CULTURA GASTRONÓMICA DE LOS PRINCIPALES ESTABLECIMIENTOS COMO ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DEPARTAMENTO CAAGUAZÚ

Autora: Lucia Elizabeth Cardozo Coronel
Tutora: Lic. Ninfa Raquel Torales Kennedy

RESUMEN

La gastronomía es la forma de conocer un país, porque refleja los ingredientes, los interpretes gastronómicos, utensilios, tradiciones y folklores por ser un poderoso canal de comunicación universal transformador de un acto comercial a un momento de gran impacto humano que muestra la cultura de cada pueblo, que trasciende de generación en generaciones, además de ser un eje económico que dinamiza regiones rurales por generar empleos para la comunidad local mejorando así la calidad de la alimentación en la comunidad receptora. La investigación se realizó en el Departamento de Caaguazú sobre la Ruta 2 Mcal. José Félix Estigarribia, desde el distrito Dr. Juan Eulogio hasta el distrito San José de los Arroyos, entre los meses febrero a junio 2020. El objetivo fue caracterizar la cultura gastronómica de los principales establecimientos gastronómicos. Las variables evaluadas fueron: establecimientos de oferta de comida, características de los establecimiento, percepción y satisfacción de los clientes. Se utilizó el Diseño Observacional Descriptivo con Enfoque Cualitativo y de Corte Transversal con la aplicación de las encuestas con el instrumento del cuestionario de forma simultánea. Los resultados obtenidos fueron: Los tipos de establecimientos gastronómicos fueron identificados como comedores, churrasquerías y restaurantes de nacionalidades paraguayas y brasileras cada uno caracterizado por los tipos de platos ofertados desde comidas rápidas, nacionales e internacionales, servicios a la carta, buffet y menúes fijos, cada establecimiento fue reconocido por sus servicios inclusivos y los servicios agregados que conforman desde entretenimiento, alquileres de salón, estacionamiento y otros. En cuanto a la percepción y satisfacción, los clientes califican de ese modo como aceptable o muy bueno a cada establecimiento por el servicio recibido tanto en la atención al cliente, como en los productos generales.

PALABRAS CLAVE: Cultura, gastronomía, establecimiento, atractivos, turismo, servicios