección y el análisis de los datos. El procedimiento de recolección de datos se define como el principal método por utilizar para el alcance de los objetivos de recolección de información, la cual se construye previamente como una ruta de búsqueda planificada y detallada de datos que faciliten el cumplimiento de propósitos informativos específicos en relación con la hipótesis de investigación. Según Yuni y Urbano (2014):

La dimensión de las técnicas de recolección de información confronta al investigador a un proceso de toma de decisiones para optar por aquellas técnicas que sean más apropiadas a los fines de la investigación. Dicha decisión guarda estrecha relación con la naturaleza del objeto de estudio, con los modelos teóricos empleados para construirlo y con la lógica paradigmática de la que el investigador parte. (p. 27)

En este aspecto, se busca inicialmente las zonas geográficas que, por sus diferentes características, facilitarán el aporte de material para el análisis. Seguido a esto, se da el acercamiento con la población para observar características específicas necesarias según los requisitos de la muestra. Por último, se concretan reuniones presenciales con la muestra

donde se aplicarán los instrumentos necesarios con el fin de delimitar identificar datos pertinentes para esta investigación.

En el procedimiento de análisis de datos, a diferencia del proceso antecesor de este, aquí se trabaja en la desconstrucción de datos previamente recolectados para su detallado análisis, los cuales vienen siendo recolectados desde el inicio de la investigación, por medio de la observación, recolección bibliográfica, entre otros. Según Sanjuán (2019):

El análisis de los datos es un proceso en continuo progreso en la investigación cualitativa. La recolección y el análisis de los datos van de la mano. A lo largo de la observación participante, las entrevistas en profundidad y otras investigaciones cualitativas, los investigadores siguen la pista de los temas emergentes, leen sus notas de campo o transcripciones y desarrollan conceptos y proposiciones para comenzar a dar sentido a sus datos. (p. 8)

Estos procesos de análisis se concretan por medio de los diferentes preceptos de carácter científico que ampararán esta investigación, lo que permitirá separar, evidenciar y profundizar la información recabada de forma que se logre delimitar la realidad o el fenómeno que se desea exponer o evidenciar en esta investigación.

Los procesos de recolección y análisis de datos proporcionan a esta investigación la validez y fiabilidad necesaria para la obtención de logros investigativos, esto por medio de la selección de los métodos y las técnicas anteriormente ampliados, los cuales son indispensables en la búsqueda de respuestas a los objetivos planteados en esta investigación y que posibilitan la discusión y posterior interpretación de los datos.

3.7.1 Técnica: Análisis de Contenido

El análisis de contenido es una técnica de investigación que busca interpretar y sistematizar, de forma efectiva, la información proveniente del análisis de resultado, tal y como lo expone Bardin (2002): “Conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos tendentes de descripción de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción” (p. 32).

Por ende, es de gran relevancia al desarrollar un proceso investigativo, pues permite un análisis detallado de los datos y resultados generados; ahora bien, el análisis de contenido posee diferentes categorías como el de tipo temático-categorial, permitiendo describir, a detalle, los datos cualitativos, elemento que fortalece el proceso de investigación y el tratamiento de los datos.

3.7.1.1 Lectura Comprensiva de las Transcripciones de Entrevistas.

En este procedimiento buscar dar lectura textual a las transcripciones de las entrevistas aplicadas a los sujetos de investigación, lo que permite un mayor conocimiento del contenido y forma de expresión resultante de acuerdo con las respuestas, aspecto que argumenta Bardin (2002): “Una lectura flotante permite entrar en contacto con el texto y captar el sentido general antes de descomponerlo en unidades más pequeñas” (p. 95).

Lo que se traduce en una mejor comprensión de las características del lenguaje y expresiones presentes en las respuestas, aspecto que fortalece el proceso de análisis en interpretación de los datos.

3.7.1.2 Segmentación del Texto en Unidades.

Una vez realizada la lectura comprensiva se procede a fragmentar las respuestas, lo que facilita su codificación según las necesidades de la investigación y los requerimientos del análisis de datos seleccionando los elementos más relevantes en las respuestas, a como se expone en la siguiente cita de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014): “Las unidades de análisis cualitativas pueden ser palabras, frases, temas, párrafos, discursos completos, comportamientos, entre otros. La decisión sobre la unidad de análisis depende del enfoque del estudio y de los objetivos de la investigación” (p. 558).

Para efectos de esta investigación, esta segmentación responde al fin que persigue cada objetivo específico, desde la descripción de la cocina tradicional y sus elementos, como la importancia de conocer la percepción de los consumidores de la oferta de gastronomía local de playa Tamarindo y, finalmente, la evaluación de las estrategias de marketing más efectivas de acuerdo con el público potencial.

3.7.1.3 Codificación Abierta.

La codificación abierta busca determinar la frecuencia con que se repiten, ya sea términos o expresiones en las respuestas brindadas por parte de los sujetos de investigación, criterio que es sumamente relevante para el análisis de datos, pues mide el grado de importancia de las respuestas según la frecuencia con que se repitan; en cuanto a esto Hernández Sampieri et al. (2014) exponen que “la codificación abierta implica identificar, nombrar, categorizar y describir fenómenos encontrados en el texto. Es el proceso de descomposición de los datos en partes, su examen, comparación, conceptualización y categorización” (p. 566).

Dicha categorización permite identificar los aspectos más relevantes en cada respuesta de los elementos más importantes de acuerdo con el objeto de estudio y el fin de cada una de las preguntas formuladas, promoviendo una adecuada recolección e interpretación de los datos que se generen producto de la aplicación de instrumentos.

3.7.1.4 Agrupación de Códigos en Categorías y Subcategorías.

Una vez generados los códigos se agrupan por categorías y subcategorías, según cada temática y de acuerdo con los objetivos específicos planteados, aspecto que facilita el proceso de análisis e interpretación de resultados y brinda sentido a los datos al identificar patrones y frecuencia en las respuestas de los instrumentos aplicados a los sujetos de investigación, tal y como argumentan Hernández Sampieri et al. (2014), "el análisis de contenido cualitativo implica codificar los datos, es decir, clasificarlos en unidades significativas y agrupar estas unidades en categorías que se relacionan con los objetivos de la investigación" (p. 494).

Como se observó, la cita pone en evidencia la importancia de codificar la información para desarrollar un adecuado tratamiento a los datos, facilitando, a la vez, el proceso de interpretación y, por ende, mayor comprensión del tema investigado garantizando la coherencia en los resultados generados.

3.7.1.5 Cuantificación de la Frecuencia de Aparición de los Códigos.

Si bien es cierto, en las investigaciones de tipo cualitativo no se cuantifican los datos como objetivo principal al no poseer un enfoque estadístico si es fundamental la generación

de códigos que permitan agrupar las respuestas, esto se traduce en un mejor uso interpretativo de los datos que resulten de la aplicación de los instrumentos.

Una vez que se lleva a cabo la agrupación de las respuestas por medio de la codificación, será posible contabilizar el número de veces que se repite cada código, lo que impulsa a identificar las tendencias de las respuestas en relación con la perspectiva de los sujetos de investigación; Hernández Sampieri et al. (2014) señalan: “Una estrategia común en el análisis cualitativo es cuantificar la frecuencia de aparición de los códigos o temas principales, lo cual permite dar mayor soporte a las interpretaciones al mostrar qué tan presentes están en los datos” (p. 496). Lo anterior promueve la identificación de patrones y de aspectos relevantes en cuanto a los fines que persigue una determinada investigación, lo que, finalmente, se traduce como evidencia.

3.7.1.6 Interpretación Cualitativa de los Significados Manifiestos y Latentes.

En la interpretación cualitativa de los significados manifiestos y latentes no solo se toma en cuenta lo que dicen los sujetos de investigación al contestar los instrumentos, sino, también, el trasfondo de sus respuestas, es decir, los significados y sentimientos que interactúan en estas, por lo que la persona investigadora deberá analizar los patrones e intenciones que se presenten durante la aplicación e interpretación de los instrumentos. Hernández Sampieri et al. (2014) indica que “la interpretación cualitativa se centra tanto en los significados manifiestos (explícitos) como en los latentes (implícitos), lo cual exige un proceso reflexivo y comprensivo del investigador” (p. 497). Por consiguiente, durante el análisis de resultados deberán ser tomadas en cuenta, tanto las respuestas explícitas, como aquellas que poseen elementos implícitos, logrando que se alcance una interpretación adecuada de los datos.

Como se observó, el proceso investigativo se enfoca en garantizar un tratamiento correcto de los datos y la información generada, aspecto que impacta el análisis e interpretación de los resultados, siendo este apartado vital para el alcance de la investigación que, a su vez, implica un compromiso por parte de la persona investigadora al encargarse de agrupar las respuestas por medio de los códigos para su posterior interpretación. Por consiguiente, es esencial seguir el proceso investigativo para que se cuente con una adecuada

estructura y la investigación cumpla con los requerimientos para generar datos valiosos y con el aval que indique que son fidedignos y confiables para ampliar su alcance.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el siguiente capítulo se expondrá el proceso de análisis de los resultados y su debida interpretación, según los datos recabados por medio de los diferentes instrumentos aplicados y a la muestra considerada en esta investigación realizada en el distrito de Tamarindo, donde se tomaron en cuenta diferentes personas que formaran parte del perfil requerido para los fines investigativos de este trabajo. Según Peña (2017):

El análisis de datos integra distintas operaciones en la que el investigador o analista somete ciertos datos, bien sea de orden cuantitativo o cualitativo, a una serie de análisis, lecturas e interpretaciones, según sea el enfoque de su investigación o requerimiento informativo. (p. 30)

Este apartado se enfoca, principalmente, en interpretar y discutir la información recabada a través de las entrevistas, encuestas y observación. Instrumentos que, según Marín et al. (2016): “De acuerdo con la naturaleza cualitativa, el proceso de análisis de datos constituye uno de los momentos más importantes de la investigación; es un conjunto de reflexiones que se realizan con el fin de extraer significados de los datos” (p. 3).

Por ende, la información generada a través de la investigación representa un insumo importante para entender el fenómeno social del turismo en playa Tamarindo y la importancia que posee la herencia gastronómica en ese contexto, resaltando aspectos como la tradición y los productos locales como un atractivo asociado al destino y que, a su vez, promueve un vínculo entre el turista y la comunidad.

Ahora bien, este procesamiento y análisis de datos facilitará la identificación de diferentes elementos presentes en el contexto del objeto de estudio, como lo sería la similitud de patrones o percepciones de los participantes respecto de la situación consultada en los instrumentos, como también contradicciones, perspectivas únicas, elementos latentes en dicha realidad que facilitarán una comprensión más profunda del fenómeno de estudiado y su impacto en los procesos de atracción turística y la participación de los locales en este.

Asimismo, es importante destacar que los instrumentos se aplicaron a diferentes sujetos aspecto que implica que los resultados permitan contar con las diferentes perspectivas

de quienes interactúan en el ecosistema turístico y en el sector de la gastronomía local. Por tanto, los resultados de la investigación, en esencia, son un aporte para las personas y emprendimientos vinculados a la cocina tradicional al contextualizar la situación de esta y la percepción de los clientes potenciales, lo que se traduce en más información para la toma de decisiones y, a su vez, resalta la importancia de la gastronomía local en el cantón de Santa Cruz.

Para el desarrollo del tema de estudio, se diseñó y asignó una serie de categorías y subcategorías, así como códigos pertinentes a cada objetivo específico, esto con el fin de agrupar las respuestas generadas por los sujetos de investigación ante los instrumentos aplicados, lo cual facilitará el análisis de los resultados y mayor comprensión de la oferta de gastronomía tradicional en Santa Cruz, entendiendo la importancia de este componente para el turismo que visita la zona. Las categorías asignadas responden al objeto de estudio de acuerdo con cada objetivo específico.

Tabla 3

Categorías y subcategorías para la interpretación de datos

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS
Prácticas gastronómicas autóctonas	Identidad culinaria	Platillos autóctonos Ingredientes autóctonos Técnica de cocción Identidad cultural Autóctono
Originalidad y calidad culinaria tradicional	Experiencia ancestral	Satisfacción Ingredientes naturales Calidad básica Calidad gastronómica intermedia Variedad en oferta Poca oferta culinaria autóctona Receta tradicional Desconocimiento Poca oferta gastronómica Apariencia atractiva Ingredientes tradicionales

Métodos de difusión publicitaria	Impacto publicitario	Apariencia llamativa Decoración típica Infraestructura llamativa Servicio de calidad Calidad olfativa Experiencia satisfactoria Exposición en físico Todo tipo de público Mayor exposición hacia los clientes Turismo gastronómico
---	-----------------------------	---

Fuente: Elaboración propia (2025).

El cuadro refleja las categorías y subcategorías que se evaluaron mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, los cuales responden a los fines que busca lo planteado en los objetivos específicos para determinar el nivel de conocimiento y la aceptación de la gastronomía tradicional por parte del público potencial, así como la originalidad y calidad de los ingredientes utilizados en la preparación de la comida tradicional y, finalmente, las estrategias de marketing diseñadas por los establecimientos que ofrecen este tipo de gastronomía en el cantón de Santa Cruz, específicamente en la comunidad de playa Tamarindo.

A la vez, con el objetivo de analizar la información recabada durante la investigación y agrupar las respuestas brindadas por las personas entrevistadas, se diseñó una serie de códigos para cada categoría y subcategoría. Por lo que se procederá a desarrollar el análisis de resultados de la investigación en referencia a cada categoría y subcategoría planteada. A continuación, se presenta el análisis de resultados de acuerdo con cada objetivo específico.

4.1 Ingredientes y Técnicas Culinarias Tradicionales Empleados en la Elaboración de Platos Típicos en Restaurantes de Playa Tamarindo

Como se logró observar, Santa Cruz posee una rica herencia gastronómica vinculada a sus tradiciones y a las características geográficas de su territorio, las cuales forman parte de su identidad y, por ende, constituyen un eje más en el atractivo turístico del cantón. Motivo, por el cual, se analizó el nivel de conocimiento de los sujetos de estudio de la investigación en relación con la cocina tradicional consultándoles que entendían desde ese concepto y cuáles prácticas gastronómicas autóctonas identifican.

4.1.1 Subcategoría Identidad Culinaria

Tal y como se mencionó anteriormente, Cáceres (2024) definió la identidad cultural como la apropiación de una autoidentificación; entonces el concepto se aplica a la gastronomía como la apropiación de los ingredientes y platos más tradicionales y que poseen la esencia de Santa Cruz, al usar ingredientes producidos en la zona, replicar recetas con alto peso histórico, hacer uso de técnicas de cocción y utensilios tradicionales, entre otros (p. 257).

4.1.1.1 Características Diferenciadoras de la Gastronomía Tradicional.

El siguiente cuadro extrae los códigos más mencionados por parte de las personas encuestadas, exponiendo el nivel de frecuencia y su respectivo porcentaje, específicamente de: platos autóctonos, técnicas de cocción, ingredientes autóctonos e identidad cultural.

Tabla 4

Concepto de cocina tradicional según los sujetos de estudio

Código	Frecuencia	Porcentaje
Platos autóctonos	9	36 %
Técnica de cocción	6	24 %
Ingredientes autóctonos	7	28 %
Identidad cultural	5	20 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Al aplicar los instrumentos a los sujetos de estudio, se desarrolló una codificación para la clasificación de las respuestas, lo que facilita el análisis e interpretación de los datos

arrojados, tal es el caso de la pregunta formulada que buscaba conocer el concepto de cocina tradicional por parte de los sujetos de estudio; presentándose las siguientes respuestas:

- *“Casados típicos, olla de carne, picadillos, comida típica del cantón” (entrevista 1)*
- *“La cocina tradicional es la cocina típica de alimentos más sanos y naturales, arroz, frijoles, maíz” (entrevistado 4)*
- *“Todo aquello cocinado a la leña y que sea muy de la provincia, ejemplo rosquillo, tanela” (entrevistado 7)*
- *“Comida con sabores auténticos tradicional” (entrevistado 9)*

Como se observó, de acuerdo con lo buscado en el objetivo específico uno, las personas a quienes se les aplicaron los instrumentos poseen conocimiento acerca del término de concina tradicional, aspecto relevante para que se comprenda el rol de la gastronomía en el turismo y la cultura local.

También existen una clara vinculación realizada por las personas entre comida tradicional y palabras como: platillos autóctonos, identidad cultural, ingredientes naturales, entre otros, lo que implica la relación entre gastronomía y la tradición local. Además, existe un evidente nexo entre el término de comida tradicional y la expectativa de los consumidores por el uso de ingredientes autóctonos en su preparación para formar parte de esta técnica de cocina.

En este sentido, la frecuencia en la respuesta, bajo el código “platillos autóctonos”, demuestra la apropiación de lo local y lo tradicional para los consumidores potenciales, ligando la gastronomía a la esencia de un lugar y, por consiguiente, también expone un estilo de vida según los alimentos e inclusive la “técnica de cocción”, siendo el segundo código más mencionado por parte de las personas entrevistadas, con anotaciones como la cocina a la leña, uso de ingredientes frescos y producidos de forma natural, entre otros.

A la vez, es posible que se visualice a la cocina tradicional como una con un alto grado de calidad en sus productos, pues las personas entrevistadas mostraron agrado por esta

gastronomía y nombraron los diferentes platillos que podría considerarse como tradicionales o locales, siendo estos de su preferencia frente a otras opciones de menú, lo que refleja que los restaurantes que cuenten con menús de comida tradicional pueden llegar a ser más competitivo que otros que ofrecen menús menos tradicionales, esto se interpreta en las múltiples respuestas positivas.

4.1.1.2 Percepción de los Consumidores acerca de la Oferta de Comida Tradicional.

En el siguiente cuadro es posible que se observe la percepción de las personas entrevistadas en relación con la oferta de gastronomía tradicional en Tamarindo, Santa Cruz en este caso los referidos son: satisfacción, calidad básica, poca oferta gastronómica, desconocimiento y variedad en oferta.

Tabla 5

Medición de la percepción de experiencias con la oferta de cocina tradicional en Playa Tamarindo, Santa Cruz

Código	Frecuencia	Porcentaje
Satisfacción	8	30.77 %
Calidad básica	9	34.62 %
Poca oferta gastronómica	4	15.38 %
Desconocimiento	3	11.54 %
Variedad en oferta	2	7.69 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Una vez abordado el concepto de cocina tradicional y sus componentes, se analizaron las experiencias de las personas entrevistadas con los locales que ofrecen esta gastronomía en el cantón de Santa Cruz, específicamente en Playa Tamarindo, donde fue posible extraer las siguientes respuestas:

A. Respuestas positivas.

- “Ricos, no tienen tanto condimentos o colorantes” (entrevistado 5)
- “Muy ricos y son ingredientes frescos y producidos en la zona” (entrevistado 7)
- “Son ingredientes frescos y de sabor súper jugosos, aunque la zona casi no cuenta con platillos típicos” (entrevistado 10)

- “Muy buenos, aunque en la zona casi nunca se ve platillos típicos” (entrevistado 17)

De las 25 personas entrevistadas, se interpreta que existe una excelente percepción de la comida tradicional y es de la preferencia de la mayoría de los consumidores, resaltando características como la frescura de sus ingredientes, el no uso de componentes artificiales, rico sabor, entre otros, lo que se traduce en la gastronomía local como un componente relevante en la oferta de servicios de la zona y, para efectos de esta investigación, también se convierte en un potencial atractivo turístico vinculando la gastronomía con la tradición de Santa Cruz.

No obstante, las respuestas seleccionadas también demuestran que no existe una oferta amplia de locales que se especialicen en comida tradicional, o bien son poco conocidos, además, de la poca variedad de los platillos ofertados pese a la amplia gastronomía de la zona, por consiguiente, se interpreta la necesidad de impulsar y reforzar la presencia de emprendimientos de comida local en el cantón de Santa Cruz, pues, como se observó, es un modelo de negocio con alto potencial turístico.

Lo que implica que la gastronomía tradicional es una forma de representar la esencia y la cultura de un territorio o región, brindándoles la posibilidad a las personas turistas de conocer más la tradición de Santa Cruz, aspecto que contrasta con la oferta de comida internacional que posee Playa Tamarindo.

B. Respuestas negativas.

- “Regulares, algunos son naturales, otros no” (entrevistado 1)
- “En Tamarindo se ve muy poco la comida tradicional. Se ve más internacional” (entrevistado 9)
- “Satisfactorio en algunos no en todos. Se ha perdido la esencia de nuestros platillos, ejemplo el gallo pinto ya no es a la leña, la tortilla no es en comal” (entrevistado 14)

Estas tres respuestas son ejemplo de los componentes que se interpreta deben ser mejorados, garantizando aspectos como la calidad y el uso de ingredientes naturales, ampliando la oferta de comida local que se ve opacada por la internacional, tal y como se muestran en las respuestas de las personas entrevistadas. Además, se deduce que existe una

vinculación entre los ingredientes orgánicos y tradicionales con la calidad y satisfacción del consumidor reforzando los beneficios del uso de productos autóctonos como una exposición de tradición para los turistas. Representando que los usuarios de restaurantes de comida tradicional indican sentir satisfacción con las experiencias, pero, a su vez, alegan que no existe una oferta amplia de este tipo de establecimientos, por ende, es una oportunidad de ampliar la oferta incluyendo el eje turístico brindando la posibilidad de contar con mayor conocimiento de la cultura santacruceña.

4.1.1.3 El uso de Técnicas Culinarias Tradicionales del Cantón de Santa Cruz.

Esta tabla refleja los códigos mencionados con mayor frecuencia al consultarles a las personas entrevistadas por el conocimiento acerca de las técnicas de cocina tradicional que poseen, aplicando los siguientes códigos de acuerdo con la Tabla 6.

Tabla 6

Grado de conocimiento de las técnicas culinarias empleadas en la cocina tradicional

Código	Frecuencia	Porcentaje
Desconocimiento	5	29,41 %
Ingredientes naturales	5	29.41 %
Poca oferta culinaria	3	17.65 %
Receta tradicional	2	11.76 %
Ingredientes tradicionales	2	11.76 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Desde la consulta: ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?, las personas entrevistadas brindaron una serie de respuesta importantes para efectos de la investigación, pues revelan el vínculo entre las personas y la gastronomía con su territorio.

En términos generales, el análisis de resultados de las respuestas expone el conocimiento que poseen las personas entrevistadas, acerca de la cocina tradicional básica ligada a la dieta de las familias, resaltado el uso de granos para la elaboración de recetas, así como la presencia de figuras como las personas adultas mayores en la cocina, siendo estos quienes traspasan el conocimiento a las nuevas generaciones. Algunas respuestas son:

- *“De mi parte mucho. Crecí aquí. Conozco la zona, cocinaba a la leña. En mi hogar aún lo conservo” (entrevistado 1)*
- *“Los básicos con la cocina tradicional. Arroz, frijoles” (entrevistado 2)*
- *“La correcta manipulación de ciertos alimentos y el tiempo de preparación cocción” (entrevistado 8)*
- *“La forma de cocinarlos y prepararlos, con olores naturales” (entrevistado 22)*

Por consiguiente, se deduce que las personas entrevistadas conocen las técnicas básicas de cocina tradicional en su mayoría, pero quienes preparan las recetas y poseen conocimiento más amplio son los adultos mayores, aspecto que lleva a la búsqueda de locales especializados en gastronomía autóctona, por lo cual se resalta la necesidad de su presencia en comunidades como Playa Tamarindo, donde además converge gran cantidad de turistas internacionales quienes podrían encontrar en la comida tradicional una opción interesante para entender y disfrutar más la cultura costarricense.

Pues como se observó, el 29,41 % del total de personas entrevistadas indican solo tener un “conocimiento básico” de la cocina tradicional pese a su gusto por esta, motivo que respalda más la necesidad de la presencia de locales de gastronomía tradicional en Santa Cruz; a la vez, los consumidores buscan la presencia de ingredientes autóctonos en los platillos de acuerdo con sus respuestas, existiendo incluso la nostalgia degustativa al recordar aspectos de la familia, pues, como se nota en las respuestas, el 11,76 % crea conexión entre la comida tradicional y la familia, lo que resalta la importancia de esta gastronomía y su potencial para el sector turismo.

4.1.1.4 El Rol de la Elección de Ingredientes en la Cocina Tradicional.

Esta tabla demuestra la importancia que posee la selección de ingredientes en la elaboración de platillos de tipo tradicional, de acuerdo con la Tabla 7 se establecen los siguientes códigos: satisfacción, calidad gastronómica intermedia, ingredientes naturales e ingredientes tradicionales.

Tabla 7*Percepción de los ingredientes usados en la gastronomía tradicional*

Código	Frecuencia	Porcentaje
Satisfacción	7	36.84 %
Calidad gastronómica intermedia	5	26.32 %
Ingredientes naturales	4	21.05 %
Ingredientes tradicionales	3	15.79 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

La siguiente pregunta que se le planteó a los entrevistados fue: ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?, con el objetivo de conocer su percepción respecto de los insumos que consideran se deben utilizar en la comida tradicional y cómo estos pueden influir en su calidad, mostrando, una vez más, la importancia que posee el uso de ingredientes naturales y de técnicas tradicionales para garantizar que un platillo forme parte de la gastronomía local.

Asimismo, con la respuesta brindada se interpreta que existe una preferencia hacia las comidas que integren ingredientes naturales en sus preparaciones, ligando la frescura y la producción sin componentes artificiales con la calidad del platillo, aspecto que, sin duda, será crucial en la elección de un cliente hacia un restaurante o local gastronómico, tal y como se muestra en las siguientes respuestas:

- *“Si en lo visual, y en el sabor, cuando son criollos, cuando no tienen tanto ingrediente artificial” (entrevistado 2).* Por lo que se interpreta que el aspecto del local gastronómico es importante al transmitir un mensaje al consumidor potencial, aspecto que se traduce en un elemento que debe poseer especial atención por parte de los locales de cocina tradicional,
- *“Agregando color, sabor y textura en los distintos platos” (entrevistado 8).* La gastronomía tradicional combina, según esta persona, elementos de color, sabor y textura demostrando ser una cocina compleja e integral al mezclar estos aspectos en sus recetas, demostrando la percepción positiva de los consumidores hacia la gastronomía tradicional,

- *“Claro que si porque la parte en la elaboración de platillos típicos son generados en la zona y su preparación es muy significativa” (entrevistado 13).* Esta persona pone de manifiesto que la tradición y la esencia de un lugar pueden reflejarse en su cocina siendo un espejo de la cultura de un territorio, ligando las cualidades distintivas de un lugar con su modo de vida a partir de elementos como su alimentación.
- *“Por supuesto. Es la base para que un plato sepa rico” (entrevistado 25).* Comprobando la relevancia de ingredientes de calidad y naturales y su rol en la cocina tradicional del cantón de Santa Cruz. Es decir, las personas entrevistadas esperan calidad y presencia de ingredientes naturales cuando visitan un restaurante o local de gastronomía tradicional, demostrando que los insumos sí influyen en su percepción, tal y como se comprueba con el código “afirmativo” que contestó el 36.84 % de los entrevistados.

En síntesis, existe conocimiento de la comida tradicional y sus bondades por parte de las personas entrevistadas; a la vez, en relación con el objetivo uno, se entiende la importancia del uso de ingredientes locales en la elaboración de platillos para resaltar el sabor, los aromas, la cultura local y que la gastronomía es otro elemento de atracción para el turismo. Además, es posible que se interprete la necesidad de mayor presencia de locales que ofrezcan este concepto, especialmente en Playa Tamarindo, donde existe una amplia oferta de gastronomía internacional. Asimismo, se alcanza una descripción más específica de las características de la comida tradicional y las técnicas que se emplean para su elaboración.

Por este motivo, la categoría de prácticas gastronómicas autóctonas demuestra ser un aspecto relevante para las personas locales al representar su cultura y tradición, mientras que para los turistas constituye un atractivo ligado a la esencia de la región que permite conocer el modo de vida, las costumbres y la historia del cantón de Santa Cruz a través de sus recetas, lo que se traduce en una experiencia más integral para los visitantes, lo que, a su vez, es una oportunidad y un modelo de negocios para los empresarios y emprendedores del sector gastronómico y turístico al ser la comida típica tan atractiva para el público potencial.

4.2 Percepción de los Clientes sobre la Autenticidad y Calidad de los Platos Típicos Ofrecidos en los Restaurantes de Playa Tamarindo

Para alcanzar una mayor comprensión del concepto y rol de la cocina tradicional aplicada a la realidad del cantón de Santa Cruz, es fundamental que se conozcan sus características y las diversas prácticas gastronómicas autóctonas propias de la región, entendiendo su historia, composición, su originalidad y la calidad, así como su papel en la transmisión de cultura, aspecto que representa una oportunidad para el ámbito turístico.

4.2.1 Subcategoría: *Experiencia Ancestral*

La investigación refleja el vínculo entre gastronomía y tradición, lo que brinda identidad culinaria al cantón de Santa Cruz, al poseer un amplio acervo de recetas e ingredientes autóctonos con los que las personas locales se identifican y con los cuales los turistas se sienten atraídos; esto genera una experiencia ancestral y demostrando una vez más el potencial de este componente para efectos de atracción turística.

4.2.1.1 Calidad Percibida en los Platos de Cocina Tradicional.

Esta tabla refleja la frecuencia de los códigos más mencionados en cuanto a la percepción de la oferta de cocina tradicional en el cantón de Santa Cruz, los cuales, según la Tabla 8, son: satisfacción, poca oferta culinaria autóctona, calidad gastronómica intermedia, variedad y oferta.

Tabla 8

Percepción de los platos tradicionales del cantón de Santa Cruz

Código	Frecuencia	Porcentaje
Satisfacción	10	40 %
Poca oferta culinaria autóctona	5	20 %
Calidad gastronómica intermedia	3	12 %
Ingredientes tradicionales	2	8 %
Variedad en oferta	1	4 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Tras formular la pregunta: ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? Las personas entrevistadas mostraron sentir satisfacción en relación con cómo perciben la gastronomía tradicional, resaltando la preferencia de los consumidores potenciales por el uso de ingredientes naturales y autóctonos para la preparación de recetas, logrando completar la expectativa de los usuarios.

Según se observa de las 25 personas encuestadas, el 40 % contestaron sentir satisfacción o gusto por la comida tradicional, esto debido a los elementos que la caracterizan y vinculan con la calidad; ahora bien, las respuestas a las entrevistas evidenciaron que el cantón de Santa Cruz no posee una oferta culinaria autóctona amplia, pese a la posible demanda de este tipo de gastronomía por parte de los consumidores, lo cual dificulta el posicionamiento y preferencia de esta gastronomía, tanto para locales, como para turistas.

Adicionalmente, de la oferta actual de gastronomía local, el 12 % de las personas entrevistadas consideran que se encuentran en calidad intermedia, lo que implica que para la percepción de estos usuarios los locales de comida tradicional deben mejorar su calidad y hacer uso de ingredientes autóctonos en su preparación resaltando la tradición durante el proceso a la vez, este porcentaje refleja la necesidad de contar con algún grado de estandarización, de manera tal que se garanticen la calidad y el uso de técnicas de cocción tradicionales. Las siguientes respuestas forman parte de la información recabada luego de la aplicación de los instrumentos:

- *“De buena calidad, ya que son platillos que contienen ingredientes más naturales, y son preparados por humanos no por máquinas” (entrevistado 2).*

Lo que refleja, en la mayoría de las respuestas, que existe una percepción positiva de la comida tradicional pues se presentan un 40 % de personas que indican sentir satisfacción con las experiencias en los restaurantes de gastronomía local.

- *“Creo que en la playa no es tan común encontrar platillos típicos de la zona” (entrevistado 9).*

Esta respuesta expone que en el principal centro de desarrollo turístico (Tamarindo) del cantón no posee una oferta amplia en comida tradicional, lo que dificulta que las personas turistas accedan a probar y disfrutar esta gastronomía, lo que se convierte en una problemática pues las recetas tradicionales se ven desplazadas por comidas extranjeras, pero demostrado el potencial de la gastronomía local también es una oportunidad para empresarios nacionales

del sector turismo, donde con platillos tradicionales pueden atraer mayor visitación a sus instalaciones.

En cuanto a la calidad percibida con la oferta gastronómica de comida tradicional, algunas personas consideran que es de calidad intermedia, tal y como se extrae en la siguiente respuesta:

- *“Algunos regulares, otros se han ido perdiendo con tanto turista extranjero” (entrevistado 25).*

En este caso, la persona entrevistada pone de manifiesto que la presencia de turistas extranjeros ha provocado una disminución de la oferta disponible en Tamarindo de comida tradicional, por lo que no existe muchas opciones para comparar los elementos de calidad y diferenciadores de cada local.

Por consiguiente, en general se observa una percepción positiva de la cocina tradicional, pero se demuestra poca presencia de restaurantes dedicados a este segmento de mercado, pues solo el 8 % de las personas entrevistadas indican que hay una oferta atractiva, mientras que solo el 4 % considera que hay una oferta variada. Demostrando la necesidad que se genere mayor presencia de locales con un menú de comida tradicional, lo que implica la promoción y conservación del componente cultural, aspecto que repercute directamente en el Turismo que visita Santa Cruz.

4.2.1.2 Importancia de la Apariencia para el Posicionamiento de la Cocina Tradicional.

Estos son los códigos con mayor frecuencia de los elementos que integran un platillo de cocina tradicional de acuerdo con la Tabla 9: servicio de calidad, apariencia llamativa, exposición física y calidad olfativa.

Tabla 9

Características que debe tener un platillo de cocina tradicional

Código	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de calidad	11	44 %
Apariencia llamativa	6	24 %
Exposición física	6	24 %
Calidad olfativa	3	12 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

El cuadro anterior pone en evidencia la percepción de las personas entrevistadas ante las consultas: ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad? Y ¿cuáles elementos y aspectos deben tener un platillo para ser considerado auténtico?, y donde se exponen las siguientes respuestas.

Ante la pregunta de cómo debe ser la presentación de los platillos tradicionales, al menos el 44 % de las personas entrevistadas indican que se requiere que los ingredientes sean de calidad, tal y como lo expresan las siguientes respuestas: “insumos frescos y su realización en el acto” (entrevistado 21), mostrando una alta frecuencia en esta respuesta, lo que se traduce en la importancia de los ingredientes para que un platillo tradicional se considere de calidad desde el punto de vista del consumidor, aspecto que evidencia que una receta sin ingredientes frescos y de la zona podría no ser considerada como tradicional por parte de los consumidores al llenar sus expectativas.

Asimismo, otro aspecto relevante arrojado por los instrumentos es el atractivo físico, con respuestas como “Buena presentación, olores naturales, presentados en platos típicos” (entrevistado 1), resaltando la importancia de que los platillos tradicionales luzcan agradables a los ojos del consumidor, siendo esta una de las características que más se buscan para este tipo de gastronomía.

A la vez, la excelente presentación fue otro de los aspectos mencionados por los entrevistados como se refleja en esta respuesta, “la presentación debe ser impecable, el olor debe sobresalir de dicho plato y los insumos deben de ser de buena calidad y súper frescos” (entrevistado 10), demostrando la importancia de la calidad olfativa de acuerdo con las personas entrevistadas y cómo esta pueden generar mayor sentimiento de pertenencia y nostalgia en los consumidores.

Por tanto, se interpreta que los consumidores poseen un alto conocimiento del concepto de gastronomía tradicional e identifican sus características con aspectos de la cultura, por ende, la cocina tradicional genera una expectativa positiva en cuanto a lo que se espera de su sabor, olor y presentación, incluso se puede indicar que la autenticidad de un platillo va a depender del tratamiento que se les dé a los aspectos mencionados durante su preparación.

4.2.1.3 Experiencias Gastronómicas de Cocina Tradicional según las Personas Entrevistadas.

Esta tabla refleja los códigos con mayor frecuencia en relación con cómo se percibe la oferta de cocina tradicional en el cantón de Santa Cruz, según data en la Tabla 10: poca oferta gastronómica, calidad gastronómica intermedia, calidad gastronómica básica y satisfacción.

Tabla 10

Percepción de la oferta gastronómica tradicional en Santa Cruz, Guanacaste

Código	Frecuencia	Porcentaje
Poca oferta gastronómica	4	16 %
Calidad gastronómica intermedia	4	16 %
Calidad gastronómica básica	1	4 %
Satisfacción	1	4 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Se les consultó a los entrevistados la siguiente pregunta: ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona? Lo que arrojó una serie de respuestas vinculadas a la oferta, la calidad, el precio y la satisfacción del consumidor. Tal y como se muestra a continuación: “No puede ser muy buena ya que casi no se encuentran platillos típicos” (entrevistado 10). Esta respuesta refleja que no existe una oferta de gastronomía tradicional amplia en el cantón, esto según el 16 % de las personas entrevistadas, pese al gusto por el consumo de este tipo de platillos, es decir, a pesar de que la gastronomía tradicional posee una alta demanda, la presencia de restaurantes dedicados a este sector es escasa.

A la vez, a pesar de que la presencia de establecimientos de comida tradicional es poca, el 16 % de las personas entrevistadas consideran que la experiencia gastronómica tradicional es de buena calidad, como se menciona en esta respuesta: “Muy buena, pero en zonas rurales” (entrevistado 16), lo que se podría traducir en una buena percepción hacia los locales que ofrecen este tipo de platillos. Por lo anterior, es necesario que se amplíe la oferta existente de gastronomía tradicional, pues, según las respuestas de las entrevistas, se evidencia que es un producto atractivo para los consumidores y que posee potencial turístico.

Entonces, la frecuencia en las respuestas lleva a que se concluya que la oferta de cocina tradicional es poca, pero de calidad, demostrando la necesidad de mayor presencia de locales dedicados a este tipo de gastronomía, en especial en la comunidad de Playa Tamarindo, donde converge gran cantidad de personas con fines turísticos que busca experiencia, donde la gastronomía debería formar parte de los atractivos turísticos como un medio de resaltar la cultura y esencia de Santa Cruz.

Concluyendo que los platillos tradicionales llevan en sus recetas el uso de productos naturales, autóctonos y de calidad, siendo esta la expectativa de las personas entrevistadas y de acuerdo con su percepción la gastronomía tradicional debe ser auténtica, aspecto que se reconoce en la oferta de este tipo de restaurantes en Playa Tamarindo, que, aunque es reducida, sí promueve la calidad en sus menú y recrea ambientes con diseños culturales, siendo más atractivo para el turismo que visita la región demostrando su potencial y capacidad de competir frente a otras ofertas gastronómicas.

Es decir, la categoría de originalidad y calidad culinaria demuestra poseer buena aceptación para las personas entrevistadas, destacando las recetas y técnicas de cocción empleadas en la cocina tradicional; a la vez, el uso de ingredientes locales es una característica atractiva para los consumidores, pues esto implica métodos de siembra y de cosecha más tradicionales y, por ende, más saludables mezclando lo original de los platillos y la calidad presente en sus insumos, tal y como lo demuestran las entrevistas realizadas y las respuestas brindadas por los sujetos de investigación.

También, se refleja un alto costo económico en la comida tradicional que se comercializa en Playa Tamarindo, por lo que se puede interpretar que se requiere una oferta más amplia que se adapte a diferentes presupuestos y capte distintos perfiles de público. Asimismo, queda demostrada la importancia de la gastronomía local para el turismo y la generación de experiencias vinculadas al modo de vida y la cultura de Santa Cruz.

4.3 Estrategias de Marketing Empleadas por los Restaurantes de Playa Tamarindo para Promover y Destacar La Gastronomía Local

Esta categoría busca visualizar las estrategias de marketing que emplean los restaurantes ubicados en Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local, aspecto que permitirá comprender qué tan positivas son estas estrategias desde el punto de vista de los consumidores para medir la efectividad del marketing implementado, lo que se traduce en la posibilidad de evaluar el impacto que estas generan en el público potencial.

4.3.1 Subcategoría: Impacto Publicitario

En cuanto a la subcategoría, se valorará el impacto de las estrategias utilizadas por parte de los locales gastronómicos para promover menús de comida tradicional en Playa Tamarindo, aspecto que es de suma relevancia para el turismo que visita la zona, pues permite evaluar la efectividad del marketing implementado y la identificación de los canales de comunicación y digitales con mayor alcance hacia el público meta.

4.3.1.1 Infraestructura e Imagen de los Restaurantes de Cocina Tradicional.

Respuestas que presentan mayor frecuencia para identificar los elementos de marketing visual utilizados en locales de gastronomía tradicional ubicados en Playa Tamarindo, de acuerdo con la Tabla 11: apariencia atractiva, infraestructura llamativa, decoración típica y servicio de calidad.

Tabla 11

Elementos representativos de restaurantes de gastronomía tradicional

Código	Frecuencia	Porcentaje
Apariencia atractiva	6	24 %
Infraestructura llamativa	5	20 %
Decoración típica	2	8 %
Servicio de calidad	1	4 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Se les formuló a las personas entrevistadas la siguiente consulta: ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales? Brindando las siguientes respuestas: “La decoración y el emplatado” (entrevistado 17), esta respuesta refleja la importancia de los elementos visuales en los establecimientos de gastronomía local para las personas

entrevistadas, resaltando la “apariencia atractiva”, según el 24 % de estos, demostrando la relevancia de los elementos visuales para identificar un establecimiento de tipo cultural de frente hacia el público potencial, aspecto que se traduce en una experiencia más agradable para el consumidor al reflejar la cultura de Santa Cruz en su estructura y decoración.

“La infraestructura y los atardeceres que se ven en dicha zona” (entrevistado 10), esta persona hace referencia y énfasis en la infraestructura coincidiendo con el 20 % de los sujetos de investigación entrevistados que contestaron “infraestructura tradicional”, donde se interpreta que los consumidores esperan una estructura tradicional que refleje la arquitectura de la zona y que refleje la belleza natural del cantón de Santa Cruz, pues, como se observó, la respuesta incluye el componente de los atardeceres, siendo uno de los principales atractivos turísticos de Playa Tamarindo.

En este mismo sentido, el 8 % vio atractivo la decoración típica de los locales de gastronomía tradicional, lo que se traduce en mayor vinculación entre los platillos y la infraestructura que refleje cultura y elementos propios de la región, siendo un distintivo para los restaurantes que poseen menús de comida tradicional y un insumo relevante para la atracción de clientes.

Es decir, los establecimientos de gastronomía tradicional deben reflejar este aspecto en su infraestructura, en el uso de sus ingredientes, en las técnicas de cocción utilizadas, además deben ser originales y transmitir experiencias, combinado aspectos como: un menú atractivo, sabores locales y una experiencia cultural vinculada al modo de vida y tradición de Santa Cruz, convirtiendo la concina en un atractivo turístico que visualiza en su infraestructura también.

4.3.1.2 Medios de Mayor Impacto para la Aplicación de Estrategias de Mercadeo.

Respuestas que presentan mayor frecuencia para la identificación de estrategias de comunicación para la oferta gastronómica tradicional en Playa Tamarindo, Santa Cruz, según lo establecido en la Tabla 12: todo tipo de publicidad, apariencia llamativa, exposición en físico y servicio de calidad.

Tabla 12

Medios de comunicación para la oferta gastronómica tradicional en Playa Tamarindo

Código	Frecuencia	Porcentaje
Todo tipo de publicidad	14	56 %
Apariencia llamativa	5	20 %
Exposición en físico	4	16 %
Servicio de calidad	2	8 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

El cuadro anterior refleja los medios por los cuales los consumidores potenciales se enteraron de ofertas gastronómicas, tras consultarle a los entrevistados la siguiente pregunta: ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió? A la cual un 56 % contestó que, a través de exposición en redes sociales, demostrando la importancia de este canal para transmitir y posicionar una marca en este caso de gastronomía tradicional, como se evidencia en estas respuestas:

- *“Por medio de redes y lo llamativo del lugar” (entrevistado 11)*
- *“En redes sociales como Facebook” (entrevistado 17)*

Siendo precisamente Facebook una de las plataformas más mencionadas en las respuestas, tal es el caso de la persona entrevistada en el puesto número 17 que argumenta que conoce parte de la oferta de gastronomía tradicional gracias a esta red social, quedando demostrada su efectividad para la implementación de una estrategia de marketing gracias a las características de su público y el uso que hacen de esta red social.

Ahora bien, “la exposición social”, la “exposición en físico” y la “invitación familiar” también forman parte de los medios por los cuales las personas se enteraron de la oferta de comida tradicional en Santa Cruz, según sus respuestas: donde un 20 % un 16 % y un 8 % de las personas entrevistadas respectivamente, por ende, se interpreta que son medios de comunicación de información efectivos que también se deben tomar en cuenta, es decir, no solo hacer uso de estrategias digitales, sino, también, tomando insumo del marketing más tradicional, como se muestra en las siguientes respuestas:

- *“No me he enterado por redes, he escuchado hablar de ellos” (entrevistado 2)*
- *“Volantes, promoción de desayunos” (entrevistado 5)*

Estas dos respuestas constituyen un claro ejemplo de que las estrategias para comunicar la oferta gastronómica tradicional de Playa Tamarindo, deben ser integrales utilizando el marketing tradicional, digital y la publicidad de boca en boca como herramientas para alcanzar el público potencial que se podría sentir atraído hacia restaurantes de comida tradicional y experiencia local.

Por consiguiente, se deben evaluar los diversos medios de difusión disponibles según el público objetivo y seleccionar el que permita transmitir el mensaje deseado y lograr generar mayor expectativa en el consumidor esperado, lo que podría traducirse en un aumento en sus ventas. Tomando en cuenta que se dio una frecuencia alta en las respuestas múltiples (personas que contestaron hasta tres medios de comunicación distintos), lo que indica que las personas entrevistadas conocen la oferta de la zona gracias a diferentes medios o a su combinación, lo cual implica la necesidad de aplicar marketing mix para este segmento de mercado.

Lo que permite la formulación de estrategias atractivas que combinen aspectos audio, visuales, como anuncios en redes sociales, vallas y carteles publicitarios, afiches, entre otros, pues, como se observó, los sujetos de investigación manifiestan que han conocido la oferta gastronómica de comida tradicional en Santa Cruz, gracias al marketing y los medios mencionados.

4.3.1.3 Captación de Nuevos Clientes en Locales de Gastronomía Local.

La siguiente tabla muestra los códigos generados a partir de las respuestas que presentan mayor frecuencia en las entrevistas aplicadas durante el proceso de investigación con la intención de determinar el rol de la gastronomía tradicional en el turismo, como elemento atractivo para nuevos clientes, a como se indicó en la Tabla 13: experiencia satisfactoria, decoración típica, influencia cultural y turismo gastronómico.

Tabla 13

Alcance de la cocina tradicional como atractivo de nuevos clientes

Código	Frecuencia	Porcentaje
Experiencia satisfactoria	7	28 %
Decoración típica	7	28 %
Influencia cultural	4	16 %
Turismo gastronómico	2	8 %

Fuente: Elaboración propia (2025).

Las personas entrevistadas dieron respuesta a la siguiente pregunta: ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes? Donde el 28 % contestaron de manera afirmativa, reconociendo así la importancia de la gastronomía tradicional en la economía local, pues este mismo porcentaje la ven como un potencial atractivo turístico, como se expone a continuación: *“Claro que sí impulsara”* (entrevistado 5). Afirmación que se refleja en la mayor parte de las respuestas brindadas por las personas entrevistadas, donde establecen una clara conexión entre calidad, gastronomía tradicional y experiencia, por lo que argumentan que las personas pueden sentirse atraídas a restaurantes que ofrezcan esto en sus menús, demostrando, según su criterio, que sí impulsaría el acercamiento de clientes nuevos.

“Si, ya que, si hablamos de la comida costarricense, ya sea en general atrae clientes por su diferentes sabores y presentaciones” (entrevistado 11). Esta respuesta manifiesta lo variada que es la cocina tradicional, por lo que puede atraer diversos públicos y garantizar sabor, calidad y técnicas tradicionales que potencien el sabor de los alimentos, aspectos que podrían resultar atractivos para los turistas que visitan Playa Tamarindo, logrando conocer, de forma amplia, la cultura a través de la cocina tradicional como componente.

También, se liga la gastronomía con el turismo y el atractivo cultural de la región como aspectos que podrían complementar esta práctica haciendo que los visitantes tengan una experiencia más integral de la esencia y la cultura de Santa Cruz al probar platillos elaborados con ingredientes autóctonos producidos por personas locales, tal y como se expone en la siguiente respuesta: *“Claro que sí, especialmente con clientes extranjeros, ya que a ellos les gusta conocer sobre los diferentes platillos autóctonos de la zona”* (entrevistado 12).

“Si, pero si se empleara y profundizara la parte típica dependiendo el origen de la región. Como turista necesitamos que se nos proyecte con la mirada, con buenos montajes alusivos y una buena degustación proporcionando el buen sabor de la zona” (entrevistado 13). Esta persona apela a la importancia del aspecto visual y la garantía de calidad para atraer nuevos clientes por medio de la gastronomía tradicional, es decir, se debe generar una experiencia positiva a través de cada platillo para captar mayor cantidad de público y fidelizar el ya existente.

Por consiguiente, es posible que se interprete que la gastronomía tradicional debe formar parte de la oferta turística que brinda Playa Tamarindo en Santa Cruz, pues puede impulsar y generar un mayor conocimiento de la cultura y estilo de vida de la región, convirtiendo el turismo de la zona en una experiencia más atractiva para quienes los visiten.

Por tanto, se concluye que el marketing es un eje central para el modelo de negocio de gastronomía tradicional, pues se debe comunicar un mensaje correcto y lograr que se entienda la expectativa del consumidor; a la vez, una adecuada estrategia de mercadeo permitirá un alcance mayor de público potencial y por ende más beneficio.

Además, se revela el potencial que posee la cocina tradicional como atractivo turístico al transmitir la cultura y el estilo de vida de las personas locales a través de cada platillo, ya sea por sus ingredientes o las técnicas de cocción empleadas que reflejan aspectos culturales y que encierran historia y tradición.

En cuanto a los requerimientos, o puntos de mejora, se evidenció que se debe comunicar, de manera más efectiva, la oferta de gastronomía tradicional en Playa Tamarindo y representar mejor los elementos visuales de las estructuras de restaurantes que posean menús de comida local, de manera tal que sea sencillo de identificar para los clientes potenciales y, a la vez, se conviertan en locales atractivos para los turistas que visitan la zona logrando un mayor impacto publicitario.

En síntesis, el marketing es una herramienta a disposición de los restaurantes que ofrecen cocina tradicional, siendo el método para comunicar, de manera efectiva, este concepto y sus cualidades a los clientes potenciales, haciendo uso de diferentes plataformas de difusión que permitan un mayor alcance y posicionamiento y, a la vez, puede atraer al sector turismo y promover los restaurantes locales.

En la categoría de métodos de difusión publicitaria se evidencia la importancia que esta posee para el éxito de un restaurante que promueva la comida tradicional, pues deben tener una buena estrategia de marketing que permita lograr un mayor alcance, pues, como se observó en las respuestas brindadas por los sujetos de investigación, existe desconocimiento de los locales gastronómicos en Tamarindo que cuentan con menús de platillos locales, a la vez, existe una necesidad de que se entienda el concepto de los restaurantes de comida tradicional resaltando los elementos más importantes de la cultura de Santa Cruz, de manera

tal que las personas se sientan atraídas y vivan una mejor experiencia culinaria, aspecto que es vital en términos de turismo.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En la investigación se logró realizar la descripción de los diferentes ingredientes y las técnicas de cocción utilizadas para la elaboración de gastronomía típica, como lo es el maíz, frijoles, arroz y mariscos frescos. Sin dejar de lado los insumos naturales como el culantro, cebolla, chile y ajo. Mientras que, en las técnicas de preparación, se rescata el uso del fogón de leña, frituras artesanales con manteca de cerdo o natural. Esta práctica evidencia una conexión relevante con las raíces autóctonas de la región y la oferta de los restaurantes de Playa Tamarindo,
- La investigación permite concluir la percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos que se ofrecen en Playa Tamarindo, identificando las diversas opiniones de los consumidores reales y potenciales de establecimientos enfocados en la cocina local. Dentro de los aspectos más relevantes, se destaca un concepto positivo de los restaurantes con menús de comida típica o tradicional; sin embargo, según las personas entrevistadas, se requiere una mayor oferta que permita el disfrute de esta cocina, a diversos segmentos de mercado.
- En cuanto al criterio de la autenticidad, se demuestra que la población puede definir un platillo típico y clasificarlo según su naturalidad, incentivando, a los dueños de restaurantes locales, a una oferta gastronómica típica, a través de capacitaciones apegada al uso de los ingredientes y las técnicas de cocción tradicional. Promoción en plataformas turísticas, rutas gastronómicas y difusión de propuestas culinarias, a través de entidades como la Cámara de Turismo de Guanacaste y gobierno local cantonal, con el fin de garantizar el sabor local y la calidad en la preparación de recetas autóctonas,
- Es necesaria la implementación de estrategias de marketing digital y tradicional, que combinen aspectos como: la creación de contenido, el seguimiento de plataformas digitales como Instagram, Facebook, Tik-tok, información audiovisual de la oferta gastronómica, presencia en páginas de relevancia turística como la del Instituto Costarricense de Turismo y la incorporación a aplicaciones de Trip Advisor y Google maps, esto con el fin de potencializar la gastronomía típica de la zona, la cual refleja

elementos culturales asociados a la historia de Playa Tamarindo, mostrando la cocina tradicional como una experiencia y reflejo de cultura e historia local,

- Finalmente, al analizar la influencia de la gastronomía local en la oferta de platillos típicos en restaurantes ubicados en Playa Tamarindo, se identificó el interés por incluir la cocina tradicional dentro de los menús generales. Una respuesta de los consumidores a la demanda de experiencias culinarias autóctonas; un valor agregado a la variedad de platillos ofertados y un incentivo a la promoción de alimentos nativos, que contribuyen al desarrollo social, cultural y sostenible de la región.

5.2 Recomendaciones:

- Se recomienda una mayor implementación de ingredientes naturales producidos localmente por parte de los restaurantes que oferten menús con platillos típicos, siendo uno de los aspectos más relevantes y mencionados, en la aplicación de instrumentos, por parte de los consumidores, esto con el fin de alcanzar un posicionamiento favorable en el uso de insumos tradicionales,
- Es de gran importancia que se amplíe la oferta gastronómica de cocina tradicional en los restaurantes de Playa Tamarindo, con base en reiteradas respuestas en el requerimiento de una oferta con mayor cobertura y diferente segmentación de mercado. La cual se convertiría en una oportunidad de brindar un valor agregado a los restaurantes locales de la zona,
- Es necesario que los propietarios de restaurantes de cocina tradicional existentes implementen estrategias en donde se evidencie la preparación de los alimentos en sus procesos artesanales, desde la siembra, cosecha y transporte, esto por medio de videos, fotografías, que muestren el trabajo y los perfiles de proveedores locales, en donde se resalten los vínculos relacionados con la sostenibilidad turística e identidad local de la región, como apoyo e incentivo a la economía de los restaurantes de Playa Tamarindo.
- El sector turismo de Playa Tamarindo debe incorporar la cocina tradicional como parte de su oferta de atractivos gastronómicos, a través de un mapeo de restaurantes locales

que ofrezcan este arte culinario, con el propósito de incluirlos dentro de tours gastronómicos, con base en los requerimientos y las características de los turistas,

- Se plantea la realización de una feria de gastronomía local, con el fin de resaltar el sabor típico de las recetas tradicionales y, a la vez, transmitir una oferta culinaria autóctona, presente en los restaurantes de Playa Tamarindo, para abrir paso a la participación de diversos empresarios y emprendedores de este sector,
- La participación de las autoridades locales del cantón de Santa Cruz es esencial para la promoción de acciones enfocadas en resguardar la gastronomía tradicional y la herencia histórica que enriquece la zona, desarrollando ferias pertinentes, alianzas en coordinación con otras entidades interesadas en el crecimiento cultural, social y culinario de Playa Tamarindo,
- Se les recomienda, a futuros investigadores, estudiar el tipo de perfil turístico interesado en la oferta gastronómica tradicional y cómo podría incrementar el valor de la zona a nivel socioeconómico y cultural, esto a través de ferias culinarias que inviten a la exposición de comidas típicas y la invitación a proveedores locales en la participación activa de dichas actividades, creando vínculos más cercanos que fortalezcan el desarrollo de estas alianzas y considerando la importancia de la comunidad en el ejercicio de la práctica culinaria típica de la región,
- En cuanto a la academia, es vital que dentro de sus planes de estudio y de sus procesos de extensión incorporen la sensibilización sobre aspectos culturales como la gastronomía a sus estudiantes, pues, como futuros profesionales del sector turismo, estos podrían impulsar la cocina local como atractivo del destino turístico.
- Para futuros investigadores del tema de cocina tradicional, es fundamental ampliar el territorio de estudio, logrando analizar las características e impacto de esta gastronomía como exponente cultural de una región, desde una perspectiva que mezcle los matices existentes y los diferenciadores de cada territorio, enriqueciendo así el atractivo de los diferentes centros de desarrollo turístico y preservando los componentes históricos que contiene la comida tradicional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armstrong, G. y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. https://firq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Bañuelos, E. (2024). *Gestión integral del turismo: Perspectivas teóricas y estudios de caso en Sinaloa*. <https://comunicacion-cientifica.com/wp-content/uploads/2025/03/245.-PDF-Gestion-Integral-del-Turismo-1.pdf>
- Blanco, M. (2011). *Investigación narrativa: una forma de generación de conocimientos*. <https://www.redalyc.org/pdf/595/59521370007.pdf>
- Bonifaz, D., Carranco, J. y Ballesteros, L. (2020). *Sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-SistemaPublicitarioYSuImpactoEnElPerfilPublicoDelS-7898192.pdf>
- Cáceres, M. (2024). *La identidad cultural gastronómica en el Ecuador*. <https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/722/794>
- Chavarría, M., & Ávila, J. (2019). *Sabores de mi tierra: Recetario guanacasteco*. Editorial Costa Rica.
- Carranza, H., Tubay, M., Espinoza, H. y Chang, W. (2021). *Saberes ancestrales: una revisión para fomentar el rescate y revalorización en las comunidades indígenas del Ecuador*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-SaberesAncestrales-8168767.pdf>
- Casas, J., Repullo, J. y Donado, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Castillo, J. (2016). *Centro Folclórico Cultural de Santa Cruz*. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/6753>
- Cedeño, A. (2021). *Turismo gastronómico y desarrollo local en la Parroquia Cascol del cantón Paján*. <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3642/1/01%20TESIS%20PEREZ%20EDE%20C3%91O%20ANDREINA%20GISSELLA.pdf>

- Cepeda, J. (2017). *Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-UnaAproximacionAlConceptoDeIdentidadCulturalAParti-6448230.pdf>
- Contreras, D. (2021). *Turismo gastronómico, productos agroalimentarios típicos y denominaciones de origen. Posibilidades y expectativas de desarrollo en México*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-GastronomicTourismTypicalAgrifoodProductsAndDesign-7907940.pdf>
- Coral, D. (2016). *Guía para hacer una revisión bibliográfica*. <https://lpl.unbosque.edu.co/wp-content/uploads/09-Guia-Revisio%CC%81n-bibliografica.pdf>
- Coronel, J., Basantes, R. y Vinueza, A. (2019). *Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador)*. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p09.pdf>
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2023). *Perfil del turista que visita Guanacaste*. <https://www.ict.go.cr>
- Espinoza, A. (2019). *Percepción sobre el impacto del turismo en Guanacaste, Costa Rica*. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/is/v20n41/2215-2458-is-20-41-172.pdf>
- Gastalver, M. (s.f.). *El marketing cultural*. https://www.editorialelearning.com/catalogo/media/iverve/uploadpdf/1526390280_MF1433_3_demo.pdf
- García, A. (2008). *La influencia de la cultura y las identidades en las relaciones interculturales*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaDeLaCulturaYLasIdentidadesEnLasRelacio-2777529.pdf>
- Graña, J. y Vallejos, M. (2021). *Estampas de ayer: salvaguardando la cultura culinaria Guanacasteca*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/44803>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Jiménez, A. (2021). *Propuesta de una ruta gastronómica de platos populares y tradicionales guanacastecos para el distrito de Las Juntas de Abangares, Guanacaste*.

<https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/3fb7c8a5-9646-41a6-8bd2-808377d01b18/content>

Jiménez, A., Rico, E. y Moltó, E. (2023). *Análisis de la cadena de valor del turismo gastronómico y sus relaciones desde un enfoque territorial: criterios de funcionalidad y jerarquización*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/3353-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7982-1-10-20230625.pdf>

Lázaro, R. (2021). *Entrevistas estructuradas, semiestructuradas y libres. Análisis de Contenido*. <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20entrevista%20semi%2Destructurada%20r ecolecta,muestra%20relativamente%20grande%20de%20participantes>

Marín, A., Hernández, Elybe y Flores, J. (2016). *Metodología para el análisis de datos cualitativos en investigaciones orientadas al aprovechamiento de fuentes renovables de energía*. <https://www.redalyc.org/pdf/5768/576866905006.pdf>

Manterola, C., Rivadeneria, J., Delgado, H., Sotelo, C. y Otzen, T. (2023). *¿Cuántos Tipos de Revisiones de la Literatura Existen? Enumeración, Descripción y Clasificación. Revisión Cualitativa*. <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v41n4/0717-9502-ijmorphol-41-04-1240.pdf>

Maranto, M. (2015). *Fuentes de Información*. <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Martínez, J. (2009). *La autenticidad como libertad plural y dialéctica: de Charles Taylor a Francesco Botturi*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-LaAutenticidadComoLibertadPluralYDialectica-4098267.pdf>

Molina, L. (2024). *La comida tradicional aleja a los ticos de las enfermedades crónicas, aún más que las dietas de moda*. <https://semanariouniversidad.com/pais/la-comida-tradicional-aleja-a-los-ticos-de-las-enfermedades-cronicas-aun-mas-que-las-dietas-de-moda/>

Monroy, M. (2020). *Calidad del servicio en restaurantes de Todos Santos (México) por concepto de género*. <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v23n40/2145-4558-unem-23-40-3.pdf>

Monroy, M. (2020). Navarrete, M. Muñoz, C. (2018). *Turismo gastronómico: sabor y tradición*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-TurismoGastronomico-7400807.p>

- Montenegro, Y. y Rosero, M. (2012). *Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida típica del Nariño Andino, en el Municipio de Ipiales*. https://www.academia.edu/36362638/TESIS_DE_RESTAURANTE
- Nikoli. Mona. (2015). *Los discursos de la cocina nacional costarricense y la reubicación cultural de Guanacaste*. <https://www.redalyc.org/pdf/439/43938601001.pdf>
- Nunes, C. (2007). *Somos los que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo*. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713889006.pdf>
- Ordoñez, A. y Prieto, V. (2019). *Marketing experiencial, una tendencia en auge*. <https://core.ac.uk/download/pdf/222808058.pdf>
- Peña, S. (2017). *Análisis de Datos*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425169.pdf>
- Pimienta, R. (2000). *Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas*. <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- Paniagua, J. (2017). *Cultura alimentaria tradicional de Guanacaste*. Universidad Nacional, Escuela de Nutrición.
- Programa Estado de la Nación (PEN). (2021). *Informe del Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible*. <https://estadonacion.or.cr>
- Quintana, L. (2022). *Técnicas Culinarias*. <https://repositorio.une.edu.pe/server/api/core/bitstreams/02db56da-2c85-4313-a255-7fc6cd791054/content>
- Reyes, F. (2022). *La cocina local en la oferta gastronómica de la Parroquia Atahualpa*. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/2475e512-be3f-4818-8c60-cff8200af935/content>
- Rodríguez, M. (2018). *Marketing gastronómico efectivo para desarrollar la culinaria en los restaurantes de comida criolla en el mercado de Lima*. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4891/RODRIGUEZ_YM.pdf?sequence=3
- Rodríguez, S., Feder, V. y Fratucci, C. (2015). *Impactos percibidos del turismo*. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180732864007.pdf>

- Rodríguez, A., & Alpizar, L. (2020). Desarrollo turístico y sostenibilidad en el Pacífico norte de Costa Rica. *Revista Costarricense de Ciencias Sociales*, 42(1), 45–66.
- Salamani, J. (2015). *Utilidad y tipos de revisión de la literatura*. https://www.researchgate.net/publication/281449479_Utilidad_y_tipos_de_revision_de_la_literatura
- Salazar, L. (2020). *Investigación Cualitativa: Una respuesta a las Investigaciones Sociales Educativas*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-InvestigacionCualitativa-7390995.pdf>
- Salgado, A. (2007). *Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación del Rigor Metodológico y Retos*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-InvestigacionCualitativa-2766815.pdf>
- Sanjuán, L. (2019). *El análisis de datos en investigación cualitativa*. file:///C:/Users/Dell/Downloads/MetodosDeInvestigacionCualitativaEnElAmbitoLaboral_Modulo5_ElAnalisisDeDatosEnInvestigacionCualitativa.pdf
- Sedó, P. (2015). *Un acercamiento a la esencia de la cocina patrimonial de Costa Rica*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/view/24736/24952>
- Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC). (2022). *Parque Nacional Marino Las Baulas*. <https://www.sinac.go.cr>
- Torres, F., Romero, J. y Viteri, M. (2017). *Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural*. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-DiversidadGastronomicaYSuAporteALaIdentidadCultura-6295958.pdf>
- Torres, J. y Cañez, G. (2010). *La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México*. <https://www.redalyc.org/pdf/417/41712087008.pdf>
- Ubaldo, E. y Acosta, Z. (2009). *Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa*. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>
- UNESCO. (2022). *Patrimonio inmaterial y cocina tradicional: una mirada desde la identidad*. <https://www.unesco.org>

- Valverde, J. (2018). *Una aproximación al concepto de Turismo Cultural*. https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/22799/RUFCES_Sociales_4.pdf?sequence=1
- Valverde, L. (s.f.). *El Diario de Campo. Revista de Trabajo Social*. <https://www.binasss.sa.cr/revistas/ts/v18n391993/art1.pdf>
- Varese, M. (2018). *La influencia de la globalización en las cocinas locales: un análisis del campo de la gastronomía en Quito*. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/14688>
- Vargas, V. (2021). *Recetario de cocina tradicional de Villarreal de Tamarindo en Santa Cruz, Guanacaste*. https://www.dircultura.go.cr/sites/default/files/media/doc/dc_recetario_de_cocina_tradicional_de_villarreal_-_marzo_2021_0.pdf
- Vera, L (2015). *La Investigación Cualitativa, Universidad Interamericana de Puerto Rico*. https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/velez_vera_investigacion_cualitativa_pdf.pdf
- Villalva, M. e Inga, C. (2021). *Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rchakin/n13/2550-6722-rchakin-13-00129.pdf>
- Yuni, J. Urbano, C. (2014). *Técnicas para Investigar Volumen 2 Recursos Metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación*. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2016/01/T%c3%a9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

APÉNDICES

7.1 Encuesta a Consumidores

Unidad de análisis I: ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?

Unidad de análisis II: percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
3. ¿Cuáles elementos y aspectos deben tener un platillo para ser considerado auténtico?
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Unidad de análisis III: estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
2. ¿En dónde vio, o como se enteró, de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

7.2 Entrevista a Dueños de Restaurantes

Unidad de análisis I: ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?
2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue?
3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de dónde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.
4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?

Unidad de análisis II: percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?
2. ¿Qué tipo de comentarios o realimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?
3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?

Unidad de análisis III: estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?
2. ¿Tienen algún público meta?, ¿cuál sería ese público meta?
3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?

4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?

DIARIO DE CAMPO

El día siete de mayo del presente año se emprendió el viaje a playa tamarindo, sector ubicado en el cantón de Santa Cruz, provincia de Guanacaste, con el fin visitar un restaurante de comidas típicas de la zona. La visita tuvo como propósito observar técnicas de cocción, el menú, la decoración, el mobiliario, entre otros elementos relevantes para el desarrollo de la investigación.

Al ser las 8:00 a.m., se arribó al restaurante *El punto*, ubicado en el cruce de Villarreal, a cuatro kilómetros del centro de Tamarindo. Desde el primer momento la experiencia resultó poco favorable, ya que se restringió el acceso a cualquier tipo de entrevista. El personal alegó que la ausencia de los propietarios impedía brindar información importante para la recolección de datos que respaldarán el trabajo de campo. A pesar del consumo que se realizó en el establecimiento, el servicio al cliente fue deficiente, lo cual impulsó la decisión de retirarse del lugar, y buscar otras alternativas.

Posteriormente, tras recorrer aproximadamente tres kilómetros, se encontró el restaurante *El buen comer*, conocido por ofrecer comidas típicas, de la región. Entre sus opciones destacan los desayunos tradicionales compuestos por gallo pinto, tortilla, huevo, plátanos maduros, natilla o queso. Acompañado de jugo de naranja natural y café chorreado. Este establecimiento, presenta una decoración basada artesones de madera, como el pochote. Tanto en el techo como en el mobiliario. No obstante, el servicio al cliente no fue favorable. Una vez realizada la orden de alimentos, se solicitó a la mesera la posibilidad de ingresar a la cocina para observar directamente el método de cocción. El objetivo era establecer un vínculo más cercano con la experiencia gastronómica, sin embargo, la solicitud fue rechazada con desinterés, a pesar de haberse realizado el correspondiente consumo.

Estas experiencias en los restaurantes de playa Tamarindo formaron parte de una vivencia de campo, en la cual fue posible experimentar aspectos relacionados con el consumo, el servicio al cliente para el consumidor nacional, y valores como la empatía, en colaboración con el desarrollo de un trabajo de campo.

Durante esta práctica se identificaron situaciones positivas, como la atención cordial brindada por el personal del área de salón. No obstante, por parte del personal administrativo se observaron aspectos negativos, tales como deficiencias en el acceso respetuoso a la vivencia de las experiencias gastronómicas solicitadas. Estas observaciones contribuyeron significativamente al desarrollo del trabajo de campo, al ofrecer una perspectiva más completa y realista del entorno turístico y comercial de la zona.

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?

Se define en recetas y métodos transmitidos por generaciones

2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue?

mercados de la zona y proveedores
Maíz, Frijoles, Plátano, Yuca, Culantro y mariscos Frescos y se consiguen en

3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.

Cocinar en leña, Hervir, Asar en Hojas. Inspiración familiar y Guanacasteca

4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?

Costos, escasez, Falta de mano de obra calificada y adaptación al Turismo

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?

Positiva: Valorar lo típico y lo local

2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?

Buen sabor y Frescura, A veces críticas por porciones o tiempo de espera

3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?

Capacitación, Uso de productos locales y escuchar al cliente

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?

Redes sociales, Alianzas y degustaciones

2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?

Turistas que buscan comidas auténticas

3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?

Más visibilidad y preferencia

4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?

Instagram, y su publicidad

Trivisión 36 - Canal Noticiero Guanacaste

Flyers repartidos en lugares cercanos

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?
Como algo típico y antigua de Costa Rica.
2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue?
El arroz, frijoles, los plátanos, todo se consigue con proveedores.
3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.
Técnicas normales ya que se cocina con cocina normal y todo es un poco básico.
4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?
Que a la gente les siga gustando

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?
Les gustan
2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?
La mayoría han sido buenos.
3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?
Tratar de que el cliente quede satisfecho.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?
Nuestra estrategia ha sido brindar calidad en los productos.
2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?
Si, extranjeros.
3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?
Ha sido para bien
4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?
No manejamos ningún tipo de publicidad, básicamente toda ha sido gracias a los y como se ha dado a conocer el lugar.

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?
Comida Casera.
2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue?
Huevos, vegetales, legumbres etc, en un lugar confiable con calidad en lo que se solicita.
3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso. *Las que son hechas a la leña.*
4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo? *Por su servicio a la hora de atender al cliente y la calidad de sus platillos.*

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos? *El tener los platillos servidos en poco tiempo; los clientes se sienten satisfechos tanto x el servicio*
2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos? *Comentarios positivos por la calidad de sus productos.*
3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos? *Se trata que los platillos salgan en el tiempo adecuado, sin perder la calidad del producto.*

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante? *Realizando pequeñas espacios de degustaciones para dar a conocer los platillos tradicionales.*
2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?
a todo tipo de público, desde el más joven hasta los mayores.
3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante? *Los clientes llegan en gran cantidad por la cantidad de comentarios positivos en las redes sociales.*
4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante? *Por medio de las redes sociales es muy efectivo, ya que hoy en día la tecnología es de gran provecho para hacer publicidad.*

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional? La defino como la comida casera hecha por conocedores de receta del lugar.
2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue? Los consigo en lugar confiable y buena calidad como huevos, vegetales, legumbres etc.
3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso. Las que elaborado son las de comida tradicional a la tica.
4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo? La innovación de nuevas recetas que impresionen a los clientes.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos? Se han tenido buena aceptación de los platillos nuevos que provocan un aumento en la demanda.
2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos? Siempre provocan querer probar más platillos. El servicio es muy preciso a la hora de pedir, cumplen con el tiempo.
3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos? Siempre se muestra la calidad del producto y presentación del mismo, promocional por las redes sociales.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante? Promoción de boca en boca, redes sociales de comenzales a Nivel nacional e internacional.
2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta? El público en general ya que nuestro servicio es para toda la persona que quieran disfrutar de nuestra gastronomía.
3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante? Lo tradicional siempre es un boom para distribuir de las personas ya que de confianza de la preparación y de la calidad de los productos.
4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante? Las redes sociales es fundamental en el ~~promociones~~ de cualquier producto o servicio que se quiera emprender, y por supuesto el darse a conocer por la calidad del servicio de los platillos de mi restaurante a nivel Nacional como internacional.

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?
La cocina y platillos cartarricenses.
2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue?
Aceite, frijoles, plátanos, queso en el súper local.
3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.
freír, vapor
4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?
El cambio en el menú

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?
Yes gusta
2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?
Que son deliciosas
3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?
Mantener la forma de cocinar

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?
Redes sociales
2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?
Estrangeras
3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?
de forma positiva atrayendo mas clientes
4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?

*Instagram
TikTok*

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?

Son los ingredientes, recetas, de un pueblo o lugar. Por Herencia o temporadas.

2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consiguen?

Algunos naturales, otras procesados. En ferias y supermercados.

3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.

Sortenear, freír. Inspirados en Restaurantes, Hoteles.

4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?

El consumo. Si las personas se acostumbran a lo nuevo, lo extranjero, se pierde lo viejo.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?

Se ajustan a la oferta, la mayoría no tiene objeción.

2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?

Nunca hemos recibido quejas. Nuestro negocio tiene buena apertura.

3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?

Hablar con los clientes, preguntarles qué les gusta, o qué no.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?

Mi estrategia es la misma promoción de boca en boca de los clientes.

2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?

Es un público variado, no tengo público fijo.

3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?

Considero que bien, siempre tenemos buena clientela.

4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?

Referencias boca en boca.

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?
Procesos de transición cultural, en gustos, contexto, cultura.
2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consigue?

Vegetales, Monstera, Carnes Rojas y Blancas.

3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.

Sartén, Hervir, freír.

4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?

La gentificación a mercado un cambio incluso en la Gastronomía Local.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?

No han mostrado ningún punto negativo hasta el momento.

2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?

Jugosos, Frescos.

3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?

La Opinión del cliente o sugerencia de ellos.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?

Ferias gastronómicas, degustaciones, Redes Sociales.

2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?

Turismo extra local. (Valle Central, U.S.A). Europa.

3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?

Bien. La mayoría utiliza Redes Sociales.

4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?

Redes Sociales. Facebook poco, utilizamos el Instagram.

Entrevista a dueños de restaurantes

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Cómo define usted el término de cocina tradicional?
es un Proceso Que Se Transmite de madre Padre. En Contexto De una Cultura
 2. ¿Cuáles son los ingredientes tradicionales que más se destacan en la preparación de los platillos típicos de su restaurante y cómo los consiguen?
Legumbres Frutos frescos Aceitunas y mariscos, y Medio de Provedores
 3. ¿Cuáles técnicas culinarias tradicionales usan en la elaboración de estos platillos y de donde ha sido dicha inspiración? Describirlas paso a paso.
técnicas basadas de generaciones Que pasa de Padres, e familiar, la inspiración
 4. ¿Cuáles considera usted son los desafíos que enfrentan los restaurantes para mantener el uso de ingredientes y técnicas culinarias tradicionales a través del tiempo?
hacer un plato gustoso Al Publico, y hay Poder Mantener. los ingredien
- Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál ha sido la opinión de los clientes con respecto a la percepción de la autenticidad de los platillos ofrecidos?
muy aceptable. y Satisfechos + la elaboración. y Perfección de lo ofrecido.
 2. ¿Qué tipo de comentarios o retroalimentación han recibido con respecto a la calidad de los platillos?
*Comentarios Productivos, * los Platillos como así. También Para Corregir*
 3. ¿Qué tipo de estrategias han adoptado para mantener o mejorar esa percepción de autenticidad y calidad de sus platillos?
Mantener la esencia. de la Calidad del Producto. y Su frescura.
- Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Cuáles estrategias de mercadeo utilizan para promocionar la gastronomía tradicional de su restaurante?
** medio de redes Sociales. y mercadeo local e. internacional.*
2. ¿Tienen algún público meta?, ¿Cuál sería ese público meta?
Público meta. en general. Sin Preferencia.
3. ¿Cómo ha impactado el uso de estrategias de mercadeo en la atracción y preferencia de los clientes hacia su restaurante?
De muy buena manera. y al. llegar y Disgustar. Salen Complacidos
4. ¿Cuáles son los canales de promoción, ya sean redes, publicidad impresa en las calles, letreros, entre otros, que han sido más efectivos para destacar la oferta culinaria de su restaurante?

*en general. Todos an sido muy efectivos
tanto Redes Sociales. letreros entre. otro. como
medios locales, aplicaciones de delivery marketing
De influencers.*

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?

Casados Típicos: Olla de Laves picadillos, comida típica del cantón

2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?

Regulares, Algunos son naturales. Otros no.

3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?

De mi parte mucho. Crecí aquí. Corco de la casa, cocinaba a la leña. En mi Hogar aun lo conservo.

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?

Si. Tienen que ser naturales. El Sabor es auténtico.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?

Bueno. En los pocos que conozco. 203.

2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?

Buena presentación, olores naturales, presentados en platos típicos

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?

Ingredientes naturales y de la zona. (Maíz por ejm).

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Regular. No hay muchas opciones. Se ha perdido.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?

La decoración: Fogón Típico, Hornillas.

2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

Mis hijos, me llevaron a pasear y por eso conocí.

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Si. Porque es parte de nuestras raíces costarricenses. (Bravacoste, principalmente).

M

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Auténtica, criolla.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Tienen un buen gusto, en algunas, las pequeñas, menos costosas.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Las básicas con la cocina tradicional. Arroz, Frijoles.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera? Sí, en lo visual, y en el sabor, cuando son criollos. Cuando no tienen tanto ingrediente artificial.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? De buena calidad, ya que son platillos que contienen ingredientes más naturales, y son preparados por humanos no por máquinas.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad? Excelente
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Ingredientes que se cultivan en la zona de dicho platillo.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona? Buena

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Desconozco a profundidad. Pero diría que los colores típicos del menú.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
No me he enterado por redes, he escuchado hablar de ellos.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí, considero que sí llamaría la atención de los clientes.

2

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?

2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?

3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?

2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?

2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
La Cocina Tradicional es la cocina típica de alimentos más sanos y naturales.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Regular. Algunos no son naturales, son procesados.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Los Bases. Granos, Vegetales, Frutas de la zona: Melón x ejm.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Sí, claro.

*Arroz
Frijoles
Nataz*

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Regular.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Delicada, no tan cargada. Y naturales.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Su manera de cocinar, y emplatado tradicional.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Mesas sillas, (Madera)- color
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Panfletos.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Cocina Antigua - a la leña, casera, natural.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Ricos - no tienen tanto condimentos o colorantes.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Lo aprendido con mis abuelos, lo tradicional. Leña y ahora gas.

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Sí. Porque de ahí, depende mucho el sabor de un alimento.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Ricos - El Casado es mi preferido.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Naturales, Frescos, con una adecuada presentación.

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Sus ingredientes en la medida de lo posible, deben ser naturales.

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Regular, si hablanas meramente de Tradicional.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Algunos rusticos (Madera, Artesón).
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Volantes (Promoción de desayunos).
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Considero que sí. Ya que a pesar que Tamarindo sea una zona altamente gentrificada, puede prevalecer el valor de la gastronomía autóctona como parte de la cultura de un lugar.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Buena
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Regular.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Poco.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Si, en su aroma, su proyección y sobre todo el sazón.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Según el local, puede ser buena o regular.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Utilizar insumos de calidad y frescos, no sobre cocinar los platillos y tener cuidado al combinar olores.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Presentación, olor, decoración y color.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Regular. Se ha perdido por los cambios de alimentos con el tiempo.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
su decoración y personal de servicio.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Redes sociales, la calidad de los platillos y la atención del servicio al cliente.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Si.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Todo aquello cocinado a la leña y que sea muy de la provincia
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Muy ricos y son ingredientes frescos y producidos en la zona. En rasquillas taneas
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Varios
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Claro que influyen porque no quedarían preparados de la misma manera ejemplo

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Son platos de mucha calidad y que atraen a muchos turistas y nos hacen ser reconocidos fuera del país
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Que sea agradable a la vista y sus olores llamen a los clientes
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Ingredientes de la localidad.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Probar platillos de la zona y llevarse una experiencia agradable.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Vistas atardeceres y decoraciones de la localidad
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Publicidad en las redes sociales
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Si claro y nos haría ser más conocidos

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Es como la gastronomía más común de cada pueblo o lugar que los identifica.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
La correcta manipulación de ciertos ingredientes y el tiempo de preparación y cocción
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Agregando color, sabor y textura en los distintos platos

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Platos de un sabor exquisito y autóctono
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Presentación colorida, olores frescos e ingredientes reconocidos.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Aspecto apetitoso y ser una tradición del lugar donde se prepara.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Gastronomía representativa y autóctona tradicional de la zona.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Colores, alimentos o productos del lugar
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
En redes y en visitas a lugares aledaños
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Si porque al ser tradicional o representativo de la zona habrá conocimiento de preparación para las personas nativas y mayor producción para muchas personas

8

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Comida con sabores auténticos tradicional
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona? En tamarindo se ve muy poco la comida tradicional se ve más la internacional
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región? El emplatado excelente el sabor de la comida no tan buena.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera? Si porque si cambiamos ingredientes le daríamos un sabor diferente a la comida

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? Creo que en la playa no es tan común consumir platillos típicos de la zona
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad? con excelente olor, insumos de calidad emplatado hecho con amor
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico? Llevar los ingredientes correspondientes de cada plato
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales? La decoración
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió? Facebook y Amistades
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes? Considero que si

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
La cocina tradicional para mí es a la leña y la que es a base de maíz.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Son ingredientes frescos y de sabor super jugosos, aunque en la zona casi no se encuentran platillos típicos.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Tengo mucho conocimiento.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Claro que sí influyen, ya que para que el platillo sea de buena calidad deben de ser ingredientes frescos.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Son platillos de buena calidad, hechos 100% a la leña.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
La presentación debe de ser impecable, el olor debe de ser bueno, salido de dicho platillo y los insumos deben de ser de buena calidad y super frescos.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Los productos deben de ser de buena calidad y frescos y el emplatado debe de ser perfecto.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
No puede ser muy buena ya que casi no se encuentran platillos típicos.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
La infraestructura y los atardeceres que se ven en dicha zona.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
por las redes sociales y comentarios de conocidos.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Claro que sí impulsaría.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Es el platillo típico de cada provincia y que se utiliza el ingrediente autóctono
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Agradable, pero se ve más comida extranjera
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Poco, pero me encuentro estudiando para obtener más conocimientos
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Sí, influyen en su sabor y en la técnica de preparación.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Desconozco
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Una presentación elaborada, de manera llamativa y que su olor sea agradable
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Que sus ingredientes sean autóctonos del país
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Que es muy consumida y recomendable

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Ambiente familiar, decoración y lugar amplio
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Por medio de redes y por lo llamativo del lugar
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí, ya que si hablamos de la comida Costarricense, ya sea en general atrae clientes por su diferentes sabores y presentaciones

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Platillos propios de una región.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Bien, pero puede mejorar.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
NINGUNA.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Influye mucho en su sabor.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
MUY BAJA.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Presentación impecable, agradable a la vista, un olor a hogar.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Ingredientes producidos en la zona.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
100% recomendable.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Su decoración, ambiente y servicio al cliente.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
En redes sociales (Facebook), por el aspecto del platillo y el ambiente del lugar.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Claro que sí, especialmente con clientes extranjeros, ya que a ellos les gusta conocer sobre los diferentes platillos autóctonos de la zona.

M
Doente**Encuesta a consumidores**

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
La comida criolla, auténtica del lugar a base de los insumos de la localidad.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Fenómeno, son cocineros(as) conocedores del platillo típico y por ende la selección de cada insumo de acuerdo al platillo.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región? A base de maíz, arroz, etc.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera? Claro que sí, porque la parte en elaboración de platillos típicos son generados en la zona y su preparación es muy significativa.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? Un poco devaluado, porque son pocas los locales de establecimientos gastronómicos típicos de la región.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Frescos, insumos frescos, y su realización en el acto.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
dependiendo la comida que sea diseñado de acuerdo al plato.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Muy cara y el montaje no recree en ocasiones en la parte típica.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Suvenir
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
La verdad no tengo coherencia en algo que no me agrada.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí, pero si se empleara y profundizara en la parte típica dependiendo el origen de la región. Como turista necesitamos que se nos proyecte con la mirada con buenos montajes alueivos y una buena degustación proporcionando el buen sabor de la zona.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional? *es la cocina de nuestros antepasados basados en maíz, productos naturales cocinados a la leña con Manteca de Cerdo*
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona? *satisfactoria en algunos no en todos se ha perdido la esencia de nuestros platillos, ejemplo el gallo pinto, ya no es a la leña, la tortilla no es el comal*
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región? *tortillas en comal, picadillos, cocina a la leña Manteca de Cerdo*
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera? *Si el sabor no es el mismo Café de maguina Café Chocreado, cocinar con ingredientes típicos, de Consome*

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? *poco > lugares mantienen la autenticidad de lo típico otros usan productos no tradicionales*
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad? *conservar los ingredientes típicos y presentarlo en utensilios tradicionales*
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico? *productos naturales, cocinado a la leña*
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona? *crudo que expresamos más lugares y más autenticidad.*

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales? *la elaboración y la decoración*
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió? *por recomendación de una familia y todos sociales*
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes? *si al momento es al público meta y la publicidad es la adecuada es factible aumentar e índices del turista.*

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
aquella que rescata y procura preservar la gastronomía ancestral
 2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Es variada, en algunos por ejemplo utilizan aceite industrial y no manteca de cerdo
 3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región? *Muy superficial, sé que hay colaboradores que manejan técnicas heredadas de sus padres.*
 4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera? *son decisivos para "ese" toque tradicional. Hay diferencia entre la cocina a la leña y la de gas*
- Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? *Entre más típico y rústico sea la cocina el platillo conserva más arraigo gastronómico*
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Debe ser básica, siempre y cuando conserve el "toque" típico
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
que los productos sean producidos en la misma zona.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
que varía según el lugar y el presupuesto que éste aude.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
El rescate de la gastronomía local.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Redes sociales
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
A cierto público más sí, ya que la zona ofrece una gama muy amplia.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
esta basada en nuestros antepasados, muchas a base de maíz
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Muy positiva
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Los de cocina tradicional.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Varían la forma de condimentos

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Se ha perdido, no hay comida típica
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
que conserven los ingredientes
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Local, propio de Gte. o la zona
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Muy buena, pero en zonas rurales

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Pinto, alimentos como tortilla
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Por el boca a boca
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
sí -

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?

Cocina tradicional es a la leña.

2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?

Muy buenos aunque en la zona casi nunca se ve platillos típicos.

3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?

Tengo mucho conocimiento.

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?

Claro, porque cuando están en mal estado el platillo no queda bien y sabe Pro.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?

Si es por vista el emplatado se ve bien pero a veces el sabor no es bueno.

2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?

Los insumos deben ser frescos.

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?

Tener productos de buena calidad.

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

En la zona de tamarindo se ve mucho la comida rápida.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?

A la decoración que se ven en esta zona.

2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

En redes sociales como Facebook.

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Si y no eso tiene su propia vida.

M

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional? es aquella a base de tradiciones o ingredientes que la hacen única tradicional.

2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona? cada uno de los

restaurantes trabaja los ingredientes de diferentes maneras por ende saben algunos distintos

3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región? Gracias a Dios y mis abuelitos y madre que me han enseñado

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera? Si claro muchas tienen que ver sin ellos muchos no sabrían igual.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona? Que algunas personas tal vez no lo realizan

a como se debe, por eso prefiero clasificar a persona donde lo

2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad? El sabor es lo que hace que el platillo sepa super bien. esto agregando de la presentación

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico? ingredientes nativos de la zona.

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Cada uno tiene una opinión diferente, dependiendo al

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?

Lo llamativo del lugar y la atención del personal.

2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

redes sociales.

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Claro que si, porque cada uno tiene una forma distinta de realizarlo y aparte que no todos venden lo mismo

H

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Técnicas y platillos de una zona.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Muy baja
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Poco conocimiento
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Influyen mucho en su sabor.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
La preparación de estos platillos es escasa, en la zona.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Presentación no tan sofisticada, e insumos frescos y de calidad.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Productos frescos, presentación llamativa y agradable.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Muy mala

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
La decoración y emplatado.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Redes sociales, por la presentación de los platillos.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí, ya que es una manera de dar a conocer los platillos tradicionales de la zona, y atraer más turistas.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Comida típica. Arroz, frijoles,
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
consideración que buena,
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
La preparación de los alimentos. La marinación, condimentación, forma en cocinarse
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Sí.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Buena
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Frescos, que no se vean marchitos - Una buena imagen.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
La presentación del emplatado, El Sabor natural.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Buena

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
Los utensilios, algo rústicos.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Facebook
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
La Comida de antes. La que cocinaban nuestros abuelos.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
de Regular a bueno.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
La cocina tradicional, los granos, legumbres.
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Sí.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Buena, han mejorado.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Frescos, del día a día.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
La presentación.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Buena.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
En algunos el mobiliario el techo. Las Mesas.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Sobre la carretera, me gustó la presentación externa. Típica.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?

Los alimentos no procesados, típicos de la zona.

2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?

Buena.

3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?

La forma de usarlos y prepararlos, con olores naturales.

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?

SI.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?

Diría que buena.

2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?

Ojalá se cultivaran, al menos los olores como el calantro.

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?

Comida Tradicional. Pinto, Tortillas, guineas.

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Buena.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?

La Presentación externa. Madera

2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

Rotulavén en una Valla.

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

SI. El Turismo seguirá creciendo.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Comida Típica, sin muchas cosas artificiales
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Buena, no ha sido mala la verdad
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Pocos en realidad
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Sí.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Buena
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Buenos, Frescos.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
El sabor y presentación
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Buena

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
La fachada, rústica
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Facebook
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Diría que sí. El extranjero está abierto a nuevas opciones.

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?

Alimentos de cocina casera.

2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?

Buena. Así algunas conservan la comida Tradicional

3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?

En realidad básica. Granos básicos como Arroz y Frijoles (Gallo Pinto)

4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?

Sí. Si son naturales, son alimentos con mejor sabor.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?

Buena.

2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?

Frescos y naturales, Por supuesto.

3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?

Considero que lleve arroz, frijoles, plátanos maduros, picadillos

4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?

Sí es a nivel general, consideraría que sería buena. Pero no excelente.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de Playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?

El mobiliario, mucho mueble de madera aun.

2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?

Pasé por la calle y lo ví.

3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?

Sí. Creo que Tamarindo puede conservar y trabajar el concepto, sin perder el público meta que sería el extranjero.

H
Adulto Mayor
asistido

Encuesta a consumidores

Unidad de análisis I: Ingredientes y técnicas culinarias tradicionales empleados en la elaboración de platillos típicos en restaurantes de Playa Tamarindo, cantón de Santa Cruz.

1. ¿Qué considera o cómo definiría usted la cocina tradicional?
Típica de Guanacaste. A base de Maíz. Lente.
2. ¿Cómo podría describir usted su experiencia con los ingredientes y sabores de los platillos típicos degustados en los restaurantes de la zona?
Aún hay algunos que conservan su sabor a Lente.
3. ¿Cuáles conocimientos tiene usted sobre técnicas culinarias tradicionales y culturales de esta región?
Recetas de mis tíos abuelo. (Lente, maíz).
4. ¿Considera que los ingredientes influyen en la preparación de estos platillos? ¿De qué manera?
Por supuesto. Es la base para que un plato, sepa rico.

Unidad de análisis II: Percepción de los clientes sobre la autenticidad y calidad de los platos típicos ofrecidos en los restaurantes de Playa Tamarindo.

1. ¿Cuál es su percepción con respecto a la calidad de los platillos tradicionales degustados en la zona?
Algunos Regulares. Otros se han ido perdiendo con tanto turista extranjero.
2. ¿Cómo debe ser la presentación, el olor, los insumos de un platillo tradicional para ser considerado de calidad?
Presentación Típica, que se debe conocer las raíces Guanacastecas.
3. ¿Cuáles elementos y aspecto debe tener un platillo para ser considerado auténtico?
Sabor a Lente, maíz por ejm.
4. ¿Cuál considera usted podría ser la opinión general de los consumidores con respecto a la experiencia gastronómica tradicional en la zona?
Regular. La Provincia debe resaltar más sus tradiciones.

Unidad de análisis III: Estrategias de marketing empleadas por los restaurantes de playa Tamarindo para promover y destacar la gastronomía local en sus menús.

1. ¿Qué vio usted atractivo de estos restaurantes tradicionales?
La decoración.
2. ¿En dónde vio o como se enteró de estas ofertas gastronómicas y por qué lo escogió?
Mis hijos me llevaron.
3. ¿Considera usted que la cocina tradicional impulsaría el alcance de futuros clientes?
Sí. Guanacaste no solamente es playas u hoteles. Es gastronomía local, de nuestros antepasados, comida Saca, sin ingredientes artificiales. La Tierra lo produce.