



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC

Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad

Título del trabajo

La gastronomía local como atractivo turístico en la parroquia Honorato Vásquez: diagnóstico y estrategias sostenibles de promoción.

Línea de investigación

Turismo, Hospitalidad y Patrimonio

Modalidad de titulación

Trabajo de Integración Curricular

Nombre de la carrera

Hospitalidad y Hotelería

Título a obtener

Licenciatura en Hospitalidad y Hotelería

Nombre del autor

Lissy Mery Sornoza Contreras

Nombre del tutor

Alexandra Elizabeth Pérez Rivera

Samborondón, 2024

Agradecimiento

En primer lugar, le doy gracias a Dios por permitirme culminar esta etapa universitaria, siendo la fuerza necesaria para superar cada obstáculo en este camino. Pero, sobre todo, gracias por bendecir a mis padres con salud y permitirles estar a mi lado en este momento tan especial. Su presencia en esta culminación es el mayor regalo que podría recibir.

A mi familia, amigas, las personas más cercanas que siempre están conmigo, gracias por su apoyo incondicional, su amor, por cada ayuda, paciencia y comprensión a lo largo de este camino y las palabras de aliento que siempre me impulsaron a seguir adelante.

Y a mis compañeros por el aprendizaje compartido, las experiencias vividas y el apoyo mutuo en este desafío.

Lissy Mery Sornoza Contreras

Dedicatoria

A mis padres, quienes con esfuerzo y sacrificio infinito hasta en los tiempos más difíciles me dieron los estudios, siendo en mi vida un ejemplo de perseverancia y lucha incansable que me ha impulsado llegar hasta aquí, logrando cumplir con esta meta. Admiro profundamente todo el largo y arduo recorrido que han tenido que vivir para darme la mejor herencia que los padres pueden dar que es el estudio.

Esta tesis es un reflejo de su dedicación y amor incondicional, este logro no es solo mío, sino también de ustedes porque sin su apoyo incondicional, nada de esto habría sido posible, a ustedes les debo cada paso de este camino. Gracias por todo lo que han hecho por mí; ustedes siempre serán mi mayor ejemplo.

A mis familiares que ya no están en esta vida terrenal, quienes estoy segura hubiesen querido estar presente en este momento tan especial compartiendo mi alegría y aplaudiendo en esta sala, su ausencia física no ha impedido que su recuerdo viva en mí para este día.

Certificado de aprobación del tutor para la presentación a revisión del trabajo de titulación



ANEXO No. 9

PROCESO DE TITULACIÓN CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Samboyondón, 12 de diciembre de 2024

Magíster o Doctor
Ana María Gallardo Cornejo
Decano(a) de la Facultad
Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **La gastronomía local como atractivo turístico en la parroquia Honorato Vásquez: diagnóstico y estrategias sostenibles de promoción** fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para su elaboración, por lo que se autoriza al estudiante: **Lissy Mery Sornoza Contreras**, para que proceda con la presentación oral del mismo.

ATENTAMENTE,

Firma

Mgtr. Alexandra Pérez R.
Tutor(a)

Certificado de Porcentaje de coincidencias de plagio



ANEXO No. 10

PROCESO DE TITULACIÓN CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Habiendo sido revisado el trabajo de titulación TITULADO: : **La gastronomía local como atractivo turístico en la parroquia Honorato Vásquez: diagnóstico y estrategias sostenibles de promoción**, elaborado por **Lissy Mery Sornoza Contreras** fue remitido al sistema de coincidencias en todo su contenido el mismo que presentó un porcentaje del 2 % mismo que cumple con el valor aceptado para su presentación que es inferior o igual al 10% sobre el total de hojas del documento. Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.

CERTIFICADO DE ANÁLISIS		
TESIS LISSY SORNOZA		
2% Textos sospechosos		
< 1% Similitudes < 1% similitudes entre comillas 0% entre las fuentes mencionadas < 1% idiomas no reconocidos		
Nombre del documento: TESIS LISSY SORNOZA.docx ID del documento: de6f83f9342a9067a864620c635467bd7eaan88 Tamaño del documento original: 8.4 MB Autores: []	Depositante: ALEXANDRA ELIZABETH PEREZ RIVERA Fecha de depósito: 13/12/2024 Tipo de carga: Interface Fecha de fin de análisis: 13/12/2024	Número de palabras: 12.279 Número de caracteres: 79.289
Ubicación de las similitudes en el documento:		
		

ATENTAMENTE,



Mgtr. Alexandra Pérez R.
Tutor(a)

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general diagnosticar de qué manera la gastronomía de la parroquia Honorato Vásquez se incluiría como atractivo turístico mediante un análisis de sus características y oportunidades para desarrollar estrategias sostenibles que la posicionan como un atractivo turístico clave.

El proceso de esta investigación se lleva a cabo mediante la búsqueda de referentes teóricos sobre la gastronomía como atractivo turístico, con el fin posicionar la gastronomía local como un atractivo turístico atraer visitas dentro de la parroquia y así promover la gastronomía local mediante las degustaciones de los platos típicos, visita de los lugares típicos.

Para la recolección de información realizada y responder a las incógnitas, se indaga de fuentes como libros, revistas, tesis elaboradas, información de internet, estudio de campo a través de encuestas y una entrevista a un profesional.

Por último, al recoger los datos e información a través de un método mixto cuantitativo y cualitativo se da conocer los resultados para concluir con la investigación y averiguar la adaptación.

Abstract

The general objective of this research is to diagnose how the gastronomy of the Honorato Vásquez parish can be integrated as a tourist attraction by analyzing its characteristics and identifying opportunities to develop sustainable strategies that position it as a key attraction.

The research process involves exploring theoretical references on gastronomy as a tourist attraction to highlight its potential, attract visitors to the parish, and promote local cuisine through tastings of typical dishes and visits to traditional establishments.

To gather the necessary information and address the research questions, sources such as books, magazines, academic theses, online resources, field studies (including surveys), and an interview with a professional were consulted.

Finally, through the application of a mixed quantitative and qualitative methodology, the collected data and findings are analyzed to conclude the research and assess the feasibility of adaptation.

INDICE

Introducción	12
Capítulo I	17
1. Marco Teórico	17
1.1. Concepto y Evolución del Turismo Gastronómico	17
1.2. Tendencias Actuales de la Gastronomía	20
1.3. La Gastronomía Como Atractivo Turístico	23
1.4. Valor Cultural y Económico de la Gastronomía	25
1.5. Casos de Éxito de Turismo Gastronómico	26
1.6. Sostenibilidad en el Turismo Gastronómico	28
1.8. Beneficios y Desafíos de la implementación de prácticas sostenibles	30
1.9. Marketing Turístico Gastronómico	32
1.10. Eventos Gastronómicos y Rutas Culinarias.	33
1.11. Promoción de la Gastronomía en Honorato Vásquez	34
1.12. Gestión de Recursos Locales	36
1.13. Impacto del turismo en la comunidad local	37
1.14. Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo gastronómico en la parroquia.	38
METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN	40
Capítulo II	41
2. Metodología	41
2.1. Enfoque De La Investigación	41
2.2. Alcance de la investigación	42
2.3. Delimitación de la investigación	43
2.4. Población y muestreo	44
2.5. Método Empleado	46
2.6. Procesamiento y análisis de la información	46
Capítulo III	48
3. Análisis De Resultado De La Investigación	48
3.2. Análisis de resultados de las entrevistas	58
3.3. Cuadro Comparativo	57
3.5. Estrategias sostenibles para la promoción de la gastronomía local	61
Conclusiones	69
Recomendaciones	71
Bibliografía	72
Anexos	78
Encuestas	79
Entrevistas	80

Indice de figuras

Ilustración 1	41
Figura 1	46
Figura 2	46
Figura 3	47
Figura 4	47
Figura 5	48
Figura 6	49
Figura 7	49
Figura 8	50
Figura 9	50
Figura 10	51
Figura 11	52
Figura 12	53
Figura 13	53
Figura 14	54
Figura 15	55
Tabla # 1	57
Foto 1	61
Foto 2	62
Foto 3	62
Foto 4	63
Foto 5	63
Foto 6	64

Foto 7	64
Foto 8	65
Foto 9	65
Foto 10	66
Foto 11	67
Foto 12	68
Foto 13	69
Foto 14	80
Foto 15	81
Foto 16	81
Foto 17	82
Foto 18	82
Foto 19	83

Introducción

La gastronomía es un componente clave de la identidad cultural de una región, y puede ser un potente motor de desarrollo turístico, no solo como un complemento al viaje, sino como un motivador para muchos viajeros que deseen experimentar la gastronomía de la Parroquia Honorato Vásquez, ya que en Manabí existe una tradición culinaria y se podría mencionar que de acuerdo al tiempo existente de aquella tradición, la provincia de Manabí tiene una gastronomía muy variada y deliciosa por sus distintas preparaciones de platos. (Robalino & Moreira, 2019)

Siendo una de las provincias con gastronomía muy exquisita, Manabí es el lugar donde se producen todos los alimentos básicos para la elaboración principal de los alimentos y es por eso que se le da esa característica única que se encuentra en la tierra. La parroquia Honorato Vásquez, perteneciente al cantón Santa Ana, provincia de Manabí, posee una rica tradición culinaria que se basa en ingredientes locales y técnicas ancestrales, ofreciendo una oportunidad para situar a la parroquia como destino atractivo para los turistas que buscan experiencias auténticas y sostenibles, ya que la parroquia no ha sido plenamente explorada ni promovida como un atractivo turístico. (Robalino & Moreira, 2019)

La parroquia Honorato Vásquez posee una gran riqueza gastronómica, con platos tradicionales que reflejan la historia y la cultura de la región. Sin embargo, esta riqueza no ha sido aprovechada de manera efectiva para atraer a turistas. La falta de una estrategia de promoción y desarrollo sostenible, pocos recursos, pocos turistas ha llevado a que la gastronomía local no sea reconocida fuera de la comunidad.

Esto representa una oportunidad perdida tanto para el desarrollo económico local como para la preservación y difusión del patrimonio cultural. Este estudio busca

diagnosticar el posible potencial que podría tener la gastronomía a través de sus lugares turísticos, las causas de esta situación y se enfoca en el diseño de estrategias que permitan convertir la gastronomía local en un atractivo turístico sostenible. (Carolina, 2021)

De acuerdo a una investigación realizada por, (Robalino & Moreira, 2019), en la que tratan sobre la gastronomía local como atractivo turístico, ellos proponen diagnosticar el estado actual de la gastronomía local de Honorato Vásquez como atractivo turístico a través de encuestas que identifiquen los recursos disponibles, las fortalezas, debilidades del sector, las oportunidades de desarrollo e implementar estrategias sostenibles para su promoción, contribuyendo así al desarrollo económico y cultural de la parroquia.

En otra investigación que trata sobre el Marketing gastronómico, (Mascarenhas & Gándara, 2024) proponen el diseño de estrategias sostenibles de promoción para poder permitir no solo atraer a un mayor número de visitantes, sino también conservar y apreciar el patrimonio gastronómico local, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

De acuerdo con esta investigación, es importante resaltar que la parroquia sobresale por su belleza natural, por su biodiversidad, las circunstancias actuales denotan un balance entre la actividad agrícola, incluyendo el cultivo de cacao y su mayor interés por resaltar el turismo gastronómico. A pesar de esto, la parroquia enfrenta retos relevantes como la falta de infraestructura, la promoción del turismo gastronómico, falta de capacitación de la comunidad en gestión turística. No obstante, se han creado pequeños emprendimientos turísticos y gastronómicos con la finalidad de atraer turistas y mejorar los servicios.

Es relevante destacar que en la parroquia Honorato Vásquez existe un potencial en su gastronomía, sin embargo, no ha sido explotada de manera eficiente, pese a lo cual no se ha logrado crear una promoción gastronómica que sea efectiva, es de importancia de integrar la gastronomía en las políticas de desarrollo turístico de la parroquia, fomentando un turismo que respete y resguarde la identidad cultural y los recursos naturales de la región.

Este estudio es relevante porque estudia la necesidad de variar las ofertas turísticas en la parroquia Honorato Vásquez, una zona con un gran potencial no explotado en términos de turismo gastronómico. Al promover la gastronomía local, se busca no solo impulsar el turismo, sino también cuidar y valorizar la cultura y las tradiciones culinarias de la región. La implementación de estrategias sostenibles asegurará que el desarrollo turístico no comprometa los recursos y el patrimonio cultural, garantizando beneficios a largo plazo para la comunidad.

De esta manera, se busca posicionar a Honorato Vásquez en el mapa turístico nacional e internacional como un destino que ofrece una experiencia culinaria única y sostenible, a través de sus distintos lugares turísticos capaces de generar beneficios tanto para los habitantes locales como para los visitantes, a pesar de ello, si no se toman medidas para incluir la gastronomía local en los programas turísticos, se pierde la oportunidad para posicionar a Honorato Vásquez como un destino turístico gastronómico.

Por todo lo mencionado anteriormente en este proyecto de investigación, se plantea la siguiente pregunta científica.

¿De qué manera la gastronomía de la parroquia Honorato Vásquez se incluiría como atractivo turístico local?

Acorde con lo anteriormente expuesto se plantea el objetivo general de la investigación a continuación:

Diagnosticar de qué manera la gastronomía de la parroquia Honorato Vásquez se incluiría como atractivo turístico mediante un análisis de sus características y oportunidades para desarrollar estrategias sostenibles que la posicionan como un atractivo turístico clave.

De la misma forma se sustentan los objetivos específicos en el siguiente apartado:

- Analizar los referentes teóricos sobre la gastronomía en la actividad turística mediante la investigación bibliográfica para la fundamentación teórica de la investigación.
- Evaluar las barreras y oportunidades para el desarrollo de la gastronomía local como atractivo turístico.
- Proponer estrategias sostenibles para la promoción de la gastronomía local como un componente clave del turismo en la parroquia Honorato Vásquez.

Marco Teórico

Capítulo 1

Capítulo I

1. Marco Teórico

1.1. Concepto y Evolución del Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico abarca diferentes actividades que se enfocan en la cultura culinaria, refiriéndose a un destino turístico. Se basa en la búsqueda y degustación de diversos platos típicos del mundo, donde cada platillo refleja la inspiración, técnica y arte de cada país, y a su vez representando la historia, momentos, cultura, lugares de los pueblos, forma de servir y preparar los alimentos a través de cada platillo. El turismo gastronómico engloba las carretas de comidas al aire libre, las personas que realizan sus trabajos en la calle o cualquier tipo de puestos de comida

Al viajar, la comida es uno de los elementos básicos de la travesía, en el cual se puede probar la mayor cantidad de comida nueva posible. El turismo gastronómico es una de las acciones que se pueden efectuar cuando estamos de paseo por algún lugar del país que desconocemos, lo cual los turistas planifican rutas, lo que conlleva a realizar algunas actividades en el camino. El turismo posee una clasificación según el tipo de actividades que las personas pueden ejecutar, entre los más conocidos: el playero, turismo alternativo y el turismo gastronómico. El turismo culinario o gastronómico consiste en degustar la cultura culinaria del paraje turístico en específico, se trata de probar la comida callejera o tradicional del lugar que visita, al igual que las bebidas populares de dicha región. (Ceupe, 2024)

De esa manera, esta clase de turismo se enfoca en la gastronomía generando una experiencia enriquecedora. La comida es uno de los elementos más importantes de los lugares turísticos, ya que genera una experiencia que crea conexiones emocionales, las personas cuando viajan no desean perder el tiempo en la cocina y por eso buscan lo más rápido que es el restaurante o puestos de alimentos y disfrutar de un plato regional.

La Organización Mundial Del Turismo (OMT) describe al turismo gastronómico como “acciones que experimenta la persona durante su viaje por medio de actividades y productos que estén vinculados con la gastronomía del sitio. Así mismo de las vivencias del arte culinario, típico e innovadoras, el turismo gastronómico a su vez engloba una serie de actividades, como visitar productores locales, compartir en fiestas gastronómicas o acudir a clases de cocina.” (Turismo B., 2020).

El turismo gastronómico ha ido evolucionando en los últimos años, lo que dejó de ser una actividad poco inusual para convertirse en una actividad de consumo de comida para compartir y adentrarse a la cultura, haciendo de la gastronomía una experiencia única. Por lo consiguiente se ha transformado en un patrimonio de la humanidad y su conservación y protección son elementos esenciales para el crecimiento sostenible de las comunidades locales.

El Turismo Gastronómico ayuda a producir empleo, incremento económico y es satisfactorio por las tradiciones culinarias. Esta actividad ha presentado ser una vía transitable para el crecimiento social, incluyendo a las regiones débiles.

En los últimos tiempos se ha observado que hay una demanda de viajes por medio de los turistas que buscan tener experiencias culinarias del lugar, viviendo distintos destinos gastronómicos y teniendo conocimiento de la cultura culinaria de cada región.

Este proceso ha motivado a que se realicen tendencias gastronómicas originales, con una perspectiva en turismo rural, vivencias culinarias que estén enfocadas hacia la personalización y detección de culturas únicas por medio de la gastronomía. (Celimar, 2024)

Desde el siglo XXI las actividades turísticas han presentado diversas modificaciones, esto se debe a que los viajeros exploran distintos lugares para

obtener diversas experiencias que contienen preferencias en el turismo con dirección a lugares distintos y así alcanzar las peticiones del turista. (López & Sánchez, 2012).

El turismo que se encuentra creciente es el turismo gastronómico, el cual ha ido evolucionando de manera aislada, aunque se mantenga transversal en semejanza a otras partes turísticas con más historia. De esta forma la enogastronomía se fusiona correctamente con otros aspectos que se ajustan a la oferta turística. La motivación para el crecimiento está en los cambios de alimentación, sociales y territoriales que han sucedido desde los años veinte.

Las funciones del turismo gastronómico se basan en conectar los productos con su lugar de origen, centrándose en las empresas agroalimentarias. Incluso incluye servicios ofrecidos por medio de los operadores del sitio, alojamiento turístico, puntos de venta. Es primordial resaltar que entre la gastronomía y el turismo gastronómico hay significados distintos con objetivos diferentes. A pesar de que en la actualidad se puede degustar de una comida típica en distintos puestos, esto recibe un significado único cuando se deleita en su lugar natal. (Simone, 2023)

1.2. Tendencias Actuales de la Gastronomía

El Turismo Gastronómico ha ido adquiriendo tendencias originales en los últimos tiempos. Los turistas cada vez más en sus viajes esperan tener aventuras que sean únicamente personalizadas junto con la gastronomía exquisita, prefiriendo el turismo rural antes que los destinos con aglomeración de turistas.

En Esmeraldas - Valle del Chota en fiestas de Carnaval del Coangue, antes de Semana Santa, normalmente las personas de la comunidad aprovechan el trabajo

de la agricultura en las huertas de las casas que realizan, para preparar comida a los turistas, mientras son acompañados de buena música y el grupo de danza “Las Tres Marías” que lo realizan como tradición cultural al ritmo de la danza de la bomba desde hace muchos años. (Tapia, y otros, 2022)

Carmen Carabalí, (nacida en 1967) dijo que desde muy joven su madre le enseñó a preparar los alimentos en la olla de barro y mientras preparaba la carne en la olla le decía:” Atizaras la tumpa, atizaras la tumpa” Durante ese tiempo se iban a la huerta y al regresar ya tenía que estar la comida. (Tapia, y otros, 2022)

En San Lorenzo las mujeres son trabajadoras, aprovechan las propiedades del coco, el cacao, la caña y entre otros para extraer nuevos productos y a su vez tener variedad de refrescos, dulces y bebidas para las siguientes fechas festivas. En los tiempos de antes las familias cocinaban en leña y actualmente en algunos restaurantes están implementando esas tradiciones. (Tapia, y otros, 2022)

En San Lorenzo, las mujeres relatan con orgullo que la cocina es una tradición hereditaria. Para ellas, el verde es un ingrediente indispensable en cualquier comida, ya sea al horno, sancochado o frito, dependiendo de la preparación. En el pasado, una de las bebidas típicas que acompañaba las comidas era el chocolate, elaborado con cacao cultivado en las fincas familiares.

Anteriormente, para las comidas no utilizaban tantos químicos, ni rancheros, sus ingredientes eran la cebolla de mata, la hierbabuena y el cilantro, el aceite de coco era el que siempre utilizaban. La bebida más preparada es el agua de panela con hierbaluisa junto con el tapado de pescado que era servido en hoja de verde o en hoja de bijao. De la misma manera los caldos de pava, guacharaca y paletón,

servidos con arroz o con yuca, la manteca de chanco era la manteca más utilizada en la cocina.

En la actualidad están cocinando uno de los implementos más utilizados anteriormente, como lo es: el fogón el horno de leña tradicional, ya sea para ahumar pescado, carne de chanco, de guante y de pollo.

La tendencia más utilizada es la de los chef y cocineros al momento de realizar una fusión de ingredientes, técnicas y tradiciones culinarias de distintas partes del mundo donde se crea una interconexión y multiculturalidad entre las personas.

Los profesionales de la cocina tienen distintas maneras de fusionar los productos locales e importados de otras partes del mundo, con el objetivo de tener diferentes combinaciones de sabores y así extender su catálogo culinario para crear emplatados únicos que llamen la atención del consumidor, donde en cada plato refleje creatividad culinaria, historia y cultura.

La Gastronomía circular surge como un ejercicio indispensable en el área empresarial, poniendo en práctica la sostenibilidad, creando un impacto positivo en el medio ambiente, donde los consumidores y productores reduzcan el desperdicio de recursos y promuevan la reutilización de los alimentos como por ejemplo: aprovechando las cáscaras de los plátanos al momento de elaborar los platillos, los frutos secos en la elaboración de harinas o leches, elaboración de abonos y compost a partir de residuos orgánicos.

La cocina “plant – based” está surgiendo rápidamente debido a la demanda de productos de origen vegetal. Implementar vegetales a las comidas que son normalmente de origen animal está en tendencia, así como las hamburguesas con ingredientes vegetales elaboradas con legumbres o cereales, también se

implementan hongos, hierbas y flores ofreciendo diversas experiencias gastronómicas a través de sabores, texturas y aromas.

Otras de las opciones que está en tendencia es realizar cócteles sin alcohol utilizando hierbas y especias, también el uso de ingredientes asiáticos para incorporar a las comidas sabores únicos e intensos y a su vez aportar alimentación equilibrada y saludable.

La comida Healthy busca mejorar la calidad de vida y prevenir enfermedades a través de barras de cereales no transgénicos, frutos secos, palitos de verduras, yogur griego, alimentos libres de gluten, lactosa y fructosa. (López A., 2024). El enoturismo ha tenido reconocimiento a lo largo del tiempo, brindándoles a los turistas la oportunidad de conocer los viñedos y participar en catas de vinos. Las rutas gastronómicas son otro medio con el cual los turistas pueden vivir distintos destinos gastronómicos y a su vez obtener la variedad de la cocina local. Además, esta actividad se ha convertido en las preferencias de las personas con visión al manejo de productos originarios de la región y técnicas de cocina tradicionales.

Estas nuevas tendencias en el turismo culinario brindan experiencias a través de la comida por medio de la cultura de una región, estableciendo recuerdos permanentes y conexión emocional. El turismo gastronómico es mucho más que una simple comida, es la manera en cómo las personas pueden descubrir el mundo y empaparse de nuevas experiencias culturales y originales. (Celimar, 2024)

1.3. La Gastronomía Como Atractivo Turístico

La Gastronomía hoy por hoy es el mayor incentivador, es el número uno en los distintos mercados como lo es el de Estados Unidos, esta información fue dada por

Hillary Smith, Directora de Insights en Conde Nast's Food Innovation Group (Coppola, 2016).

Durante su informe, señala que la gastronomía está produciendo un gran avance turístico, ya que las personas que han estado entusiasmadas en viajar son las familias y amigos para así conocer lugares nuevos y calmar el estrés.

Cabe recalcar que cuando se habla de tener experiencias gastronómicas, no solo se habla de “salir a comer”, sino que también comprende tiendas, talleres, degustaciones y una serie de actividades y espacios gastronómicos.

El avance de una oferta gastronómica de dicho destino puede llevar al desarrollo turístico para que sea de gran impacto sobre otros sectores y actividades.

De alguna manera es importante ofrecer al turista una oferta gastronómica que llame la atención, ya que es una de las maneras que se logre el reconocimiento del lugar y permita al turista tener recuerdos gastronómicos. En este caso es de suma importancia que haya algunos restaurantes que hagan al visitante optar por una oferta conveniente para que el turista regrese a su destino con experiencias culinarias inolvidables. (Menor, 2022)

La chef española María José San Román, ganadora de estrella Michelin en su Restaurante Monastrell indicó que el desafío de cada destino turístico es ofrecer una gastronomía basada en sus propias raíces, en su más profunda identidad. No debemos intentar ser alguien que no somos. (Coppola, 2016). El viajero que desea experimentar una conexión con el alma del lugar al que se dirige, con sus tradiciones e historias, el viajero anhela visitar la esencia que hace a ese lugar único en el mundo.

Actualmente hay muchos turistas que desean experimentar los sabores de la cultura gastronómica del sitio y esto significa que los turistas no esperan solamente probar la comida, sino que desean tener experiencias sensoriales y a su vez se sienta parte de una cultura, para que el turista logre captar en su memoria la vivencia turística gastronómica es esencial que sea:

- **Sensorial:** que el visitante disfrute con sus cinco sentidos la gastronomía
- **Auténtica:** Tienen que comprobar que la gastronomía es algo verdadero y no artificial. El turista valora lo original.
- **Educativa y entretenida:** Los turistas siempre esperan y aprecian el hecho de recibir conocimientos del lugar que visita, es por eso que es importante que el turista no se sienta aburrido y que el guía haga de la visita un entretenimiento dinámico, divertido y educativo, poniendo atención a todos los requerimientos del turista.
- **Diferente:** En estos tiempos el turista desea vivir un sin número de experiencias distintas y que llamen la atención.
- **Perdurable en la memoria:** Si el turista tuvo una experiencia gastronómica memorable, seguramente regresará a su lugar de destino y querrá buscar los productos que le hicieron vivir experiencias únicas. (Magri, RIDDA-UNQ, 2020)

1.4. Valor Cultural y Económico de la Gastronomía

La gastronomía es un medio de comunicación y emisión cultural, se considera a la gastronomía como parte fundamental de la cultura porque tiene conexiones entre la alimentación, el territorio y la cultura. La cultura engloba algunos elementos que forman la identidad de un pueblo y que incluye aspectos como el territorio, la lengua, la historia, sus valores y normas. (Fuste-Forne, 2016).

El patrimonio gastronómico es correspondiente de la cultura de un lugar, perteneciente al pasado y presente, para ser parte de un fascinante atractivo turístico, desde la producción de los alimentos y bebidas, la forma de la alimentación, platillos que se ingiere, por medio de las técnicas se ha desarrollado un conjunto cultural desde los ancestros hasta la actualidad que se distingue de cada región y lo transforma en su patrimonio (Utrete & Real, 2020)

La idea de la cadena de valor fue agregada al turismo gastronómico desde el punto de vista del destino turístico por Hjalager (2002), quien define las acciones clave para llevar a cabo el arte culinario de un lugar. Una propuesta de cadena de valor más aplicada es la que han inventado la OMT y Basque Culinary Center (2019). Consideran este modelo diferenciando entre las actividades de apoyo y primarias, actividades que se van desarrollando de acuerdo a la gastronomía. (Jiménez, Rico, & Molto, 2023).

El turismo gastronómico actualmente es una preferencia para los turistas por lo que le asignan una valoración relevante a la gastronomía, al turismo cultural, al patrimonio, fiestas, etc. Es un modelo de turismo más dinámico hacia el visitante, con la finalidad de que el turista se sienta entusiasta al momento de probar los exquisitos platos del lugar que visita, con esto se intenta que el turista experimente la tradición local y la cultura a través de la gastronomía.

En muchas ocasiones, el turista siente interés por saber la procedencia de los alimentos y las bebidas e, incluso, visita los lugares donde se producen o elaboran. Este tipo de turismo se da en algunos lugares turísticos rurales como, por ejemplo: las zonas rurales ya que es el lugar donde nacen las tradiciones culinarias. Esto

involucra probar los productos locales de la región, ya sea un pueblo o una casa familiar.

1.5. Casos de Éxito de Turismo Gastronómico

Parroquia Abdón Calderón: Para fechas festivas la parroquia cuenta con numerosos turistas para disfrutar de sus balnearios como:

- Balneario la compuerta del mocho
- Balneario de agua dulce “Naranjal”
- Paradero Turístico
- Balneario el hormiguero
- Centro turístico Neverland
- Gastronomía: La Morcilla

Algunas de estas parroquias cuentan con pista de baile, bar, cancha deportiva, venta de bocadillos, manabas, duchas, áreas para preparar los alimentos, piscina.

El festival de la Morcilla: Se lleva a cabo desde el 2014 en las fiestas patronales que se realizan en honor al Santo San Francisco de Así en el mes de octubre de cada año, por la cual participan más de 50 locales para realizar la venta de sus platos típicos de la provincia como: la tonga, seco, caldo de gallina criolla, suero blanco, cuajada y demás platos típicos.

Empanadas de Verde: Las empanadas de verde son el plato típico deseado por muchos turistas, que proviene de Alhajuela, por la cual se celebra el 17 de Julio de cada año que lo organiza el GAD Municipal Portoviejo.

Bandeja de mariscos: En el balneario de Crucita se realizan cada año festividades gastronómicas en el mes de abril, los chefs profesionales preparan sus mejores recetas a base de mariscos.

Festival Gastronómico del Caldo de Gallina Criolla: Desde el año 2016 se han venido realizando festividades de la gallina Criolla, donde cientos de turistas visitan la parroquia para deleitarse de este delicioso plato típico, esta actividad se realiza todos los años en el mes de agosto.

Festival Gastronómico del Seco Gallina: Esta actividad se realiza en el mes de junio, plato estrella en el festival.

Fiestas de San Roque: Estas fiestas patronales se realizan en homenaje al Santo San Roque, se realiza el 30 de noviembre de cada año, teniendo como invitados artísticos a bandas musicales y la realización de las misas. (Alcívar & Hidalgo, 2022)

La ciudad de Mealhada ubicado en Portugal cuenta con el famoso plato típico "cochinillo asado", presentado en las guías turísticas, en redes sociales, publicadas sobre etnografía e historia, Mealhada fue declarada como ciudad en el 2003 y se hizo famosa por su cochinillo, plato que es popular y promocionado en todos los restaurantes del lugar, cuando realizan las guías turísticas este plato es el más mencionado, a su vez Portugal es destacado porque cuenta con tres productos de alto valor internacional como: El vino de Oporto, el queso de las sierras y el cochinillo de Bairrada. (Oliveira, 2011)

1.6. Sostenibilidad en el Turismo Gastronómico

La página de la Organización Mundial Del Turismo (ONU) agrega que "Un turismo que tenga plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y

ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de todos los turistas, la industria, el medio ambiente y las comunidades” anfitrionas. (ONU, s.f., pág. 1)

Los principios y formas para la gestión de desarrollo turístico sostenible son importantes para las maneras de turismo en cualquier tipo de destino, donde incluye el turismo de masa como las diferentes partes de turismo especializados. Los principios de sostenibilidad se enfocan en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos del desarrollo turístico, es esencial implementar un equilibrio adecuado para estas tres dimensiones para asegurar su sustentabilidad. (ONU, s.f., pág. 2)

El Turismo sostenible tendría que hacer el uso de los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades, conservando su patrimonio cultural y natural, sus valores tradicionales, asegurar procesos económicos viables a largo plazo, brindando beneficios socioeconómicos a los que tengan interés, repartido de forma justa, incluyendo oportunidades de empleo estable y de generación de ingresos, servicios sociales hacia las comunidades para así ofrecerles una mejor calidad de vida. (Magri, “La Sostenibilidad Sociocultural del Turismo Gastronómico en la Ciudad de Uribelarrea. Una, 2019).

Como se ha mencionado, el turismo gastronómico ha ido avanzando y se ha ido introduciendo al desarrollo sostenible en todo el ámbito de la cadena alimentaria y turística, desde los cosechadores hasta los hosteleros, considerando que cualquier esfuerzo por la sostenibilidad tiene un gran impacto transversal en la comunidad. De distintas formas se puede contribuir a la sostenibilidad, medioambiental, económica y social:

- Siendo respetuoso con la comunidad.

- Comprando de manera justa los productos que son realizados en la comunidad, respetando las comidas básicas de la comunidad.
- Sin interrumpir la distribución que realizan los trabajadores locales con personas de otro lado y así la comunidad tengamos producción.
- Consumiendo los productos de los negocios que sean responsables y buenas prácticas.
- Otorgándole preferencias a productos locales y sostenibles, ya que esto ayuda a conservar la naturaleza, territorio y así proteger la biodiversidad. (BBVA, 2021)

1.7. Sostenibilidad Del Uso de Alimentos Locales en el Turismo Gastronómico

Al elegir todas las comidas locales, es de gran ayuda porque tiene un gran avance positivo en la sostenibilidad de la gastronomía, ya que impulsa la economía local y también ayuda a la preservación de distintos establecimientos de alimentos. Al ser así, las comidas son frescas y con mejor sabor, dado que los alimentos se recogen al momento. (Universitat De Barcelona, 2023).

La evolución de la tecnología en cuanto a la producción de alimentos está cambiando la industria de la alimentación, con consecuencias para la seguridad alimentaria y la sostenibilidad, la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el área de abastecimientos de alimentos ha mostrado ser una táctica con resultados para disminuir los residuos de verduras y frutas. Esta perspectiva hace que sea una misión más eficiente de los recursos, reduciendo las pérdidas post-cosecha y mejorando los recursos de alimentos frescos.

La implementación de estas tecnologías avanzadas para la producción de alimentos como lo es: biotecnología y la automatización, hace que cada día los alimentos sean seguros, nutritivos y la producción sea segura. (Manobanda, 2023)

1.8. Beneficios y Desafíos de la implementación de prácticas sostenibles

Las prácticas sostenibles tienen como finalidad crear modificaciones y tener un progreso en cada área de la administración empresarial y así reducir el impacto ambiental para que mejore el bienestar de cada familia, esta es una herramienta significativa que las empresas turísticas deben incluir en las actividades. Por lo tanto, las prácticas sostenibles se basan en identificar los desafíos y beneficios que presentan cada comunidad con el fin de corregir los obstáculos que se presentan diariamente y su vez implementar nuevas estrategias para obtener resultados exitosos. (Vera Canchingre, 2023).

Desafíos

- Falta de incentivos económicos
- Escasez de educación y capacitación
- Demanda de mercado
- Resistencia al cambio
- Reducción de la polinización
- Acceso a mercados y recursos financieros
- Cambio climático
- Complejidad logística (Cáceres, 2023)

Beneficios Medioambientales

- Disminución de empaquetados.
- Impulsa al crecimiento de terrenos y la biodiversidad.

- Se motivan prácticas que respeten al medio ambiente al momento de cosechar productos orgánicos y caseros con poca cantidad de químicos y pesticidas.
- La disminución de medios de transportes conlleva a una menor contaminación del agua o del aire por los residuos de procesos industriales o biológicos.

Beneficios para la comunidad

- Incentivan la comunicación con el pueblo y también entre las comunidades urbanas y rurales
- Impulsa el apoyo a los emprendimientos locales por medio de los consumidores.
- Generación de empleo a las personas o personas con trabajos que adquieran nuevas habilidades para emprender y obtener ingresos.

Beneficios para la economía local

- Generan ventas en el pueblo ayudando a su reconstrucción monetaria.
- Al generar empleos impulsa el desarrollo económico y hace que el movimiento de dinero se mantenga dentro de la comunidad.
- Tienen un papel importante en base a distintas iniciativas públicas que están enfocadas al incremento de la sostenibilidad ambiental, social y económica. (Magri, RIDDA-UNQ, 2020)

1.9. Marketing Turístico Gastronómico

El Marketing Turístico tiene el compromiso de efectuar fases para elegir e identificar su público por medio de estrategias que influyan en las necesidades y

motivaciones de los turistas, ya sea a nivel local, nacional, regional e internacional. El propósito es que los productos turísticos sean adecuados a las necesidades de los turistas y también al establecimiento o persona que los ofrezca.

Hoy en día el turismo gastronómico tiene retos que asumir para conseguir que los alimentos y la gastronomía local sean de gran ayuda para que los turistas gastronómicos decidan elegir el lugar para visitar, ya que el turista siempre está dispuesto a pagar por un alimento y servicio de calidad.

El vínculo que tiene la cultura y la gastronomía no pasa por alto en el turismo debido a que hay costumbres que están plasmadas en un plato que cuenta una historia y se transforma en la experiencia turística gastronómica. Actualmente en el Ecuador la gastronomía es parte fundamental de la cultura que es esencial para la atracción turística. (Monserrate, 2019)

En la actualidad las redes sociales sirven como herramienta fundamental de marketing gastronómico para hacer crecer los negocios, desde que salieron los celulares inteligentes y las redes sociales, se podría decir, que el postear fotos de comida, de restaurantes, preparando comida en casa o demás lugares que llamen la atención del público ha generado un impacto mundial.

Por eso el turista que maneja constantemente las redes sociales realizando contenido en forma de videos, comentarios, imágenes del lugar, reacciones y su gastronomía ayuda a la incentivación turística, permitiendo que los visitantes o conocidos sean parte de la experiencia por medio de la pantalla y que a futuro se animen a vivir la experiencia presencial. (Guevara Aroca, Buenaño Alluca, Villarreal Martínez, & Herrera Eguez, 2022)

1.10. Eventos Gastronómicos y Rutas Culinarias.

Contreras y Gracia (2011) definen a la cocina como la acumulación de conocimientos y prácticas heredadas, creencias y aprendizajes que van de la mano con los alimentos de la región y cultura. De este modo la gastronomía es uno de los principales motivos para realizar eventos gastronómicos y así poder captar la atención de los turistas, teniendo como objetivo principal que la gastronomía sea el avance y desarrollo de distintos lugares turísticos. (Kivela & Crotts, 2008).

Los eventos gastronómicos son oportunidades para emprendimientos que deseen hacerse conocer, y a su vez promocionar productos culinarios locales, elevando el atractivo turístico, de este modo conseguir que las personas se motiven a asistir a un evento por los productos alimenticios, servicios de apoyo y los servicios esenciales, teniendo como resultado la satisfacción del turista y el compartimiento de boca a boca. (Guerra Maldonado, 2023)

Todos los años en Ecuador, en el mes de Julio por las fiestas julianas se realiza la feria gastronómica llamada “Raíces” con el fin de fortalecer los sabores tradicionales del país, se lleva a cabo en un ambiente para compartir en familia y amigos, por otra parte, incentiva la participación de los emprendimientos culinarios llamados “Huecas”, promoviendo el crecimiento en el ámbito económico y turístico (Raíces Ecuador, 2024)

Las rutas culinarias activan la gastronomía y sitúan turísticamente los destinos, es necesario que estén bien diseñadas, con una temática precisa en donde los turistas puedan divertirse observando paisajes naturales para estimar la identidad local. Las rutas gastronómicas ayudan al avance local gracias a la diversidad de la

oferta gastronómica. El turista es el protagonista de tener la experiencia de recorrer las rutas culinarias. (Villagómez, Arteaga, & Molina, 2019)

1.11. Promoción de la Gastronomía en Honorato Vásquez

El Turismo Gastronómico permite conocer la cultura de cada región a través de sus alimentos locales y la forma de vivencia de la comunidad, siendo la alimentación la mayor motivación para viajar, es una forma de turismo impulsado por medio de la cocina local, festivales culinarios y la propuesta de lugares que son expertos en alimentos y bebidas, también del desarrollo de rutas y visitas gastronómicas.

Una de las formas para convertir la gastronomía local en un atractivo turístico es la visita de turistas que va de mano con la oferta turística local, inversiones en el sitio donde se desarrolla, expandir la cultura local, impartir conocimientos técnicos favoreciendo al lugar con una imagen positiva y así mantener la cultura local por medio de la realización de actividades turísticas como lo es las rutas temáticas y culturales donde se pueda incluir un producto local (Mascarenhas & Gándara, 2024)

La Parroquia Honorato Vásquez está situada en la provincia de Manabí, en el cantón Santa Ana, la Parroquia Honorato Vásquez con arduo trabajo consiguieron la energía eléctrica y servicio de agua, debido a esto incentivaron a la comunidad para conformarse como parroquia y en 1928 el ilustre Concejo Municipal del Cantón Santa Ana.

Mientras realizaban sus actividades legales de acuerdo con la legislación vigente en esa época, anunció la creación de la parroquia Honorato Vásquez, estableciendo como cabecera parroquial al caserío Vásquez, junto con los caseríos

El Tigre, Canoa Vieja, Guayllabamba, Guarumo, Guarumito, La Poza Honda, Los Platanales, Guayabe, Las Chacras, Tiberio, Las Bocas, Losa Cuyeyes y Tabladas de las Pulgas. (Tenelema, 2023)

1.12. Gestión de Recursos Locales

Al poner en práctica el manejo de los recursos naturales se respetará el espacio ambiental, protegiéndola para las futuras generaciones y así satisfacer las necesidades de la comunidad actual. Existen algunos recursos naturales que favorecen la vida turística de la parroquia que son: Represa Poza, Poza Azul, Balneario 7 cuevas, Balneario San Valentín, Río De Pájaro y Mineral, Cascada Chorrera. (Pin, García, & Canarte, 2023).

La represa Poza Honda es uno de los lugares turísticos más visitados de la Parroquia y más importante de la Provincia de Manabí, al ser el primer reservorio de agua que se construyó en Manabí y que abastece a nueve cantones de la provincia, día a día recibe una gran cantidad de turistas donde realizan paseos en lanchas, pesca deportiva, y otros deportes acuáticos sin motor. (GoRaymi, 2024).

Recursos Naturales no renovables: En la parroquia Honorato Vásquez hay lugares donde les otorgan la licencia para el uso de recursos no renovables relacionados con la minería y construcción, tomando en cuenta que es material petróleo y minerales metálicos.

Recursos Naturales: Mal manejo de los desperdicios industriales por parte de la camaronera, incluyendo la tala de manglar, mal uso de desechos sólidos (quema de basura), la inexistencia de alcantarillado fluvial y demás contaminantes, causando la desaparición de los recursos naturales de la parroquia y al mismo tiempo

causando contaminación, considerando que no existen reglas políticas que determinen la conservación de los recursos naturales. (Cruz, Asencio, Conde, Oyola, Sánchez, 2019).

Recursos Socioculturales: Incentivar a que los turistas tengan experiencias interculturales, fomentando el respeto a la cultura, los valores y la identidad de las comunidades.

Infraestructura: Las piscinas Don José, están ubicadas en la comunidad Chontilla, lo que hace diferente a estas piscinas es que son llenadas con agua de los ríos, ya que lo hace ver novedoso y atractivo para el turista.

Servicios: El establecimiento debe contar con alojamiento, la Parroquia hasta ahora no cuenta con establecimientos de alojamientos que se puedan llamar hotel, solo cuenta con dos hostales y una hostería en el cantón, los servicios de restauración cuentan únicamente con alimentos principales con los que se pueda ingerir habitualmente, el servicio de transporte cuentan con un grupo de transportistas formales que movilizan fuera y dentro del cantón y conectan con la Parroquia Honorato Vásquez con otros cantones de Manabí, como Portoviejo, Montecristi y Manta. (Álvarez & Mendoza, 2014).

1.13. Impacto del turismo en la comunidad local

Las actividades turísticas se desarrollan en un punto específico, eso hace que se ocasionen algunos problemas alrededor, por lo tanto, las actividades que generalmente se desarrollan son en espacios naturales. Además, se considera que, así como el turismo tiene algunos beneficios, también se tiene que analizar los daños

que afectan la diversidad biológica y demás recursos naturales, teniendo impactos sociales y culturales adversos. El desgaste de los recursos naturales, de los renovables y no renovables es uno de los resultados más importantes del impacto del turismo. (Tinoco, 2023)

Positivo

- Dinamiza la economía local.
- Genera oportunidad de trabajo.
- Fortalecimiento de la identidad local mediante la gastronomía.
- Espacio de encuentro entre cultura.
- Educación técnica para el desarrollo de prácticas sostenibles en la actividad turística.

Negativo

- Masificación de la actividad turística en temporada playera.
- Generación de problema social: delincuencia y otras actividades negativas para el entorno.
- Consumos desmedidos de recursos naturales.
- Fenómenos sociales como la aculturación (xenofobia) y demás relacionadas con la cantidad excesiva de turistas. (Quinteros, 2004)

1.14. Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo gastronómico en la parroquia.

En los últimos años el turismo gastronómico ha tenido una creciente evidente, siendo una de las principales opciones para los turistas al momento de elegir su destino, con el desarrollo del turismo gastronómico se busca la recuperación y el

aumento de flujos turísticos y el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas, por otra parte, el turismo gastronómico tiene retos y oportunidades para que pueda surgir. (Falcón, 2014)

Oportunidades

- Empresas privadas y públicas que puedan solventar económicamente los proyectos turísticos gastronómicos con el objetivo de que el sector sea competitivo y más fuerte.
- Involucramiento de la comunidad local en propuestas de desarrollo turístico relacionados con la gastronomía local.
- Proyección del cantón como atractivo turístico de la provincia de Manabí.
- Espacios de cooperación entre la academia y el sector público y/o privado para la generación de nuevas propuestas.

Retos

- Fortalecimiento de la identidad cultural mediante la gastronomía como manifestación cultural.
- Posicionamiento de la parroquia como atractivo turístico gastronómico y cultural.
- Adecuación de espacios para una práctica turística segura y sostenible.
- Fortalecimiento de habilidades y competencia de la comunidad para la implementación de nuevos espacios turísticos. (Prieto, 2019)

METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN
CAPÍTULO 2

Capítulo II

2. Metodología

2.1. Enfoque De La Investigación

El enfoque de la investigación es mixto por la cual Sánchez Valtierra (2013) hace referencia este método de intercambiar ideas acerca de temas de investigación en donde se incorporan el método cualitativo y cuantitativo, métodos que se emplean para la práctica de investigación, por la cual la describe como la búsqueda de información por parte del investigador. (Esperanza & Lázaro, 2015)

Es de tipo Cualitativo porque se realizarán entrevistas a personas con emprendimientos, personas de la gobernanza, personas importantes de la comunidad que sean expertos en el tema, incluyendo cocineros locales, operadores turísticos, con la finalidad de recopilar información a través de revisiones bibliográficas sobre el turismo gastronómico, desarrollo sostenible y promoción cultural y su vez obtener opiniones o experiencias vividas determinando la percepción de la gastronomía local dentro de los lugares turísticos. (Cortes & Iglesias, 2004).

El enfoque cualitativo se ordena en base a temas claves de investigación. Las preguntas e hipótesis pueden ir avanzando antes, durante o después de estos procesos. Constantemente estas fases sirven para identificar las preguntas de investigación más destacadas, luego pulirlas y responderlas. El proceso de investigación de este enfoque es dinámico, ya que su interpretación se basa en hechos y hace que el proceso varíe según el estudio. (Fernández & Baptista, 2020)

Es de tipo Cuantitativa porque se llevará a cabo una serie de encuestas con preguntas cerradas a un gran número de participantes o posibles turistas, con el

objetivo de recopilar datos numéricos, considerando que a través de los resultados obtenidos se desarrollaran propuestas de estrategias sostenibles para la promoción de la gastronomía local. (Rusu, 2011). Este enfoque permitirá obtener una visión integral de la situación actual y de las posibles intervenciones para potenciar la gastronomía local como un atractivo turístico en la parroquia Honorato Vásquez.

El enfoque cuantitativo abarca procesos, cada fase tiene una continuidad por la que no se puede saltar o eludir pasos. La estructura es estricta, aunque se puede volver a definir alguna fase. Inicia de un conocimiento que se va delimitando, se originan preguntas de investigación y objetos, se verifica el texto y se elabora un panorama teórico. “A través de las preguntas se crean supuestos y determinan variables, se realiza un plan para verificarlas, se miden las variables en un determinado contexto; se examinan los resultados obtenidos utilizando métodos estadísticos, en la cual se separa una serie de conclusiones”, menciona (Sampieri, 2020)

2.2. Alcance de la investigación

El tipo de investigación científica que se utilizó es de tipo exploratorio y descriptivo. La investigación exploratoria hace referencia según Claire Selltitz a una forma más centrada de un problema de investigación porque carece de información suficiente y con un conocimiento del objeto de estudio. La investigación descriptiva es más tangible para Mario Tamayo es la descripción, análisis, e interpretar toda la naturaleza en la cual la investigación se rodea en conclusión sobre un grupo de individuos, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.

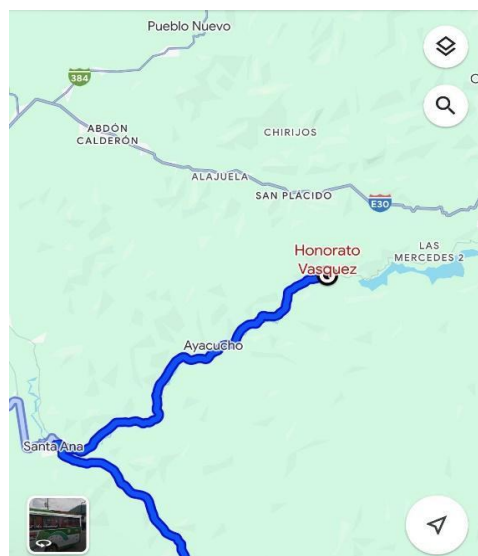
Esta investigación abordará el análisis de la gastronomía local desde una perspectiva cultural, económica y turística. Se examinarán tanto las características de los platos típicos como las dinámicas actuales del turismo en la región, así como la percepción de la comunidad local y posibles visitantes. Las estrategias propuestas serán diseñadas para ser implementadas en un marco de sostenibilidad, considerando tanto el corto como el largo plazo.

2.3. Delimitación de la investigación

La investigación se desarrolló en Manabí, en la parroquia Honorato Vásquez como una propuesta para la mejora turística en base a la gastronomía local, mejorando sus estrategias de promoción y así explotar el potencial de la gastronomía, de tal manera las encuestas y las entrevistas serán para las distintas personas del país que viajan para tener experiencias y disfrutar de la gastronomía, con un periodo de cuatro meses de Agosto hasta Noviembre del año 2024 para obtener la información necesaria.

Visualización geográfica de la parroquia Honorato Vásquez

Ilustración 1



2.4. Población y muestreo

La población objeto de estudio de esta investigación está conformada por las personas residentes en la provincia de Manabí, así como aquellas personas que han visitado o planean visitar la parroquia Honorato Vásquez ubicada dentro de dicha provincia.

La provincia de Manabí según los datos más recientes cuenta con un total de 322.925 residentes del presente año. Además, la provincia recibe un número considerable de turistas, que en este año asciende a aproximadamente 500.000 visitantes, lo que ha representado un aumento en comparación con años anteriores. (Universo, 2024)

El método que se aplicará en esta investigación es el muestreo Aleatorio Simple, puesto que afirma que todas las personas que conforman la población pueden ser integradas en la encuesta. (Otzen & Manterola, 2024). La encuesta se aplicó durante 4 semanas a través de la plataforma de Google Form a turistas y a residentes, y a su vez se realizó la entrevista de manera física y virtual a personas que conforman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Honorato Vásquez.

Para la recolección de datos, se realizó la fórmula de población finita y a continuación el cálculo.

Ilustración 4

Fórmula de muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n= total del universo

Z= Nivel de confiabilidad 95% 1.95

P= Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 0.5

E= Error 5% = 0.5

$$N = \frac{(1.95)^2 + (0.5) + (0.5) + (2.746.403)}{(2.746.403 - 1) + (0.5)^2 + (1.95)^2 + (0.5) + (0.5)}$$

$$N = 324$$

Luego de realizar este método de muestreo, se determina que el número de personas que serán entrevistadas en el mes de noviembre es de 324 personas.

La población determinada en esta investigación para las entrevistas es desconocida, debido a que no hay un número exacto de personas que sean expertos en el tema.

El tipo de muestreo que se aplicó para la entrevista es el muestreo por conveniencia, ya que deben cumplir con algunos aspectos como: tener conocimientos sobre la parroquia Honorato Vásquez, tener disponibilidad de tiempo para realizar la entrevista y ser profesionales de turismo. Debido a esto se ha contemplado que los entrevistados sean 4 personas, ya que se encargan de las actividades conmemorativas de la parroquia.

2.5. Método Empleado

El método utilizado para esta investigación es el método empírico, que se basa en la observación directa, la recopilación de datos a través de encuestas y la posterior interpretación de los resultados obtenidos. Este enfoque permite analizar hacia la parroquia Honorato Vásquez, considerando aspectos como su desarrollo turístico, impacto social, entre otros. Se opta por este método debido a la necesidad de obtener datos concretos y actualizados, que puedan proporcionar una visión clara de la realidad que se vive en la parroquia desde la perspectiva de las personas que la visitan y de los residentes locales.

2.6. Procesamiento y análisis de la información

Recopilando los datos se diseña una encuesta estructurada que se distribuye a través de Google Forms, esto ayuda a tener fácil acceso y mayor alcance a los participantes. Las encuestas son dirigidas a dos grupos: residentes de la provincia de Manabí y turistas.

ANÁLISIS DE RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO 3

Capítulo III

3. Análisis De Resultado De La Investigación

3.1. Procesamiento de análisis obtenidos

Pregunta 1: Edad

Figura 1

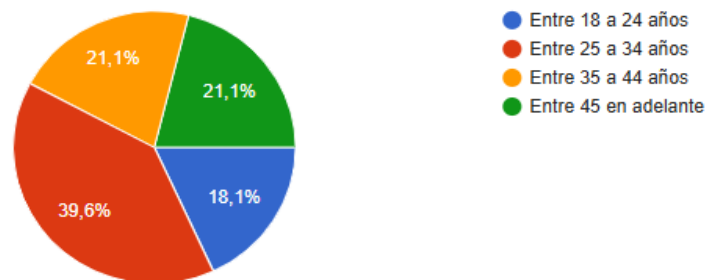


Figura 1. Pregunta 1 Encuestas.Obtenida de Google forms

Como resultado se obtuvo que en esta primera pregunta el 39,6% de los encuestados son de 25 a 34 años, el 21,1% son personas de 35 a 44 años de edad y de 45 años en adelante, por lo cual en estos dos resultados finales se evidencia que las respuestas son de personas adultas que viven en la parroquia.

Pregunta 2: Importancia de la gastronomía al elegir un destino turístico

Figura 2

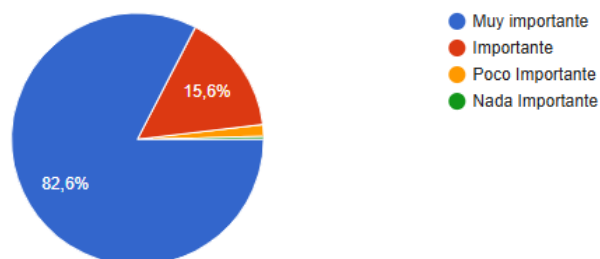


Figura 3. Pregunta 2 Encuestas. Obtenida de Google forms

En esta encuesta se puede visualizar que del 100% del rango mayor, el 82% de las personas consideran que la gastronomía es importante al momento de elegir su destino, ya que el conocer otro lugar es esencial de la cultura donde se define la identidad, para muchas turistas degustar la gastronomía de un destino es parte fundamental de vivir la experiencia turística y conectar con las personas oriundas del lugar, por lo tanto, a través de los años la gastronomía ha ido siendo un componente clave para que forme parte de la historia cultural, social, ambiental y económica de los pueblos, teniendo la disposición de mostrar los estilos de vida que son propios de distintas regiones (Larrera, 2021)

Pregunta 3: La gastronomía como elemento para desarrollar el turismo en un lugar

Figura 3

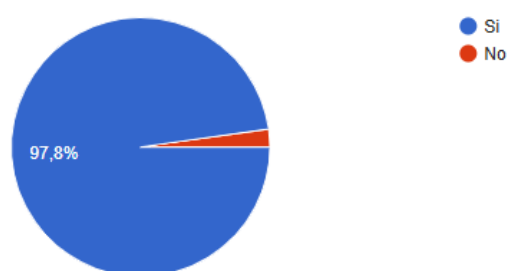


Figura 3. Pregunta 3 Encuestas. Obtenida de Google forms

Respecto a esta pregunta, el mayor porcentaje es del 97,8%, por lo cual se considera que la gastronomía si es un elemento que podría desarrollar turismo en un lugar, ya que la comida forma parte de las tradiciones y valores de un país, donde puede ser un motivo para viajar, el 2,2% no lo considera importante debido a sus posibles malas experiencias vividas o porque sus intereses son conocer lugares históricos.

Pregunta 4: Conocimiento de la parroquia

Figura 4

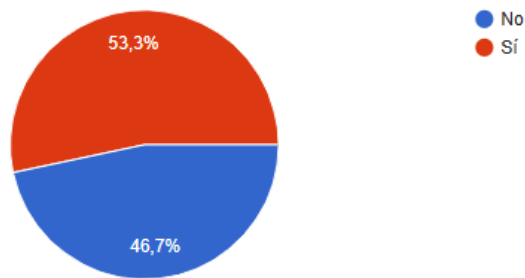


Figura 4. Pregunta 4 Encuestas. Obtenida de Google forms

Con respecto a esta pregunta se conoció que el 53,3% de las personas si han escuchado de la parroquia Honorato Vásquez, quiere decir que posiblemente estos resultados sean de personas oriundas de la provincia, parroquia o familia, el otro 46% no tienen conocimiento de la parroquia. Probablemente esto suceda por la falta de promoción y marketing de la parroquia.

Pregunta 5: Frecuencia de visita

Figura 5

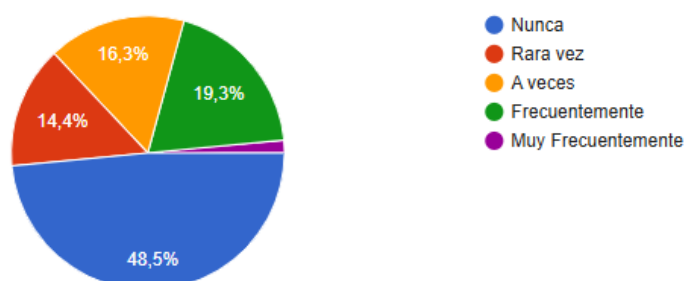


Figura 5. Pregunta 5 Encuestas. Obtenida de Google forms

En esta pregunta se evidencia que el 48,5% de las personas nunca han visitado la parroquia, el 19%,3% la visitan frecuentemente, se considera que en este último resultado hay la posibilidad de que sean familiares de las personas que viven en la parroquia, personas que son oriundas del lugar o personas que son de la provincia de Manabí.

Pregunta 6: Valoración de los componentes gastronómicos

Figura 6

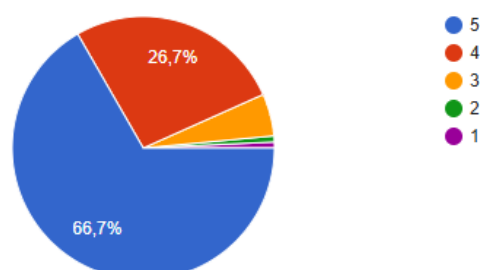


Figura 6. Pregunta 6 Encuestas. Obtenida de Google forms

Según las respuestas obtenidas a los encuestados, el 66,7% de las personas califica con el valor más alto, por lo tanto valora el componente gastronómico en sus viajes por turismo, posiblemente sus intereses son más profundos queriendo tener conocimiento de sus ingredientes y maneras de alimentarse, el otro 26,7% considera que la gastronomía en sus viajes es un poco valorado, posiblemente porque su preferencia es viajar por otros motivos.

Pregunta 7: Degustación de platos típicos

Figura 7

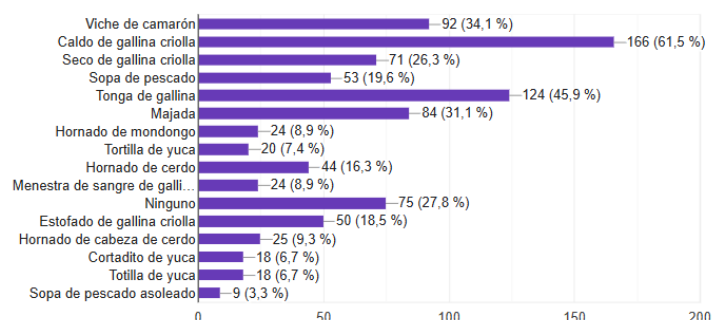


Figura 7. Pregunta 7 Encuestas. Obtenida de Google forms

En base a los datos obtenidos, el 61,5% y el 45,9% de las persona han probado el caldo de gallina y la tonga de gallina criolla, se estima que alcanza el porcentaje más alto por ser un

plato típico de la región, por lo cual la mayoría la mayoría de las personas lo prefieren por su buen sabor y su exquisita preparación, sin embargo hay un 27,8% de personas que no ha probado ninguno de estos platos típicos

Pregunta 8: Platos típicos que ha probado

Figura 8

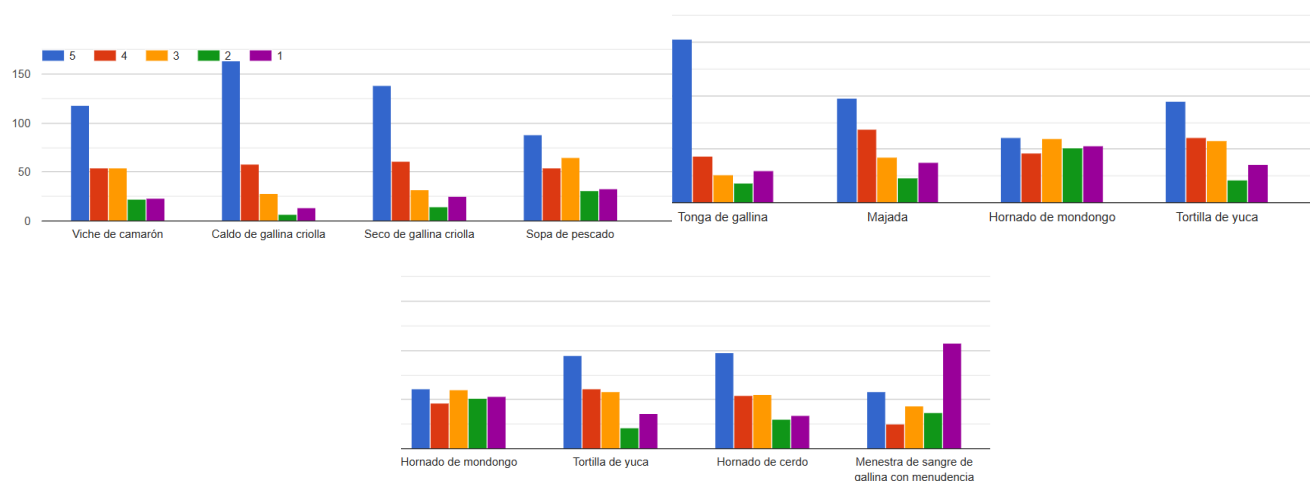


Figura 8. Pregunta 8 Encuestas. Obtenida de Google forms

De acuerdo a los datos recopilados de esta pregunta, se observa que el caldo de gallina criolla, la tonga de gallina criolla y el seco de gallina criolla son los platos típicos con puntuación alta, por lo cual se estima que arroja estos resultados por ser la gallina una ave criada en la tierra de manera natural, comida que es herencia y legado que simboliza la conexión entre la tradición culinaria y los recursos naturales de la parroquia, la majada también es uno de los platos con mejor calificación de 4, la deliciosa majada que es preparada a base de plátano, por lo tanto llama la atención a los turistas por sus distintas formas de preparación.

Pregunta 9: Satisfacción con la calidad de la gastronomía de la parroquia

Figura 9

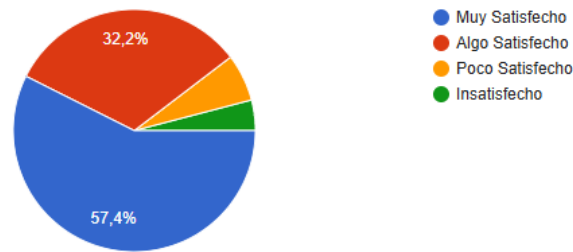


Figura 9. Pregunta 9 Encuestas. Obtenida de Google forms

De acuerdo con la información proporcionada, el 57,4% de las personas están muy satisfechas con la gastronomía de la parroquia, por lo cual estos resultados se relaciona con los datos obtenidos de la pregunta 7 y se llega a la conclusión de que las personas quedan satisfechas por sus ingredientes principales que es la gallina criolla y sus condimentos naturales que son extraídos directamente de la tierra a la cocina, el 32,2% de las personas está algo satisfecha y esto puede ser porque los platos no se presentan de manera atractiva, sus porciones son muy pequeñas, demora excesiva al servir la comida. Este resultado estaría aportando a que existan mayor cantidad de turistas satisfechos, cumpliéndose lo que indica (Salazar, Díaz, Portugal, & Daniela, 2019), aportando que en la actualidad es importante brindarles satisfacción a los turistas para que se incentiven a seguir regresando al lugar y seguir degustando de diferentes platos típicos de la parroquia.

Pregunta 10: La gastronomía como atractivo turístico importante

Figura 10

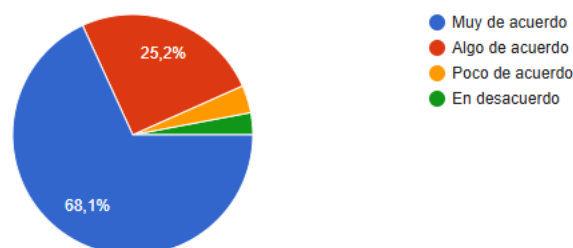


Figura 10. Pregunta 10 Entrevistas. Obtenida de Google forms

Con respecto a esta pregunta el 68,1% de las personas consideran que la gastronomía de la parroquia si es un atractivo turístico importante, ya que les permite comprender las diferentes culturas mediante las tradiciones culinarias y de esta manera la parroquia logra atraer turistas, siendo el lugar una opción de visita, el 25,2% considera que esta algo de acuerdo y no tan convencido ya que posiblemente no han probado todos sus platos típicos o las personas que venden sus productos no realizan un buen emplatado que llame la atención. (Alcívar & Hidalgo, 2022) Mencionan que los platos típicos que se ofertan en dicho lugar, tienen implicado los conocimientos ancestrales que lo hacen atractivos culturales intangibles que aportan al fortalecimiento del turismo local.

Pregunta 11: Limitaciones de la parroquia para poder destacar como un turismo gastronómico.

Figura 11

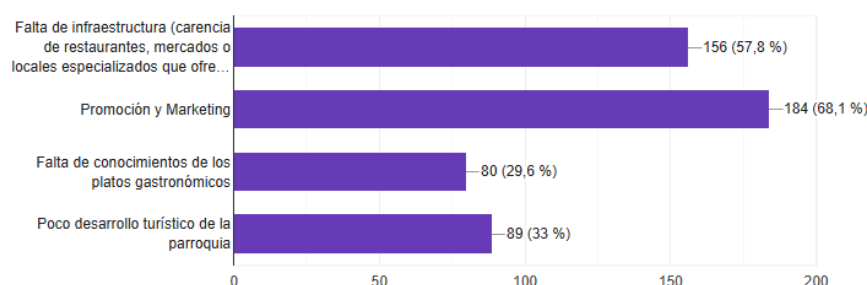


Figura 11. Pregunta 11 Encuestas. Obtenida de Google forms

La mayoría de los participantes con un 68,1% indicaron que una de las limitaciones que tiene la parroquia para poder destacar es la falta de promoción y marketing, quiere decir que la parroquia es poco conocida y no ha sido explotada como tal, el resultado de esto es que las personas desconozcan del lugar y de lo que ofrece al turista, ya que un destino con estrategia de marketing puede generar una imagen positiva, aumentar la visibilidad y provocar el interés en los viajeros, el 57,8% indicaron también que la falta de infraestructura hace que la parroquia tenga muy poca visita, esto quiere que se necesita de inversión por parte de las personas encargadas de la parroquia, el 33% de las personas consideran que tiene poco

desarrollo turístico, por lo tanto surge la necesidad de adoptar diversas estrategias y elementos del marketing turístico que sirven de ayuda para la producción de consumo como lo son: La tangibilidad que es la calidad de la comida, la cama del hostel, la intangibilidad que son las expectativas del turista. (Maldonado, Pérez, & Lalangui, 2024)

Pregunta 12: Participación de un taller o evento gastronómico si estuviera en la parroquia

Figura 12

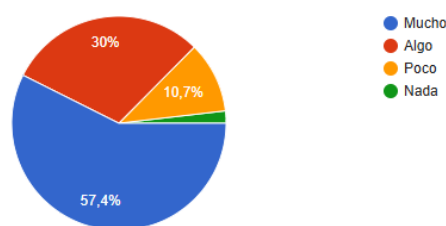


Figura 12. Pregunta 12 Encuestas. Obtenida de Google forms

La mayoría de los participantes siendo el 57,4% indicaron que si les gustaría participar en un taller o evento gastronómico, el 30% de las personas indicaron que están algo interesados, y el 10,7% están poco interesados. Se observa que más del 50% tienen la iniciativa y el interés de participar de los eventos gastronómicos, lo que hace que el resultado sea satisfactorio, de modo que por medio de estos eventos se pueden llegar a más personas dentro y fuera de la provincia y así promover la gastronomía de la parroquia.

Pregunta 13: Calidad de la gastronomía local en su decisión de visitar la parroquia

Figura 13

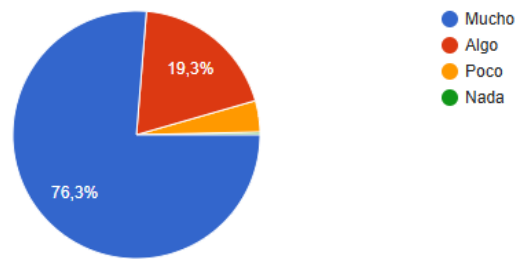


Figura 13. Pregunta 13 Encuestas. Obtenida de Google forms

En este resultado se observa que el 76,3% de las personas indicaron que la calidad de la gastronomía influye mucho al momento de visitar la parroquia, cuando los turistas deciden ir a algún lugar, lo primero que piensan es en la cultura y vivir la experiencia culinaria como parte de la gastronomía que está asociada con las emociones de una comida deliciosa que puede dejar una impresión satisfactoria al turista ; el 19,3% indicaron que algo de la calidad de la gastronomía influye en su decisión de visita y esto puede deberse a distintos motivos que hacen que las personas tengan poco interés, asociando esta pregunta con la pregunta 11, se puede observar que es por la falta de promoción, marketing y falta de infraestructura.

Pregunta 14: Medios utilizados para informarse sobre la gastronomía de Honorato Vásquez

Figura 14

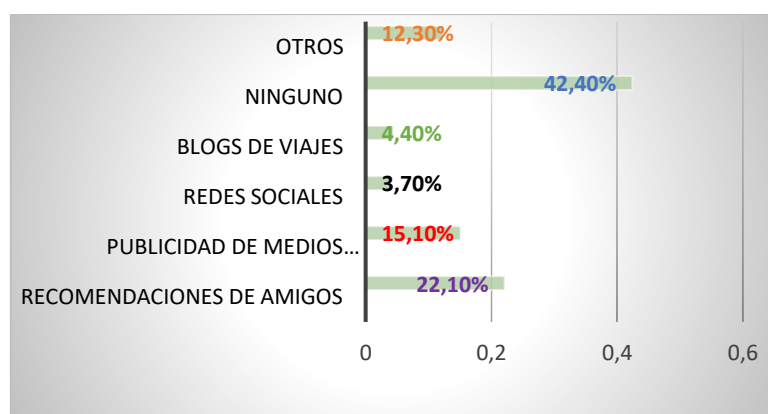


Figura 14. Pregunta 14 Encuestas. Elaboración propia

En este resultado se observa que el porcentaje mayor es de 42,4% siendo esta las respuestas de las personas, la cual consideran que ellos no utilizaron ningún medio para informarse porque desconocen de la parroquia, quiere decir que las personas que están encargadas de la parroquia no utilizan ninguna red social, ni marketing y promoción para hacer conocer el sitio, el 22,1% indicaron que conocen la parroquia por medio de las recomendaciones de amigos y familiares, ya sean de la parroquia o de otros lugares, y el 15,1% considera que se informaron por medios tradicionales, ya que al ser una parroquia pequeña con poca inversión, el mayor medio que utilizan es la radio, la cual su cobertura es dentro de la parroquia y provincia.

Pregunta 15: Desarrollo de eventos gastronómicos: Oportunidad para visitar la parroquia

Figura 15

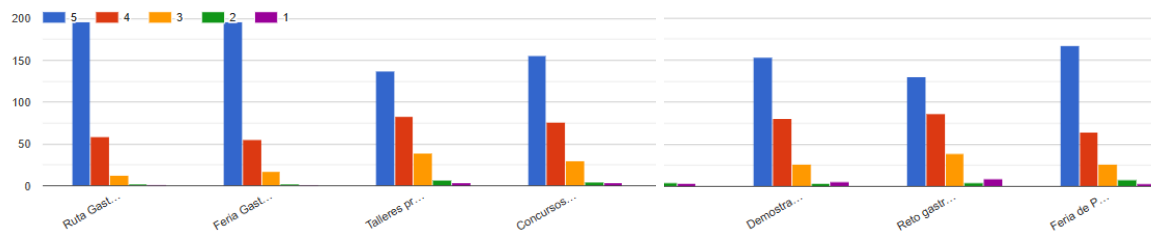


Figura 15. Pregunta 15 Encuestas. Obtenida de Google forms

Según las respuestas obtenidas de los encuestados, donde las personas consideraron que la calificación más alta de 5 sería para las rutas gastronómicas, ferias gastronómicas, feria de productos locales, concursos de platos típicos y demostraciones de cocina en vivo, de tal forma que estos eventos sean de mayor interés para el turista y se animen a visitar la parroquia.

3.2. Análisis de resultados de las entrevistas

La entrevista se desarrolló de manera estructurada y organizada, utilizando preguntas específicas que permitieron recolectar información relevante sobre la percepción y experiencias de los participantes. Posteriormente, se elaboró un cuadro comparativo para facilitar el análisis de los datos obtenidos. Este cuadro permitió identificar los aspectos principales de cada pregunta y comparar las respuestas de los entrevistados, destacando percepciones, patrones y diferencias entre ellos.

3.3. Cuadro Comparativo

Tabla # 1

Aspecto	Teniente Político Miguel Díaz	Wendy Ruiz – Presidenta del GAD	Martha García Vicepresidenta de la Junta Parroquial	Pedro Mendoza – Vocal del GAD
Platos típicos	El Teniente Díaz menciona que los platillos más típicos de la parroquia son la tonga y la gallina criolla.	La presidenta menciona que uno de los platillos más representativos que atrae a los turistas es la tonga de gallina criolla y el viche de camarón.	La tonga de gallina criolla, caldo de gallina, es uno de los platos más representativos, tienen una gran carga cultural e histórica	La parroquia tiene algunos platos típicos que son muy atractivos para el turista, pero el que más sobresale es la tonga de gallina criolla y el hornado de cerdo.
Barreras	La falta de inversión por parte del estado, para el área vial, publicitaria y en infraestructura.	La falta de infraestructura adecuada para la promoción y comercialización de los productos.	Falta de promoción y visibilidad fuera de la parroquia, no hay una estrategia clara de marketing que les permita dar a conocer en otras partes del país o en el extranjero. Además, la infraestructura para recibir turistas y ofrecer una experiencia de calidad aún necesita mejorar.	La falta de una infraestructura adecuada para el turismo gastronómico. No cuentan con suficientes restaurantes o espacios dedicados a la gastronomía local.

Estrategias	La unión de los lugares turísticos de la parroquia, implementar asesorías técnicas para créditos, implementación de hospedajes y crear proyectos junto con el GAD y el ministerio de turismo.	La creación de rutas gastronómicas que incluyen visitas a las familias locales que preparan estos platos, capacitar a los productores y restauradores para que logren una experiencia más profesional y atractiva para los turistas.	Crear una marca gastronómica para Honorato Vásquez, organizar ferias gastronómicas locales y en otras ciudades, crear contenido en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia.	Trabajar en el desarrollo de un centro gastronómico o un mercado de comida que sirva como punto de referencia para los turistas. Aprovechar las redes sociales para promocionar los productos típicos y sus historias.
Experiencia	En el Centro turístico Las Vegas el domingo, es el lugar donde más se destaca la gallina criolla.	"Una vez organizamos un evento e invitamos a turistas nacionales. Ellos disfrutaban de nuestros platos más tradicionales, mientras conocían más sobre nuestra cultura. La felicidad y el interés de los turistas por nuestra gastronomía, me dejaron una sensación de orgullo y de esperanza para seguir promocionando nuestros sabores."	"El año pasado en el reinado de la parroquia, invitamos a turistas extranjeros que se interesaron mucho en conocer cómo preparamos el hornado de mondongo. Ellos se sorprendían al descubrir que cada platillo tiene un proceso artesanal que se ha transmitido por generaciones.	

Promoción	La inversión en publicidad es el tema principal para que la comunidad se pueda incluir más en la promoción de la gastronomía.	Compartiendo sus recetas con los turistas. Se puede organizar talleres y charlas donde los cocineros locales expliquen el origen de cada platillo y su preparación. También, involucrar a los jóvenes en la preservación y difusión de las tradiciones culinarias.	Participando en eventos de promoción gastronómica, ofreciendo degustaciones y contando las historias detrás de los platillos. Los productores locales y las cocineras tradicionales deben ser embajadores de la gastronomía, invitando a los turistas a conocer cómo se elaboran los productos típicos.	Ofreciendo sus productos en mercados o ferias locales, participando en talleres y eventos gastronómicos.
------------------	---	--	---	--

Elementos para atraer turistas	Además de la gastronomía, existen otros elementos que son importantes para atraer turistas como: La Represa Poza Honda, los ríos de agua dulce, las cascadas, los paseos en lancha y el ciclismo.	Las cascadas, balnearios, ríos y una biodiversidad única que atrae a los eco turistas. Las festividades culturales, como las celebraciones religiosas, también son elementos que pueden atraer a los turistas, pues ofrecen una experiencia auténtica y rica en tradiciones.	Las tradiciones culturales, fiestas, celebraciones religiosas, la belleza natural con sus montañas y ríos, para los amantes del ecoturismo. La combinación de naturaleza, cultura y gastronomía es lo que puede hacer de Honorato Vásquez un destino turístico completo.	Además de la gastronomía, las rutas eco turísticas son un gran atractivo, especialmente porque hay cascadas y ríos.
---------------------------------------	---	--	--	---

Fuente: Entrevista aplicada. Elaboración propia

3.4. Análisis de la entrevista

Los entrevistados mencionan que los platillos más típicos de la parroquia son la tonga de gallina criolla, el caldo de gallina criolla, el viche de camarón y el hornado de cerdo, ya que son los más representativos de la parroquia por su historia detrás de cada platillo.

Los entrevistados concuerdan que una de las barreras más grande que presenta la parroquia Honorato Vásquez para que la gastronomía no sea explotada es la falta de inversión en infraestructura, área vial, publicidad, espacios dedicados a la gastronomía local, ya que son elementos muy importantes para que la parroquia Honorato Vásquez se dé a conocer.

Los entrevistados llegaron a la conclusión que implementar hospedajes, proyectos junto con el ministerio de turismo, creación de rutas gastronómicas, creación de contenido en redes sociales sería lo ideal en estrategias para atraer visitas a la parroquia, con el objetivo de que cada turista logre una experiencia única y su visita sea de agrado para invitar a más personas.

Las personas comentaron que sus experiencias gastronómicas en la parroquia han sido memorables y de mucho orgullo, al ver que la gastronomía que tiene la parroquia es interesante para los turistas, donde el plato que más resalta es la gallina criolla, generando emoción en cada persona.

Cada una de las personas mencionaron que la inversión en publicidad es el factor más importante para que se incluya en la promoción gastronómica, a su vez organizando talleres, charlas, eventos en la cual participen personas de la comunidad para hacer conocer la gastronomía.

Los entrevistados mencionaron que además de la gastronomía, existen otros elementos que sobresalen en la parroquia y que son importantes para la visita del turista, como lo son: Poza Honda, las cascadas, los ríos, las fiestas, paseos en lancha.

3.5. Estrategias sostenibles para la promoción de la gastronomía local

1. Rutas Gastronómicas: Se propone un paseo en el malecón de la parroquia, dado que cuenta con algunos restaurantes que ofrecen platos típicos, este paseo incluiría un recorrido por los balnearios debido a que cada balneario tiene un puestito de paqueos típicos de la parroquia.

Con esta estrategia se estaría ayudando a que crezca el turismo gastronómico de la parroquia, se active la economía local, y a su vez pueda ser sostenible reconociendo la identidad de la parroquia, implementando conservación de la cultura local, historia y diversidad cultural y lo que se obtendría como resultado es el fortalecimiento de los productores locales, que los negocios sean visibles para el turista y que se fortalezca la marca gastronómica local.

Como parte de la ruta se conocerán los siguientes lugares que son los más representativos de la parroquia y los que principalmente tienen más acogida por ser más turístico y por brindar variedades de platos típicos.

Foto 1



Foto 1. Ejemplo de lugar turístico de la parroquia. Tomada por el autor, 2024.

“Represa Poza Honda” Se puede encontrar extensa vegetación y su belleza natural, se visualiza algunos establecimientos como restaurantes rústicos con gran variedad de oferta turística y gastronómica, tanto como comida típica, hospedajes, paseos en lancha, cuevas, cascadas, patrimonio cultural, mitos y leyendas.

Foto 2



Foto 2. Ejemplo de lugar turístico de la parroquia. Tomada por el autor, 2024.

Foto 3



Foto 3. Ejemplo de lugar turístico de la parroquia. Tomada por el autor, 2024.

Foto 4



Foto 4. Cascada de Honorato Vásquez. Tomada por el autor, 2024.

Foto 5

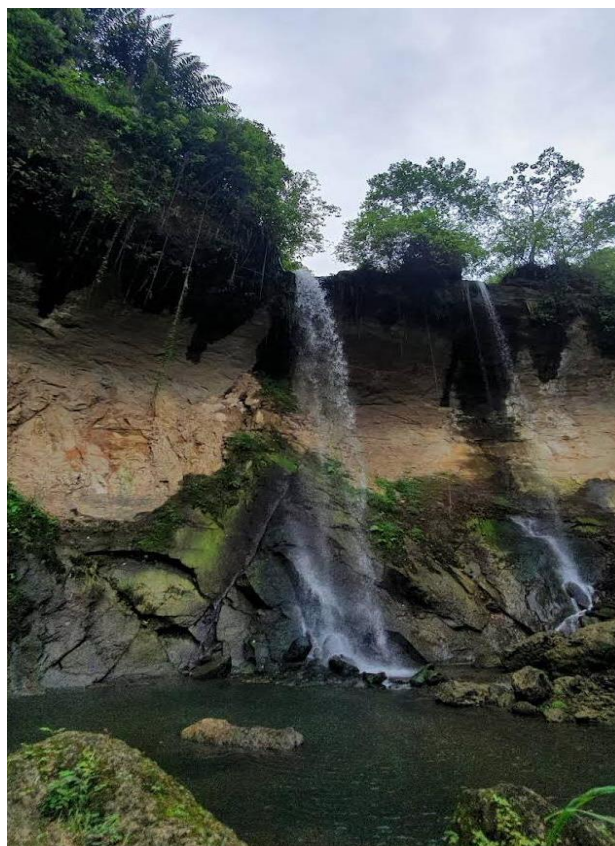


Foto 5. Laguna San German. Tomada por el autor, 2024.

Foto 6



Foto 6. Cascada “La Chorrera”. Tomada por el autor, 2024.

Foto 7



Foto 7. Isla de los pájaros. Tomada por el autor, 2024.

Parador turístico “San Valentín”: Se recorre el lugar para que se conecten con la naturaleza, conozcan los sembríos de verde, se conocerán algunos restaurantes que son rústicos, degustando de sus platos típicos y disfrutando sus ríos, piscinas y salón de eventos.

Foto 8



Foto 8. Ejemplo de balneario turístico de la parroquia. Tomada por el autor, 2024.

Foto 9



Foto 9. Ejemplo de balneario turístico de la parroquia. Tomada por el autor, 2024.

- 2. Ferias Gastronómicas:** Se llevaría a cabo exactamente en el malecón de la parroquia para asegurar la asistencia posible de las personas, determinando fechas específicas del año, por la cual se realizará una convocatoria de expositores y colaboración con instituciones locales. Con esta estrategia se ayudaría a que la parroquia aumente en la visibilidad de la gastronomía, impulso a la economía local, e incentive el turismo.

A su vez lo que se puede obtener es el aumento de la economía gastronómica, impulso de la cultura gastronómica, crecimiento de las redes.

Foto 10



Foto 10. Feria gastronómica. Tomada por el autor, 2024.

- 3. Feria de productos locales:** La feria se llevará a cabo en el malecón de la parroquia, ya que es el lugar principal que recibe a más personas, por la cual se tendría que establecer una logística y buena organización, llevar a cabo la elección de los productores locales y realizar marketing y promoción, lo que se obtendría es que se impulse la economía local para que así la comunidad tenga un mejor movimiento de dinero y se beneficien los productores y empresarios, a su vez sea sostenible fomentando el consumo de productos frescos, orgánicos y siga avanzando la producción local y la agricultura, educación sobre prácticas responsables promoviendo el turismo respetuoso con el medio ambiente.

Lo que se puede lograr con esta estrategia es que los visitantes tengan la oportunidad de interactuar directamente con los productos naturales, lo que ayuda a que la persona confíe en la calidad del producto que se está ofreciendo, los productores tendrían la oportunidad de hacer conocer sus productos y sus marcas para crear clientela.

Foto 11



Foto 11. Imagen obtenida de Google

- 4. Concursos de platos típicos:** En el concurso estarían participando personas de la parroquia o cantón, se llevaría a cabo en el malecón debido a que el lugar es claro y amplio, y así los visitantes y los jurados puedan apreciar el trabajo de cada uno, la forma de calificar sería: mejor plato tradicional, más innovador, mejor presentación, mejor sabor, con personas expertos en gastronomía local, dándole al ganador un premio y reconocimiento como becas en escuelas culinarias y utensilios de cocina.

Esta estrategia sería sostenible ya que el concurso da la oportunidad de poner valor a las recetas tradicionales, contribuyendo a su preservación y transmisión a las nuevas generaciones, lo cual nutre las costumbres culinarias, incentivando la identidad cultural.

Lo que se lograría con esta estrategia es que las personas de la comunidad se interesen más en promover la gastronomía y así despertar el interés de los turistas,

creación de recetas locales, oportunidad para cada participante en ser reconocidos y crecer en sus emprendimientos ya sea en restaurantes o clases de cocinas.

Foto 12



Foto 12. Imagen obtenida de Google

- 5. Demostraciones de cocina en vivo:** Adecuar el espacio para poder realizar las instalaciones de cocina, se realizará la invitación a chef locales para que realicen las demostraciones, mediante la demostración se debe de incentivar la participación del público, invitando a que despejen sus dudas con preguntas, probar de los ingredientes o a participar en el proceso de cocción. Por lo tanto, sería sostenible debido a que se junta la educación, la gastronomía local, la sostenibilidad ambiental y la fomentación de turismo responsable, por lo cual conlleva a utilizar productos nativos mientras realizan las demostraciones en vivo, lo cual motiva a los turistas a querer consumir y apreciar el producto originario, fortaleciendo la demanda de alimentos locales.

Lo que se obtendría como resultado es la visita frecuente de los turistas para deleitarse de los platos exquisitos, que los participantes tengan la iniciativa de aprender la preparación de los platos típicos y que los productores tengan venta de sus productos locales.

Foto 13



Foto 13. Imagen obtenida de Google

Conclusiones

En cuanto a los referentes teóricos que se encontró al realizar la investigación sobre la gastronomía en la actividad turística, se evidencia la importancia que tiene la gastronomía en el avance del turismo. Sobre la base de la investigación realizada se deduce que la gastronomía no es solamente un elemento principal en la identidad cultural de un destino, sino también un fuerte componente para atraer turistas e incrementar beneficios económicos.

También, en la búsqueda de información que se elaboró se evidencia que existe una interrelación entre el crecimiento del turismo, la experiencia del turista con la gastronomía y el valor cultural y económico que la gastronomía contribuye al sector. Por lo tanto, con el pasar del tiempo la gastronomía pasó de ser un simple servicio extra a transformarse en un atractivo turístico importante y valorado, potenciando el crecimiento de muchos lugares atractivos.

De acuerdo a la búsqueda de información, se ha demostrado que actualmente la gastronomía es una inspiración para viajar, buscando vivir experiencias que los conecten con la cultura local mediante el uso de ingredientes locales que fortalezcan la identidad gastronómica. En este contexto los retos y oportunidades para el crecimiento del turismo gastronómico dependen de una correcta planificación, manejo eficiente de los recursos locales y la unión

de las personas de la parroquia para así contribuir al crecimiento sostenible de la gastronomía.

Dentro de este análisis se pudo determinar las barreras principales que afectan a la gastronomía de la parroquia y que pueda surgir en su éxito. Considerando que entre las barreras primordiales está la falta de infraestructura adecuada, la falta de marketing y promoción y poco desarrollo turístico de la parroquia, sin embargo, se resaltan las importantes oportunidades, como lo es el crecimiento local del turismo gastronómico, aumento de la cocina tradicional como parte fundamental de la identidad cultural, la actividad turística como potencial para el incremento económico. Para incentivar al desarrollo de la gastronomía como atractivo turístico, es primordial enfrentar las barreras mediante estrategias de marketing y el apoyo del GAD y otras entidades.

La gastronomía como parte clave del turismo de la parroquia, consiste en aprovechar las riquezas que contiene, por lo tanto, es primordial establecer estrategias sostenibles que ayuden a la activación de la gastronomía, la visita de los turistas e impulse a la conservación de las tradiciones culinarias. Propuestas como: rutas gastronómicas, ferias gastronómicas, feria de productos locales, concursos de platos típicos, demostraciones de cocina en vivo hacen que sean un factor importante para generar un impacto positivo en la economía local como en el cuidado de los recursos naturales.

Igualmente, la ayuda entre las entidades públicas y privadas y la participación de la comunidad dentro de los eventos será parte importante para asegurar que la gastronomía se vuelva un impulsor de desarrollo económico y social, promocionando el respeto y la consideración por el patrimonio cultural.

Recomendaciones

- Con el apoyo de las entidades públicas de la parroquia se puede mejorar las infraestructuras gastronómicas de la parroquia, desarrollando restaurantes, mercados adecuados para la venta de productos locales, cabañas, hostales y hoteles.
- Desarrollar campañas y estrategias de marketing y promoción sobre la gastronomía local para fomentar un turismo gastronómico sostenible que incluya la creación de páginas en las redes sociales donde se muestre las experiencias de los turistas.
- Realizar colaboraciones con influencers que sean expertos en gastronomía con el objetivo de incrementar la visibilidad de la parroquia.
- Brindar capacitaciones a los restaurantes, productores, guías de cómo mejorar la experiencia turística del visitante a la comunidad.
- Implementar espacios de descanso mientras se realiza la ruta gastronómica para que los visitantes deleiten su experiencia con tranquilidad y comodidad.
- Integrar a la parroquia en guía turísticas y páginas de turismo culinario como: TripAdvisor o plataformas de viajes que impulsen los destinos gastronómicos.

Bibliografía

- Alcívar, A., & Hidalgo, A. S. (2022). *GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE LA CIUDAD CREATIVA DE LA UNESCO – PORTOVIEJO, ECUADOR*. Calceta: Calceta: ESPAM MFL.
- Alcívar, A., & Hidalgo, S. (2022). *GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE LA CIUDAD CREATIVA DE LA UNESCO – PORTOVIEJO, ECUADOR*. Calceta: Dialnet.
- Álvarez, C., & Mendoza, R. (2014). *PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ DEL CANTÓN SANTA ANA*. Calceta: Dialnet.
- BBVA. (3 de 12 de 2021). *Turismo gastronómico, un aliado del desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/turismo-gastronomico-un-aliado-del-desarrollo-sostenible/>
- Cáceres, M. (2023). Sustainability in gastronomy Practices and challenges. *Kosmos*, 7-11.
- Carolina, A. (2021). *"SABERES ANCESTRALES Y PATRIMONIO ALIMENTARIO CAÑAR"*. Riobamba: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.
- Celimar. (2024). La Evolución Del Turismo Gastronómico. *Celimar*, 1.
- Ceupe. (2024). *Turismo Gastronómico*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-gastronomico.html>
- Contreras, J., & Mabel, G. (2011). *Alimentação, sociedade e cultura*. Brasil: Fiocruz.
- Coppola, M. E. (15 de 11 de 2016). *La importancia de la gastronomía en la experiencia turística*. Obtenido de <https://www.treksoft.com/es/blog/importancia-gastronomia-experiencia-turistica>

- Cortés, M., Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología*. México: Universidad Autónoma del Carmen.
- Cruz, A., Asencio, C., Conde, S., Oyola, M., & Sánchez, L. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Rural Tenguel*. Tenguel: GAD PARROQUIAL.
- Esperanza, G., & Lazaro, E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Scielo*, 23-29.
- Falcón, J. P. (2014). TENDENCIAS GLOBALES DE DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO. *REDMARKA*, 2-33.
- Fernández, C., & Baptista, P. (2020). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo. *INE*, 2-22.
- Flores, J. (2019). COSTUMBRES Y TRADICIONES CULINARIAS DE LA PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ, PROVINCIA DE MANABÍ COMO PARTE DE SU PATRIMONIO CULTURAL. *Dialnet*, 13-128.
- Fuste-Forne, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Scielo*, 4-16.
- GoRaymi. (2024). *GoRaymi*. Obtenido de Represa Poza Honda: <https://www.goraymi.com/es-es/manabi/santa-ana/represas/represa-poza-honda-a7fey7vtd>
- Guerra Maldonado, M. (2023). IMPACTO TURÍSTICO DE LAS FERIAS GASTRONÓMICAS. *Universidad Técnica De Babahoyo*, 10-35.
- Guevara Aroca, F., Buenaño Alluca, M., Villarreal Martínez, B., & Herrera Eguez, C. (2022). Conocimiento del uso de hierbas y especias en la culinaria otavaleña, con enfoque hacia el marketing gastronómico. *Eca Sinergia*, 96-106.
- Infoturismo. (2019). *Gastronomía Honorato Vásquez*. Obtenido de <https://manabihonoratovasq.wixsite.com/honorato-vasquez/gastronomia>

- Jiménez, A., Rico, E., & Molto, E. (2023). Análisis de la cadena de valor del turismo gastronómico y sus relaciones desde un enfoque territorial: criterios de funcionalidad y jerarquización. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 97.
- Kivela, J., & Crotts, J. (2008). Turismo Gastronómico - Un segmento significativo del mercado de viajes. *Taylor y Francis Online*, 39-55.
- Larrera, E. (18 de 05 de 2021). *Importancia de la gastronomía en la oferta turística de los destinos*. Obtenido de <https://escafandra.news/importancia-de-la-gastronomia-en-la-oferta-turistica-de-los-destinos/>
- López, A. (2024). Tendencias gastronómicas del 2024. *La Barra*.
- López, T., & Sánchez, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. *Pasos*, 1-3.
- Magri, G. (2019). *“La Sostenibilidad Sociocultural del Turismo Gastronómico en la Ciudad de Uribe Larrea. Una*. Bernal.
- Magri, G. (06 de 2020). Obtenido de RIDDA-UNQ: https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2232/TM_2020_magriharsich_007.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maldonado, A., Pérez, M. J., & Lalangui, J. (2024). Marketing turístico: una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas para su crecimiento sostenible. *Scielo*, 114-119.
- Manobanda, G. (2023). *Technological Advances in Food Processing: Impact on Food Security and Sustainability*. Bast Corp International Journal.
- Mascarenhas, R. G., & Gándara, J. G. (2024). Producción y transformación territorial: La gastronomía como atractivo turístico. *Scielo*, 776-791.

- Menor, C. H. (2022). Gastronomía local, cultura y turismo en Ciudades Patrimonio de la Humanidad: el comportamiento del turismo extranjero. *Revista de investigaciones turísticas*, 140-161.
- Monserate, M. (2019). Gastronomía y marketing turístico en el cantón Ventanas. *Universidad Técnica De Babahoyo*, 12-56. Obtenido de GASTRONOMÍA Y MARKETING TURÍSTICO EN EL CANTÓN VENTANAS.: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6225/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000069.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino ' El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Scielo*, 12.
- ONU. (s.f.). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Otzen, T., & Manterola, C. (20 de 10 de 2024). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*, 227-232.
- Pin, F., García, K., & Canarte, M. (2023). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos como Base para la planificación turística de la parroquia Honorato Vásquez, Santa Ana, Manabí, Ecuador. *UNESUM-CIENCIAS*, 12.
- Prieto, M. (2019). Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística. *SSRN*, 26.
- Quinteros, J. (2004). Los Impactos Económicos, Socioculturales y Medioambientales Del Turismo y sus Vínculos Con El Turismo Sostenible. *Dialnet*, 263-274.
- Raíces Ecuador. (2024). *Raíces Ecuador*. Obtenido de <https://www.raicesecuador.com/>
- Robalino, J., & Moreira, J. (2019). Costumbres y tradiciones culinarias de la parroquia Honorato Vásquez, provincia de Manabí como parte de su patrimonio cultural. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*.

- Rusu, C. (2011). *Metodología de la Investigación*.
- Salazar, D., Díaz, P., Portugal, C., & Daniela, P. (2019). *SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL TURISTA EXTRANJERO SOBRE LA GASTRONOMÍA*. Quito: Dialnet.
- Sampieri, R. (2020). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *INE*, 2-21.
- Simone, G. (2023). HISTORIA DE ALGUNAS DENOMINACIONES DE TURISMO EN ESPAÑA. *Cuadernos de Turismo*, 79 - 100.
- Tapia, E., Valdivieso, J. C., Navas, S., Cisneros, D., Chacon, D., Vanin, A., . . . Molina, M. (2022). Biodiversidad, cocina e identidad de los pueblos afro ecuatorianos. En *Biodiversidad, cocina e identidad de los pueblos afro ecuatorianos* (págs. 75-254). Ecuador: Dialnet.
- Tenelema, E. (2023). *PROPUESTA PARA UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ*. Ecuador-Riobamba: Studocu. Obtenido de la Universidad Nacional De Chimborazo.
- Tinoco, O. (2023). Los Impactos del Turismo en el Perú. *Industrial Data*, 47-60.
- Turismo, B. (27 de 05 de 2020). *Turismo Gastronómico*. Obtenido de Ostelea: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/turismo-gastronomico-que-es-rutas-y-mejores-destinos>
- Turismo, M. d. (2023). *Reglamento Turístico De Alimentos y Bebidas*. Ecuador: Lexis.
- Turismo, M. d. (s.f.). *POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO ACCESIBLE E INCLUSIVO 2030*. QUITO: Ministerio de turismo.
- Turismo, R. L. (2018). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Ecuador: Lexis.

Universitat De Barcelona. (16 de 06 de 2023). Obtenido de Gastronomía Sostenible: preguntas clave, tendencias actuales y Máster en el CETT-UB: <https://www.cett.es/es/gastronomia-sostenible-que-es>

El Universo, E. (14 de 02 de 2024). *Manabí recibió la visita de medio millón de turistas en carnaval*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/manabi-recibio-la-visita-de-medio-millon-de-turistas-en-carnaval-nota/>

Utrera, A., & Real, E. (2020). La gastronomía, la cultura y el patrimonio para un turismo sostenible. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1-4.

Vera Canchingre, J. C. (2023). "TURISMO SOSTENIBLE: ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN LAS CABAÑAS DE ALIMENTACIÓN DE LA PARROQUIA BALLEENITA, CANTÓN SANTA ELENA". *Dialnet*, 51.

Villagómez, C., Arteaga, M., & Molina, G. (2019). Rutas gastronómicas como factor de desarrollo: Caso Esmeraldas-Ecuador. *Revista Ciencia y Tecnología*, 36-44.

Anexos

Encuesta

1. **¿A qué rango de edad pertenece?**
 - Entre 18 a 24 años
 - Entre 25 a 34 años
 - Entre 35 a 44 años
 - Entre 45 en adelante
2. **¿Qué tan importante consideras la gastronomía local al elegir tu destino turístico?**
 - Muy importante
 - Importante
 - Poco importante
 - Nada importante
3. **¿Consideras que la gastronomía es un atractivo o elemento que podría desarrollar el turismo en un lugar?**
 - Si
 - No
4. **¿Ha escuchado de la parroquia Honorato Vásquez?**
 - Si
 - No
5. **¿Con qué frecuencia visita la parroquia Honorato Vásquez?**
 - Nunca
 - Rara vez
 - A veces
 - Frecuentemente
 - Muy frecuentemente
6. **¿Qué tanto valora el componente gastronómico en sus viajes por turismo? Del 1 al 5 califique, siendo el 5 el valor más alto y el 1 el valor más bajo**
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
7. **¿Ha probado algunos de estos platos típicos de la parroquia Honorato Vásquez? Puede seleccionar más de una opción.**
 - Viche de camarón
 - Caldo de gallina criolla
 - Seco de gallina criolla
 - Sopa de pescado
 - Tonga de gallina
 - Majada
 - Hornado de Mondongo
 - Tortilla de yuca
 - Hornado de cerdo
 - Menestra de sangre de gallina con menudencia
 - Ninguno

9. **¿Qué tan satisfecho estás con la calidad de la gastronomía local en la parroquia?**
- Muy satisfecho
 - Algo satisfecho
 - Poco satisfecho
 - Insatisfecho
10. **¿Consideras que la gastronomía local de Honorato Vásquez es un atractivo turístico importante?**
- En desacuerdo
 - De acuerdo
 - Muy de acuerdo
11. **¿Qué limitaciones crees que tiene la parroquia al poderse destacar como un turismo gastronómico?**
- Falta de infraestructura (carencia de restaurantes, mercados o locales especializados que ofrecen la gastronomía local)
 - Promoción y Marketing
 - Falta de conocimientos de platos gastronómicos
 - Poco desarrollo turístico de la parroquia
12. **¿Qué tan interesado estarías en participar en un taller o evento si estuvieras en la parroquia?**
- Mucho
 - Algo
 - Poco
 - Nada
13. **¿Qué tanto influye la calidad de la gastronomía local, influye en tu decisión de visitar la parroquia?**
- Mucho
 - Algo
 - Poco
 - Nada
14. **¿Qué medios utilizas para informarte sobre la gastronomía de Honorato Vásquez antes de tu visita? (Puedes seleccionar más de una opción)**
- Redes sociales
 - Blogs de viajes
 - Recomendaciones de amigos/familia
 - Publicidad de medios tradicionales
 - Guías turísticas
 - Otros
 - Ninguno
15. **Si usted tuviera la oportunidad de visitar la parroquia Honorato Vásquez, ¿Cuál de las siguientes opciones le interesaría más? Del 1 al 5 califique cual le parece más interesante, siendo el 5 el valor más alto y el 1 el valor más bajo.**
1. Ruta Gastronómica
 2. Feria Gastronómica
 3. Talleres prácticos donde los visitantes aprendan a preparar recetas locales
 4. Concursos de platos típicos
 5. Demostraciones de cocina en vivo
 6. Reto gastronómico (los participantes deben de preparar una receta en un tiempo determinado)
 7. Feria de productos locales

Entrevista

1. ¿Qué platillos típicos de la parroquia Honorato Vásquez considera que son más atractivos para los turistas?
2. ¿Cuáles crees que son las principales barreras que enfrenta la gastronomía local para posicionarse como un atractivo turístico?
3. ¿Qué estrategias crees que podrían implementarse para mejorar la promoción de la gastronomía local?
4. Describa una experiencia memorable que haya tenido relacionada con la gastronomía en Honorato Vásquez.
5. ¿Cómo podría la comunidad local involucrarse más en la promoción de su gastronomía?
6. ¿Qué otros elementos, además de la gastronomía, creen que son importantes para atraer turistas a la parroquia?

Foto 14



Foto 14. Entrevista. Tomada por el autor, 2024.

Foto 15



Figura 15. Entrevista. Tomada por el autor, 2024.

Foto 16



Foto 16. Lugar turístico para la feria. Elaboración propia

Foto 17



Foto 17. Seco de gallina. Elaboración propia

Foto 18



Foto 18. Comida típica. Elaboración propia.

Foto 19



Foto 19. Comida típica. Elaboración propia