

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

Escuela Profesional de Ingeniería de Industrias Alimentarias



Una Institución Adventista

Percepción de consumo de platos tradicionales limeños de un grupo peruano de la generación millennials

Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de Bachiller en Ingeniería de Industrias Alimentarias

Autor:

Heidy Shirly Camasca Capcha

Carla Rosa Sedano Arosquipa

Asesor:

PhD. Reynaldo Justino Silva Paz

Lima, febrero de 2021

DECLARACIÓN JURADA
DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN

PhD. Reynaldo Justino Silva Paz, de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela Profesional de Ingeniería de Industrias Alimentarias, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente trabajo de investigación titulado: PERCEPCIÓN DE CONSUMO DE PLATOS TRADICIONALES LIMEÑOS DE UN GRUPO PERUANO DE LA GENERACIÓN MILLENNIALS constituye la memoria que presenta la estudiante Heidy Shirly Camasca Capcha y Carla Rosa Sedano Arosquipa, para aspirar al grado de bachiller en Ingeniería de Industrias Alimentarias, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este trabajo de investigación son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Lima, el 16 de febrero de 2021



PhD. Reynaldo Justino Silva Paz

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a...05..... día(s) del mes de... febrerodel año 2021... siendo las...10:00...horas,

se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión campus Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Ing. Joel Jerson Coaguira Quispe

Ing. Guido Fulgencio Anglas Hurtado

MSc. Silvia Pilco Quesada Dra. Amparo Eccoña Sota

y el(la) asesor(a) Dr. Reynaldo Justino Silva Paz

..... con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de

investigación titulado: Percepción de consumo de platos tradicionales limeños de un grupo peruano

de la generación millennials

de los (las) egresados (as): a) Heidy Shirly Camasca Capcha

b) Carla Rosa Sedano Arosquipa

..... conducente a la obtención del grado académico de Bachiller en

Ingeniería de Industrias Alimentarias

(Denominación del Grado Académico de Bachiller)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando a la candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por la candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato/a (a): Heidy Shirly Camasca Capcha

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	Muy Bueno	Sobresaliente

Candidato/a (b): Carla Rosa Sedano Arosquipa

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	Muy Bueno	Sobresaliente

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó a la candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.



Presidente/a



Asesor/a



Candidato/a (a)

Heidy Shirly Camasca Capcha



Miembro



Secretario/a



Miembro



Candidato/a (b)

Carla Rosa Sedano Arosquipa

**Percepción de consumo de platos tradicionales limeños de un grupo peruano de la
generación millennials**

**Perception of consumption of traditional Lima dishes by a Peruvian group of the
millennial generation**

Heidy S. Camasca Capcha, Carla R. Sedano Arosquipa, Reynaldo J. Silva Paz

EP Ingeniería de Industrias Alimentarias, Universidad Peruana Unión.

Resumen

La alimentación es una parte fundamental de la cultura de cualquier sociedad, La cultura gastronómica muestra las tradiciones y costumbres alimentarias, registrando las diferencias de las cocinas regionales indicadas a través de los hábitos alimentarios. Este estudio investigo la percepción de consumo de platos tradicionales limeños, los participantes (n=300) fueron la generación millennials (18-35 años) quienes evaluaron 6 imágenes de platos tradicionales limeños (ceviche, anticucho, lomo saltado, cau cau, causa rellena y ají de gallina) en una escala hedónica y luego respondieron preguntas de lo que les gustaba y lo que no les gustaba de cada plato. La encuesta se realizó de forma online utilizando el google forms. Las respuestas fueron llevas a una hoja de excel y fueron analizadas mediante el programa R. Los comentarios positivos y negativos más mencionados por las personas fueron como atributos positivos ingredientes de origen vegetal, el sabor, la preparación y que les gusta todo del palto tradicional y atributos negativos como los alimentos de origen animal. Además, los comentarios negativos se relacionaban con comentarios de aversión de que le gustaba el plato tradicional limeño. También se observó que los consumidores presentan respuestas similares entre ellos demostrando una mayor aceptabilidad en respecto al ceviche, ají de gallina y la cusa rellena. Dado que existen algunas diferencias sutiles entre el análisis de los comentarios

positivos y negativos de los consumidores de la generación millennial, este método debe usarse con precaución. Este método puede ayudar a acceder a diversas investigaciones y análisis estadísticos de los consumidores.

Palabras claves: Plato típico, millennial, análisis de comentarios, Chi-cuadrado por celda, mapeo de preferencias.

Abstract

Food is a fundamental part of the culture of any society. Gastronomic culture shows food traditions and customs, recording the differences of regional cuisines indicated through eating habits. This study investigated the perception of consumption of traditional Lima dishes, the participants (n = 300) were the millennial generation (18-35 years old) who evaluated 6 images of traditional Lima dishes (ceviche, anticucho, lomo saltado, cau cau, cause rellena and ají de gallina) on a hedonic scale and then answered questions about what they liked and what they didn't like about each dish. The survey was conducted online using google forms. The answers were taken to an excel sheet and were analyzed using the R program. The most positive and negative comments mentioned by people were as positive attributes, ingredients of vegetable origin, the taste, the preparation and that they like everything about the traditional avocado and negative attributes such as foods of animal origin. In addition, the negative comments were related to dislike comments that he liked the traditional Lima dish. It is also produced that consumers present similar responses among themselves, demonstrating greater acceptability with respect to ceviche, aji de gallina and causa rellena. Since there are some subtle differences between the analysis of positive and negative comments from Millennial consumers, this method should be used with caution. This method can help you access various research and statistical analysis of consumers.

Keywords: Typical plate, millennial, comment analysis, Chi-square per cell, preference mapping

1. Introducción

La alimentación es una parte fundamental de la cultura de cualquier sociedad, su relación con el desarrollo tecnológico han ido evolucionando e incidiendo en lo que comemos, en cómo obtenemos nuestros alimentos y hasta en cómo los preparamos (Meléndez Torres & Cañez De la Fuente, 2009). Saborear un alimento o bebida no es sólo el hecho de ingerir nutrientes sino la relación entre interioridad-exterioridad, expresada en el gusto, el placer y la voluntad que no sólo está alineado al sentido del gusto sino a otros sentidos relacionados con la experiencia integral de ese lugar o ese momento. La cultura gastronómica muestra costumbres, tradiciones alimentarias y productos de la tierra, relacionado a las diferencias de las cocinas regionales expresadas a través de los hábitos alimentarios, las recetas y los sabores locales (Bortnowska & Alberton, 2015). Por lo que, las comidas tradicionales también pueden ser una oportunidad para alimentarse en forma más saludable (Troncoso Pantoja, 2019).

Las percepciones de consumo se tienen sobre la calidad y los juicios de satisfacción que se constituyen como elementos clave al momento de explicar las conductas deseables del consumidor ya sean positivas o negativas (Torres Quintero & Mora Contreras, 2017). Siendo de gran importancia conocer las causas de la insatisfacción para combatirlas, dado que estas no pueden “adivinarses”, ya que en el trayecto se pierden recursos y fuerzas (Moreno, 2012). La mayoría de los estudiosos indican que los millennials son quienes nacieron al calor del pasado y a las creencias tradicionales, así también fueron testigos de la consolidación y el desarrollo de nuevas tecnologías, estando entre lo nuevo y lo viejo (Umaña, 2016). La literatura muestra la singularidad de los Millennials, ya que varios

estudios actuales sobre alimentos se están enfocando en esta población específica (Cano-Lamadrid et al., 2020; Mastrolia & Willits, 2014).

Barranzuela Quintana (2017) mencionó que a diferencia de los últimos años, las ensaladas ocupan un lugar cada vez más preponderante en la cocina y gastronomía peruana. Granada Lizano (2019) estudió el consumo de pescados y marisco por parte de consumidores jóvenes, donde indico que este grupo de consumidores conoce de las propiedades nutritivas del pescado y los mariscos, gusta de consumirlo mayormente en estado fresco. Samanamud Quispe & Lioo Jordan (2020) encontró una gran correlación entre las diferentes preparaciones de ensalada y el su consumo, utilizando la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.523, representando una moderada asociación.

El estudio realizado por American Express enfatiza el comportamiento del consumo gastronómico, en base a los gustos y preferencias, uso de medios informativos, redes sociales y tendencias, mediante encuestas online a “foodies” (persona aficionada a la comida y bebida) entre 25 y 55 años en el Perú. Donde el 64% de los encuestados reconocen ser amantes de la cocina (principalmente disfrutan de cocinar), seguidos por 19% conocedores de los procesos e ingredientes de tendencias alimentarias y 17% apasionados por salir y conocer nuevos restaurantes (Pulimetro, 2019). Kotler y Armstrong mencionan que el comportamiento de compra del consumidor en general, es afectado por una serie de condiciones, como la percepción, intereses e inquietudes, entre otros (Granada Lizano, 2019). Estudiar las percepciones de consumo, es vital para fortalecer la gastronomía, ya que permite identificar la preferencia y aceptabilidad que se tiene en este caso, sobre los platos tradicionales, como esta información se podrá plantear investigaciones posteriores sobre esta temática, así como también servirá para implementar y/o redireccionar estrategias tanto para las empresas turísticas, restaurantes, etc. (Flores Carrasco, 2016). El sector de la producción del Perú indicó el consumo de

alimentos en restaurantes, el cual registró un aumento un 4.94% en febrero de 2020, en marzo se registró una disminución de 42,40%, luego de treinta y cinco meses de crecimiento continuo (desde abril 2017) debido al aislamiento social para evitar la propagación del COVID19 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020).

En la ciudad de Lima, capital de Perú el arte culinario es sin duda la razón que motiva el desplazamiento de personas y es base de la economía local (Samanamud Quispe & Lioo Jordan, 2020). Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la Provincia de Lima tiene una población de 9 millones 320 mil habitantes al año 2018, de los cuales 2.46 millones pertenecen a la generación millennials (Compañía peruana de estudios de mercado y opinion publica, 2019). En Lima, se puede encontrar una gastronomía variada formada por platos sabrosos y diferentes a los de otras zonas (Gómez, 2017). Se han realizados diversos estudios sobre este, sin embargo, en el Perú no se han llevado a cabo estudios sobre las percepciones de platos típicos tradicionales limeños, se desconoce qué características positivas o negativas presenta estos platos típicos y su aceptabilidad. Es por ello que este trabajo de investigación tiene como objetivo conocer la percepción de consumo de platos tradicionales limeños de un grupo peruano de la generación millennials.

2. Materiales y métodos

2.1. Platos típicos

Se trabajaron con los platos tradicionales Limeños con mayor consumo, para ello se realizó una búsqueda de reportes, documentales y encuestas. Los platos tradicionales limeños que utilizaron para la investigación fueron: Ceviche, Anticucho, Lomo saltado, Cau cau, Causa rellena y Ají de gallina (Hurtado, 2014)

Tabla 1. Platos tradicionales limeños y sus ingredientes

PLATOS	IMÁGENES	INGREDIENTES
Ceviche		Pescado, cebolla cortada, cilantro, aji amarillo picado, limo picado, pimienta, limones, sal. Para acompañar: maíz sancochado, camote, hojas de lechuga.
Anticucho		Palitos de brochetas. corazón de vacuno, sal, vinagre de vino, comino, ajo, pimienta molida Para acompañar: choclo y papa
Lomo saltado		Lomo de ternera, Cebolla roja, Tomates. Vinagre, Aji amarillo, Arroz blanco. Patatas fritas. Salsa de soja, Caldo de carne, Pimiento rojo, Cilantro picado, Cebollino picado, Dientes de ajo, Orégano seco, Pimienta negra, Comino, Sal, Aceite.
Cau cau		Mondongo (panza de res) cortado en cuadrados, papa blanca cortada en cuadrados, zanahoria, arvejas, ají amarillo, cebolla picada en cuadraditos pequeños, cucharadita de ajos molidos, manojo de hierba buena, cúrcuma o palillo, comino, pimienta negra, orégano seco, Sal al gusto, Aceite para el aderezo, Perejil picado (opcional)
Causa rellena		Papa amarilla peruana, Pechuga de pollo, Cebolla, Mayonesa, Aji amarillo, Aguacate, Aceite de oliva virgen extra, Sal y pimienta al gusto.
Ají de gallina		Pechuga de gallina, hoja de laurel, verduras (zanahoria, apio y poro), pan francés, leche, aceite, cebolla picada, dientes de ajo picados crema de ají de amarillo, comino ,palillo, comino pecanas tostadas y picadas queso parmesano rallado , papas amarillas cocidas, en rodajas , aceitunas negras de botija , huevos cocidos ,Sal y pimienta.

(Iletours Peru, 2019)

2.2. Participantes

La población estudiada fue la generación millennials de la ciudad de Lima. La muestra de estudio consistió en 300 personas, entre jóvenes y adultos que pertenecen a este grupo entre 18 y 35 años, quienes nacieron al calor del pasado y a las creencias tradicionales, fueron testigos de la consolidación y el desarrollo de nuevas tecnologías, estando entre lo nuevo y lo viejo (Compañía peruana de estudios de mercado y opinion publica, 2019; Umaña, 2016).

2.3. Metodología

2.3.1. Encuesta

Se desarrolló la encuesta para evaluar la percepción de consumo de los millennials limeños indicando su aceptabilidad y sus aspectos negativos y positivos de los platos tradicionales. La encuesta está dividida en 3 secciones, en la primera se encuentra la descripción sociodemográfica (genero, edad, lugar de procedencia y nivel de estudios) y la frecuencia de consumo, en la segunda se encuentra la aceptabilidad que se realizó mediante una escala hedónica del 1 al 9 (1 es me disgusta mucho y 9 me gusta muchísimo) (Symoneaux, Galmarini, & Mehinagic, 2012), los factores negativos y positivos se evaluaron de manera separada, donde cada encuestado podría poner que es lo que más le gustaba y le disgustaba de cada plato típico, y por último la preferencia de consumo de los platos tradicionales limeños. La encuesta se realizó de forma online utilizando el google forms (Cazau, 2016).

2.3.2 Análisis estadístico

Se utilizó una hoja Excel de Microsoft office y el programa estadístico R para realizar los análisis de los resultados de la encuesta (Symoneaux et al., 2012).

2.3.2.1. Análisis de la aceptabilidad

Se realizó un análisis de varianza (ANOVA) para evaluar las diferencias significativas sobre la aceptabilidad de los platos tradicionales en términos de puntuaciones generales de gusto, considerando el plato típico y los encuestados como fuentes fijas de variación. Se trabajó con un valor de significancia de $p > 0.05$. A continuación, las intensidades medias se compararon mediante la prueba de comparación múltiple de Student Newman-Keuls (SNK) (Symoneaux et al., 2012).

2.3.2.2. Chi-cuadrado global y Chi-cuadrado por celda

El Chi-cuadrado global se utiliza para probar la independencia entre filas y columnas de la tabla de contingencia. Cuando el Chi-cuadrado inicial es significativo, es posible analizar dentro de cada celda identificando la fuente de variación del Chi-cuadrado global (Bejar, 2018). La tabla de contingencia se elaboró utilizando la función " Tabulación cruzada " con platos típicos como columnas y comentarios como filas (Symoneaux et al., 2012).

2.3.2.3 Análisis multifactorial de Correspondencia

Para poder visualizar la relación entre platos típicos y comentarios positivos (P) y comentarios negativos (N) citados por los encuestados, se realizó un análisis de correspondencia en la tabla de contingencia (platos típicos vs. comentarios P y N) sobre los principales comentarios que al menos el 1% de los consumidores utilizaron para al menos un plato típico. El análisis multifactorial de correspondencia mapea los datos generados a partir de una tabla de contingencia que representa filas y columnas en el mismo espacio geométrico (Chang, 2017).

3. Resultados

En la tabla 2 se muestran las características sociodemográficas de la encuesta, donde se observó una mayor participación del género masculino, la edad de los encuestados fue

entre 18 y 22 años procedentes de la costa en gran medida, mostrando generalmente un nivel de estudio universitario y el consumo de un plato tradicional limeño de 1 vez por semana.

Tabla 2

Características Sociodemográficas

Características	% de participantes
Genero	
Masculino	65
Femenino	35
Edad	
18-22 años	48
23-26 años	30
27-30 años	17
31-35 años	5
Lugar de procedencia	
Costa	64
Sierra	24
Selva	13
Nivel de estudio	
Primaria	1
Secundaria	20
Formación técnica	18
Estudios Universitarios	61
Cuántas veces consume un plato tradicional limeño	
1 vez por semana	34
2 veces por semana	25
3 veces por semana	22
4 veces a más por semana	20

3.2. Análisis de comentarios positivos y negativos

En la tabla 3 se muestra la categorización de los atributos positivos y negativos

Tabla 3

Categorización de atributos positivos y negativos

Categorías	Lista
Positivo todo	todo, casi todo, plato típico, todo-aceituna

ingredientes de origen animal	pollo, gallina, carne, huevo, leche
ingredientes de origen vegetal	vegetales, zanahoria, arveja, aceituna, ají
Sabor	sabor, picante
rico	rico, encanta, delicioso, exquisito, riquísimo, favorito, bueno
salsa	crema, salsa, guiso - juguito, relleno, leche de tigre
presentación-preparación	Combinación, mezcla preparación, aderezo, ingredientes, sazón, componentes, ahumado
Negativo	
Me gusta todo	Me gusta todo, me encanto, no me desagrada, todo bien, rico, encanta delicioso, riquísimo, favorito, bueno, nada, ninguno, ningún problema
ingredientes de origen animal	pollo, gallina, carne, huevo, leche, grasa
ingredientes de origen vegetal	vegetales, zanahoria, arveja, aceituna, ají, maíz, choclo, papa, tomate, arroz, perejil, hierba (culantro, huacatay, hierbabuena)
Sabor	sabor, picante, dulce, acido, frio, raro, sillao, duro, pimienta
salsa	crema, aguado, suelto, juguito, aderezo, condimento
todo	todo, no me gusta, no me agrada, el plato, muy poco
no lo se	no lo sé, no he probado, no he comido, ni idea

A los consumidores se les solicito que indiquen en dos casillas lo que les gusta y disgusta de cada plato típico, respectivamente, después de haber dado su puntuación general respecto a su aceptabilidad. En la tabla 4 se muestra los principales comentarios positivos (p) y negativos (n) que utilizaron los encuestados.

Tabla 4

Tabla de contingencia de los principales comentarios de los encuestados y el número total de comentarios positivo y negativo. Se presentan el número de comentarios por plato típico y los resultados del chi cuadrado por celda.

Principales comentarios	Ajé de gallina	causa rellena	Cau cau	lomo saltado	ceviche	anticucho
Positivo						
todo	117	131(+) ***	76	119	99 (-) *	106
Ingredientes (origen animal)	69	26 (-) ***	42	97(+) ***	87 (+) ***	40(-) **
sabor	44	30	32	29(-) **	72(+) ***	35

salsas		41	52(+) ***	32	21(-) *	14(-) ***	18(-) *
Ingredientes (origen vegetal)		46(-) *	40(-) *	73(+) ***	76	58	50
rico		28(+) *	22	5(-) **	16	27	10(-) *
presentación		13	14	11	11	9	8
preparación		9(-) *	6(-) **	13	11(-) *	3(-) ***	63(+) ***
Negativo							
Nada, me gusta todo		103	89	72 (-) ***	93 (-) *	92	144 (+) ***
Ingredientes (origen animal)		21(-) *	10 (-) ***	64(+) ***	22 (-) *	34	37
sabor		10	12	9	5 (-) **	32 (+) ***	11
salsas		7	25(+) ***	12	18	13	5(-) *
Ingredientes (origen vegetal)		129 (+) ***	113 (+) *	96	149 (+) ***	88 (-) **	55(-) ***
Me disgusta todo		5(-) **	7 (-) *	19	17	24(+) **	16
no he probado		3	8	10	4	6	4
Total de comentarios P		284	66	206	222	94	199
Total de comentarios N		123	109	146	39	145	68

(+) o (-) indican que el valor observado es mayor o menor que el valor teórico esperado.

*** p < 0.001, ** p < 0.01 y * p < 0.05; efecto del Chi-cuadrado por celda.

En los principales comentarios (P) con mayor significancia y descripción fueron que le gustaba todo y los ingredientes de (origen animal) para cada plato tradicional limeño como: Ají de gallina, causa rellena, Cau cau, lomo saltado, ceviche y anticucho. Los que tuvieron menor significancia y poca descripción en los comentarios (P) fueron las salsas para cada plato tradicional limeño como: Ají de gallina, causa rellena, Cau cau, lomo saltado, ceviche y anticucho. En el caso de los principales comentarios (N) con mayor significancia y descripción fueron que nada, todo le gustaba y los ingredientes de (origen

animal) para cada plato tradicional como: Ají de gallina, causa rellena, Cau cau, lomo saltado, ceviche y anticucho. Los que tuvieron menor significancia y poca descripción en los comentarios (N) fueron que nunca habían probado el plato tradicional limeño. De esta manera, este análisis de los consumidores vs los comentarios negativos y positivos está relacionado con los platos tradicionales que ellos consumieron o disgustaron, asimismo ellos pensaron, evaluaron, discutieron que le agradaba y desagradaba de aquel plato tradicional limeño según la preferencia de casa consumidor.

3.3. Análisis multifactorial de correspondencia

A los consumidores se les hicieron preguntas sobre que le gustaba del plato tradicional limeño y que no le gustaba del plato tradicional limeño dando cada uno su respectiva opinión. En la figura 1 muestra los principales comentarios positivos (P) y comentarios negativos (N) que utilizaron los encuestados para cada plato tradicional.

Según el análisis de comentarios las personas mencionaron atributos positivos en el cau cau respecto a ingredientes de origen vegetal y atributos negativos a los alimentos de origen animal, con respecto al ceviche los encuestados mencionaron como atributo positivo el sabor y hay otro grupo que menciona como atributo negativo el sabor del ceviche, las personas mencionaron como atributo positivo la preparación del anticucho y no tiene muchos comentarios negativos ya sus respuestas fueron nada, me gusta todo, en el caso del ají de gallina los atributos positivos fue que les gusta todo y es rico. El lomo saltado y causa limeña están en el mismo cuadrante, los encuestados indicaron como atributo negativo los ingredientes de origen vegetal y la salsa para lomo saltado y para la causa rellena los atributos positivos fue la presentación y la salsa de la causa rellena.

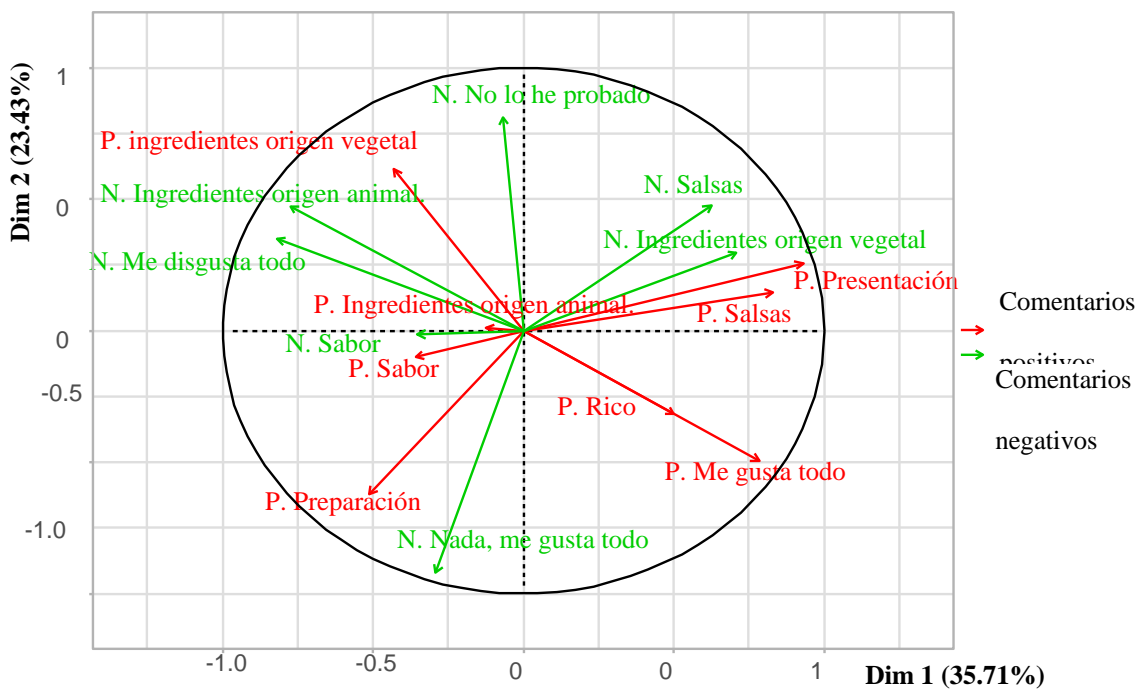
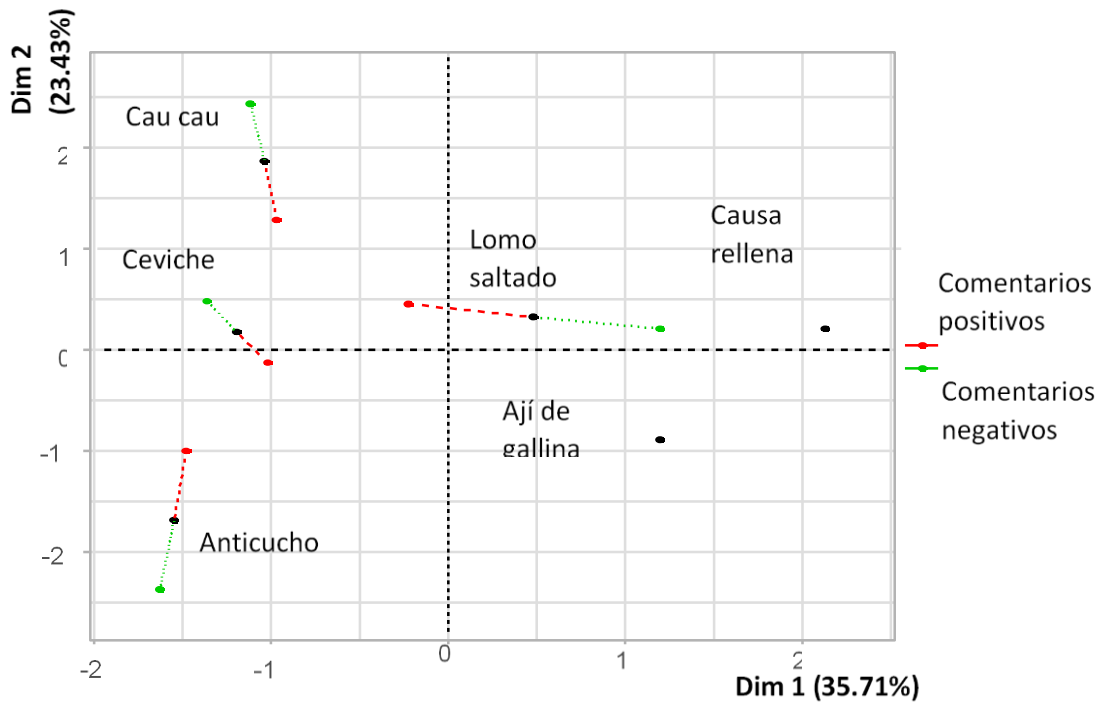


Figura 1. Análisis multifactorial de los principales comentarios negativos y positivos citadas por los encuestados.

3.4. Análisis de Aceptabilidad

En la figura 2 presenta resultados en las columnas, la dimensión 1 del Biplot explico en un 35.89 % y la dimension 2 en un 19.71 %. Asimismo, se observa la formación de 3

grupos, el grupo ají de gallina, ceviche y causa rellena, el grupo anticucho y lomo saltado y un tercer grupo de cau, también se deduce que los consumidores presentan respuestas similares entre ellos demostrando una mayor aceptabilidad en respecto al primer y segundo grupo en comparación al tercer grupo.

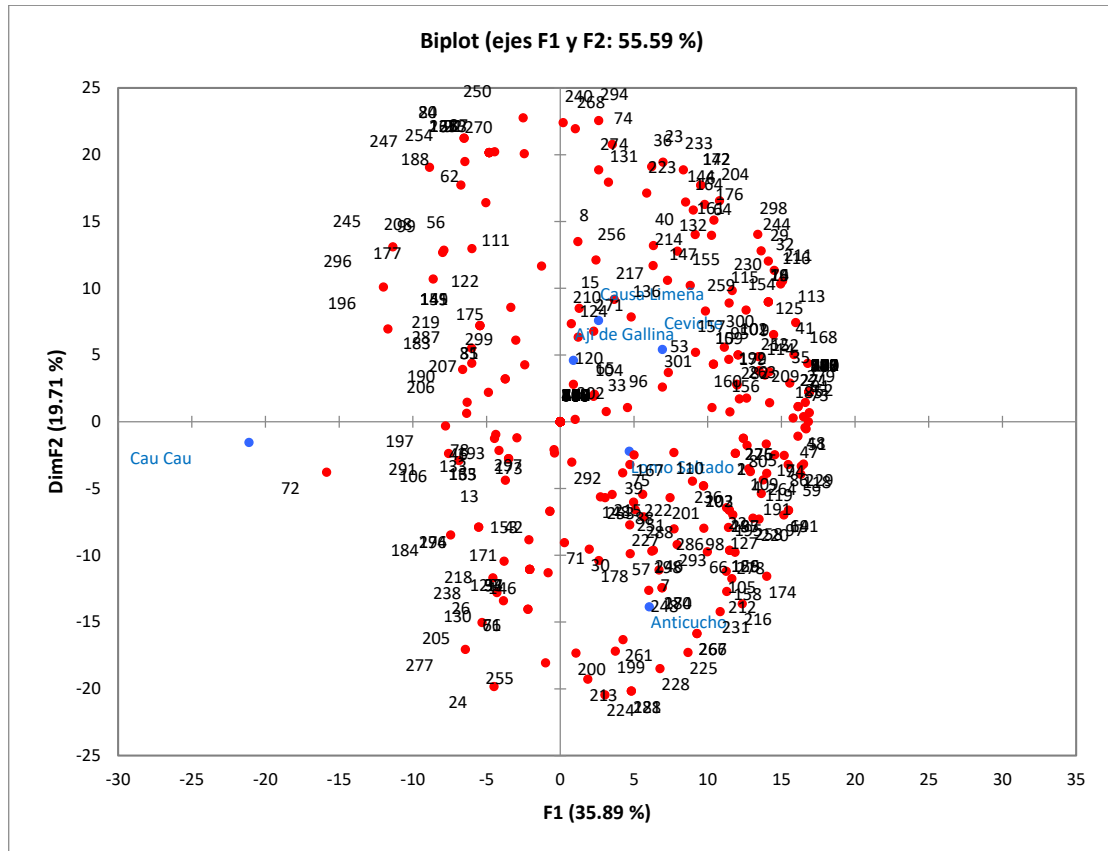


Figura 2. Mapa de aceptabilidad de los platos tradicionales limeños

4. Discusión

El ceviche, el plato tradicional limeño, tiene la preferencia más alta, los platos tradicionales limeños Ají de gallina, Lomo saltado, Cau cau se califica con una puntuación intermedia de agrado, mientras que la Causa rellena y anticucho fue el menos apreciado por los consumidores. Cabe mencionar que Hurtado (2014), en la sección de comentarios, los consumidores siempre mencionan lo que les parece positivo y negativo, pero esto no es tan irrelevante porque fueron más comentarios positivos que negativos según la encuesta de los diversos platos tradicionales limeños.

Sin embargo, cabe señalar que se pueden ver algunos comentarios entre las palabras utilizadas por los consumidores. Los comentarios positivos más mencionados fueron que a la mayoría les encanta el lomo saltado, el cual es un plato que presenta una buena combinación de ingredientes sabrosos, es delicioso, exquisito y rico. Estos resultados concuerdan con una amplia encuesta sobre los consumidores millenials relacionados con el consumo de los platos tradicionales limeños.

Se demostró que la mayoría de los millenials tiene como comentarios positivos que les encanta el sabor y la preparación especial. Por otro lado, los comentarios negativos más mencionados fueron que los platos no contienen ingredientes de origen vegetal o no los han probado (Singla, 2017).

El uso de preguntas abiertas fue para analizar los comentarios negativos y positivos para los platos tradicionales limeños fue clave para poder calcular los datos en el Excel y el programa R Studio (Galmarini, Symoneaux, Chollet, & Zamora, 2013).

En el presente trabajo, se les pidió a los consumidores que comentaran que plato tradicional limeño le gustaba y cuál fue el que le gustaba menos de todos. De esta manera, se obtuvo una clara interpretación. Como los consumidores hicieron esta discriminación, la transcripción fue más fácil, lo que llevó a una mejor comprensión de los comentarios de los consumidores. A menudo, cuando los consumidores responden a una sola pregunta abierta, puede resultar difícil saber si lo que mencionan es para ellos un aspecto positivo o negativo (Hurtado, 2014).

El uso de Chi-cuadrado por celda condujo a una mejora en la evaluación estadística de los datos del análisis de comentarios. Esto permitió un análisis más profundo de la tabla de contingencia de comentarios y la identificación de los comentarios positivos y

negativos de cada uno de los platos tradicionales limeños (Tarrega, Rizo, Murciano, Laguna, & Fiszman, 2020).

Estrada (2000) mostró en un estudio sobre la encuesta descriptiva que los participantes expresaron más atributos en cuanto el tema sobre los platos tradicionales limeños. Dado que, en Perú, los platos tradicionales limeños son los más consumidos debido a la forma de su preparación, sabor, cultura, etc. (Hominal, 2005) probablemente fue más fácil para los consumidores describir lo que les gustaba y lo que no les gustaba de este plato tradicional limeño. La falta de la multidimensionalidad de la percepción podría complicar las respuestas de los consumidores y el análisis de los comentarios.

Por estas razones y porque, como se mencionó anteriormente, en algunos casos las palabras utilizadas por los consumidores no son lo suficientemente precisas y necesitan un perfil sensorial para comprender mejor a los consumidores, esta metodología podría no reemplazar la QDA tradicional y el mapeo de preferencias (Rojas rivas, 2019).

En la técnica de mapeo de preferencias, En el caso de nuestra metodología propuesta, también se puede realizar la agrupación y se puede obtener una nueva tabla de contingencia por agrupación visualizando finalmente los platos tradicionales y comentarios negativos y positivos en cada agrupación del mapa de CA. No obstante, para ser eficientes, los conglomerados deben tener suficientes consumidores para obtener suficientes comentarios por conglomerado y una tabla de contingencia significativa (Symoneaux et al., 2012).

5. Conclusiones

Esta investigación evaluó la percepción de consumo de platos tradicionales limeños de un grupo peruano de la generación millennials. Cabe mencionar que esta investigación puede ayudar y mejorar una investigación futura. En el caso de los platos tradicionales

limeños, el análisis de comentarios positivos y negativos de los consumidores resultó como una alternativa interesante al método de mapeo de preferencias. El tamaño de los encuestados es un dato muy importante, incluso debió de ser mayor para así poder llegar a una generación Millennials global.

El uso de Chi-cuadrado global y Chi-cuadrado por celda en la tabla de contingencia con el número de citas para cada plato tradicional limeño vs comentarios negativos y positivos seguido del análisis de correspondencia fue una herramienta interesante para analizar este tipo de datos. El análisis más profundo de la tabla de contingencia permite una mayor precisión en la interpretación de los datos complementando la representación de los comentarios de CA como la herramienta clásica utilizada en el mapeo de preferencias. La investigación y los métodos estudiados puede ayudar a acceder análisis estadísticos, ver las preferencias, mejorar las estrategias de comercialización y así ver que platos tradicionales se pueden elaborar siendo el más consumido y dirigido a este grupo específico como los Millennials.

6. Referencias

- Barranzuela Quintana, E. (2017). Incidencia del consumo y la preparación de ensaladas en la gastronomía de la provincia de Lima en el año 2017. In *Universidad Ricardo Palma*. Universidad Ricardo Palma.
- Bejar, J. (2018). Tablas de contingencia. *Trabajos de Estadística*, 9(2), 85–101. <https://doi.org/10.1007/BF03007175>
- Bortnowska, K., & Alberton, A. (2015). COMIDA LOCAL Y MEMORIA GUSTATIVA El Tirolerfest de Treze Tílias (Brasil). In *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen* (Vol. 24).
- Cano-Lamadrid, M., Tkacz, K., Turkiewicz, I. P., Clemente-Villalba, J., Sánchez-Rodríguez, L., Lipan, L., ... Wojdyło, A. (2020). How a Spanish group of millennial

- generation perceives the commercial novel smoothies? *Foods*, 9(9), 1–17.
<https://doi.org/10.3390/foods9091213>
- Cazau, P. (2016). Categorización y operacionalización. *Universidad Pedagógica de Durango*, 3(3), 5–12.
- Chang, Y. H. (2017). Analisis de correspondencia. *Journal of Pharmacology and Experimental Therapeutics*, 201(1), 1–7.
<https://doi.org/10.14642/RENC.2015.21.sup1.5050>
- Compañía peruana de estudios de mercado y opinion publica. (2019). *Perú 2019: Población según segmentos de edad*.
- Estrada, J. (2000). Cocina culinaria platos tradicionales. In *Boletín cultural y Bibliográfico* (Vol. 22).
- Flores Carrasco, E. A. (2016). “EL VALOR TURÍSTICO CULTURAL DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA PARROQUIA ATOCHA – FICOA Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA DEL CANTÓN AMBATO.”
- Galmarini, M. V., Symoneaux, R., Chollet, S., & Zamora, M. C. (2013). Understanding apple consumers’ expectations in terms of likes and dislikes. Use of comment analysis in a cross-cultural study. *Appetite*, 62, 27–36.
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.11.006>
- Gómez, E. (2017). Los platos típicos de Lima, Perú.
- Granada Lizano, J. M. (2019). “Percepción del consumidor joven de los productos pesqueros en Lima Metropolitana, intereses e inquietudes.”
- Hominal, M. (2005). *Gestión Gastronómica*. 1–100.
- Hurtado, R. (2014). *Desarrollo histórico de la gastronomía en el Perú*. 98.
- Iletours Peru. (2019). Mejores platos típicos gastronomía de Lima.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). Instituto Nacional de Estadística e Informática- Producción Nacional.

Mastrolia, S. A., & Willits, S. D. (2014). *Advances in Accounting Education: Teaching and Curriculum Innovations*. iii. https://doi.org/10.1108/s1085-4622_2014_0000015013

Meléndez Torres, J. M., & Cañez De la Fuente, G. M. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. In *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)* (Vol. 17). Estudios Sociales, Revista de Investigación Científica.

Moreno, J. (2012). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la caña de Don Parce. *Repositorio Institucional PIRHUA*, 152.

Pulimetro. (2019). El 64% de los peruanos se reconoce amante de la cocina.

Rojas rivas, E. (2019). *percepcion de amaranto en mexico*.

Samanamud Quispe, E. A. K., & Lioo Jordan, F. (2020). *Incidencia del consumo y la preparación de platos típicos en la gastronomía del distrito de Santa María, provincia de Huaura – 2018*.

Singla, Z. (2017). *ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y SENTIMIENTO*. 1–6.

Symoneaux, R., Galmarini, M. V., & Mehinagic, E. (2012). Comment analysis of consumer's likes and dislikes as an alternative tool to preference mapping. A case study on apples. *Food Quality and Preference*, 24(1), 59–66. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.08.013>

Tarrega, A., Rizo, A., Murciano, A., Laguna, L., & Fiszman, S. (2020). Are mixed meat and vegetable protein products good alternatives for reducing meat consumption? A case study with burgers. *Current Research in Food Science*, 3, 30–40. <https://doi.org/10.1016/j.crfs.2020.02.003>

Torres Quintero, M. de los A., & Mora Contreras, E. C. (2017). Experiencia de consumo y los niveles de satisfacción de los usuarios de establecimientos de comida rápida en el municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. *Visión Gerencial*, 16(1), 43–58.

Troncoso Pantoja, C. (2019). Comidas tradicionales y alimentación saludable: el ejemplo de la dieta mediterránea. *Scielo*. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2019.v19n3.10>

Umaña, R. (2016). Los millennials no existen: ¿Entonces quiénes son los millennials? | by Rogelio H. Umaña | Medium.