



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA:**

**PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA  
PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN  
DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del título de:**

**LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTORA:**

**DAHIANA ELIZABETH MATÍAS MEJILLÓN**

**PROFESOR GUÍA:**

**LCDA. YONAIKER NAVAS MONTES, PhD.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, **“PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS”**, elaborado por la Srta. Dahiana Elizabeth Matías Mejillón, egresada de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**



---

**Lcda. Yonaiker D. Navas Montes PhD.**  
**Profesora tutora**

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación denominado “**PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS.**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **DAHIANA ELIZABETH MATÍAS MEJILLÓN** con cédula de identidad número **2450117128**, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

*Dahiana Matías.*

---

Dahiana Elizabeth Matías Mejillón  
C.C. No.: 2450117128

## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por el apoyo invaluable que he recibido durante la realización de mi tesis. Ha sido un honor y un privilegio contar con los recursos, la orientación y el ambiente académico que esta institución proporciona.*

*A mis maestros de cátedra, cuyos conocimientos y orientación han sido fundamentales para el éxito de mi investigación. Su dedicación y compromiso con la excelencia académica han sido una inspiración constante.*

*A mis profesores, guía por brindarme el espacio y los recursos necesarios para llevar a cabo mi proyecto de investigación, por su orientación experta y apoyo continuo a lo largo de este proceso. Su guía ha sido crucial para dar forma a mi trabajo y alcanzar los objetivos propuestos.*

*A mis padres, por su inquebrantable apoyo durante el proceso de elaboración de mi tesis. Su amor, paciencia y aliento constante han sido la base fundamental que me ha permitido llegar hasta este punto. A lo largo de este desafío académico, su respaldo emocional y motivacional ha sido mi mayor fortaleza. Cada palabra de aliento, cada gesto de confianza ha sido un faro que me ha guiado en este viaje académico.*

*DAHIANA ELIZABETH MATÍAS MEJILLÓN*

## **DEDICATORIA**

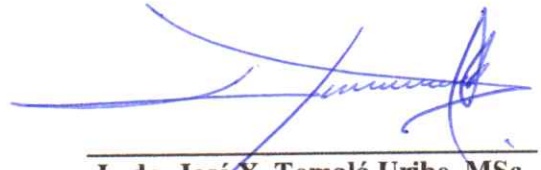
*Dedico esta investigación a mis padres que me acompañaron durante toda su realización, a toda mi familia que siempre me motivó a culminar con mi preparación profesional. A mis docentes que durante 5 años de estudio forjaron mi carácter como futura profesional y compartieron conocimientos durante todo este período. A mi tutora y especialista que con sus asesoramientos y cariño me guiaron en este trabajo.*

*DAHIANA ELIZABETH MATÍAS MEJILLÓN*

**TRIBUNAL DE GRADO**



**Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.  
DECANA DE LA FACULTAD CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**



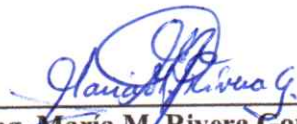
**Lcdo. José X. Tomalá Uribe, MSc.  
DIRECTOR (E) DE CARRERA GESTIÓN  
Y DESARROLLO TURÍSTICO**



**Lcda. Yonaiker D. Navas Montes PhD.  
PROFESORA TUTORA**



**Lcda. Maritza M. Pérez Chiquito MSc.  
PROFESORA ESPECIALISTA**



**Abg. María M. Rivera González. MSc.  
SECRETARIA GENERAL**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	I
APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	II
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
TRIBUNAL DE GRADO .....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	VII
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT .....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema.....	2
Sistematización .....	3
Formulación del problema .....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos: .....	4
Justificación .....	4
Mapeo .....	5
CAPÍTULO I.....	6
MARCO REFERENCIAL.....	6
1.1 Revisión de literatura .....	6
1.2 DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTOS.....	8
1.2.1. Producto turístico .....	8
1.2.1.1. Gastronomía tradicional .....	9
1.2.1.1.1 Gastronomía tradicional conservada hasta la actualidad.....	10
1.2.1.1.2. Ingredientes y preparaciones tradicionales .....	10
1.2.1.2. Tradición material e inmaterial .....	11
1.2.1.2.1. Turismo cultural.....	12
1.2.1.2.2. Sentido de pertenencia .....	13
1.2.1.3. Motivaciones de desplazamiento de turista .....	13

1.2.1.3.1. Actitud de la comunidad receptora y pobladores que conservan las preparaciones tradicionales .....	14
1.2.1.3.2. Promover la actividad turística .....	15
1.2.1.3.3. Aceptación de nuevos productos .....	15
1.2.2. Diversificación de oferta turística .....	15
1.2.2.1. Nuevos productos turísticos .....	16
1.2.2.1.1. Perspectiva del turismo actual .....	16
1.2.2.1.2. Aceptación de nuevo producto .....	17
1.2.2.2. Satisfacer necesidades .....	18
1.2.2.2.1. Nivel de satisfacción .....	18
1.2.2.2.2. Experiencia .....	19
1.2.2.3. Mercados crecientes .....	19
1.2.2.3.1. Exigencias del turista .....	19
1.2.2.3.2. Exigencias en gastronomía tradicional .....	20
1.3 FUNDAMENTOS LEGALES .....	21
CAPÍTULO II .....	27
METODOLOGÍA .....	27
2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	27
2.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	28
2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	29
2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	30
2.6. RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS .....	30
CAPÍTULO III .....	31
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	31
3.1. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO: ENCUESTA - HABITANTES .....	31
3.2 RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO: ENCUESTA – TURISTAS .....	44
3.3 ANÁLISIS CUALITATIVO: ENTREVISTA – PREPARACIONES DE PLATILLOS TRADICIONALES .....	57
3.4 DISCUSIÓN .....	61
CONCLUSIONES .....	63
RECOMENDACIONES .....	64
REFERENCIAS .....	70
ANEXOS .....	78



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género.....	31
Tabla 2: Edad .....	32
Tabla 3: Estado civil .....	33
Tabla 4: Estudio .....	34
Tabla 5: Ocupación principal .....	35
Tabla 6: Ingreso familiar mensual .....	36
Tabla 8: ¿Considera usted importante la diversificación de oferta turística para promover nuevas actividades turísticas? .....	38
Tabla 11: De las siguientes opciones seleccione una. Los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo frente a la actividad turística tienen una actitud: .....	41
Gráfico 11: De las siguientes opciones seleccione una. Los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo frente a la actividad turística tienen una actitud: .....	41
Tabla 12: ¿Cree usted que implementar la actividad turística de tipo gastronómica generaría oportunidades de beneficios económicos en la parroquia José Luis Tamayo? .....	42
Tabla 13: ¿Estaría usted, de acuerdo en el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo?.....	43
Tabla 14: Género.....	44
Tabla 15: Procedencia .....	45
Tabla 16: Edad .....	46
Tabla 17: ¿Con quién suele viajar? .....	47
Tabla 18: Usted obtiene información para viajar a través de:.....	48
Tabla 19: ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico? .....	49
Tabla 20: De las siguientes opciones: ¿Qué aspectos valora de parte de la comunidad receptora que visita? .....	50
Tabla 21: ¿Con qué frecuencia usted consumiría gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo? .....	51
Tabla 22: ¿Cuál es el factor que usted considera al momento de consumir gastronomía?.....	52
Tabla 23: ¿Estaría de acuerdo con el diseño de producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?.....	53
Tabla 24: ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico tradicional? .	54

Tabla 25: ¿Considera usted que una experiencia turística que incluya gastronomía tradicional representa la identidad de un sitio? .....	55
Tabla 26: Estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico tradicional basándose en su experiencia? .....	56

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género .....	31
Gráfico 2: Edad .....	32
Gráfico 3: Estado civil .....	33
Gráfico 4: Estudio .....	34
Gráfico 5: Ocupación principal .....	35
Gráfico 6: Ingreso familiar mensual .....	36
Tabla 7: ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo? .....	37
Gráfico 7: ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo? .....	37
Gráfico 8: ¿Considera usted importante la diversificación de oferta turística para promover nuevas actividades turísticas?.....	38
Tabla 9: ¿Usted tiene conocimiento sobre la gastronomía tradicional y sus diferentes platillos en la parroquia José Luis Tamayo?.....	39
Gráfico 9: ¿Usted tiene conocimiento sobre la gastronomía tradicional y sus diferentes platillos en la parroquia José Luis Tamayo? .....	39
Tabla 10: ¿Usted piensa que el consumo de gastronomía tradicional promueve la conservación y su sentido de pertenencia dentro de la parroquia José Luis Tamayo?.....	40
Gráfico 10: ¿Usted piensa que el consumo de gastronomía tradicional promueve la conservación y su sentido de pertenencia dentro de la parroquia José Luis Tamayo?.....	40
Gráfico 12: ¿Cree usted que implementar la actividad turística de tipo gastronómica generaría oportunidades de beneficios económicos en la parroquia José Luis Tamayo? .....	42
Gráfico 13: ¿Estaría usted, de acuerdo en el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo?.....	43
Gráfico 14: Género .....	44
Gráfico 15: Procedencia .....	45
Gráfico 16: Edad .....	46
Gráfico 17: ¿Con quién suele viajar? .....	47

Gráfico 18: Usted obtiene información para viajar a través de:.....	48
Gráfico 19: ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico? .....	49
Gráfico 20: De las siguientes opciones ¿Qué aspectos valora de parte de la comunidad receptora que visita? .....	50
Gráfico 21: ¿Con que frecuencia usted consumiría gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo? .....	51
Gráfico 22: ¿Cuál es el factor que usted considera al momento de consumir gastronomía?.....	52
Gráfico 23: ¿Estaría de acuerdo con el diseño de producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?.....	53
Gráfico 24: ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico tradicional? .....	54
Gráfico 25: ¿Considera usted que una experiencia turística que incluya gastronomía tradicional representa la identidad de un sitio? .....	55
Gráfico 26: Estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico tradicional basándose en su experiencia?.....	56

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz operacionalización .....	79
Anexo 2: Matriz consistencia .....	81
Anexo 3: Presupuesto de investigación .....	82
Anexo 4: Modelo de encuesta para habitantes .....	83
Anexo 5: Formato encuesta para visitantes .....	85
Anexo 6: Formato de entrevista para habitantes sobre preparaciones tradicionales .....	87
Anexo 7: Fundamento legal de trabajo de investigación .....	88
Anexo 8: Entrevista – Sr. Wilson Reyes .....	92
Anexo 9: Entrevista – Sra. Blanca Tigrero .....	92
Anexo 10: Entrevista – Sr Félix De La Cruz.....	93
Anexo 11: Entrevista – Sr. Hugo Cochea.....	93
Anexo 12: Horno de Barrio y leña .....	94
Anexo 13: Platillo Seco de Chivo al tamarindo.....	94
Anexo 14: Degustación de Seco de chivo al tamarindo.....	95
Anexo 15: Visita de campo en parroquia José Luis Tamayo.....	95

**TEMA:****PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS****AUTORA:****MATÍAS MEJILLÓN DAHIANA ELIZABETH****TUTORA:****LCDA. NAVAS MONTES YONAIKER DEL MAR, PhD.****RESUMEN**

El turismo en la provincia de Santa Elena al pasar los años ha sido reconocido por el turismo tradicional de sol y playa, sin embargo, también con el tiempo se han generado ideas de diversificación, cuya finalidad es no saturar los balnearios, brindándole al turista disfrutar variadas experiencias. El presente trabajo muestra un producto gastronómico turístico tradicional, que se ubica como una alternativa para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas, al que pertenece la parroquia, se plantea como objetivo general “Diseñar un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para la diversificación de la oferta turística del cantón”. La metodología implementada en el proyecto tiene un enfoque explicativo concurrente con un método inductivo en la que se aplican encuestas y entrevistas dirigidas tanto a sus habitantes como a turistas de la parroquia José Luis Tamayo, con el fin de captar el nivel de aceptación de la propuesta, además de la actitud de la comunidad receptora ante la actividad turística y finalmente recabar la información suficiente sobre la gastronomía tradicional vigente de la parroquia. Se puede concluir que, la comunidad presenta una actitud favorable en relación con las actividades turísticas dentro de la parroquia, a su vez posee información relevante acerca de la gastronomía tradicional y sus preparaciones lo que hace posible el diseño de un producto gastronómico tradicional en búsqueda de su reconocimiento y la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.

**Palabras claves:** Producto gastronómico, diversificación, tradicional, comunidad receptora, turismo.

**TEMA:****TRADITIONAL GASTRONOMIC PRODUCT IN THE JOSÉ LUIS TAMAYO PARISH FOR THE DIVERSIFICATION OF THE TOURIST OFFER OF THE SALINAS CANTON****AUTOR:  
MATÍAS MEJILLÓN DAHIANA ELIZABETH****TUTOR:  
LCDA. NAVAS MONTES YONAIKER DEL MAR, PhD****ABSTRACT**

Tourism in the province of Santa Elena over the years has been recognized by traditional sun and beach tourism, however, over time ideas of diversification have also been generated, with the aim of not saturating the spas, giving tourists a varied experience. experiences. The present work shows a design of a traditional tourist gastronomic product, which is located as an alternative for the diversification of the tourist offer of the Salinas canton, to which the parish belongs, the general objective is "Design a traditional gastronomic product in the parish José Luis Tamayo for the diversification of the tourist offer of the canton", the methodology implemented in the project has an explanatory approach concurrent with an inductive method in which surveys and interviews are applied to both inhabitants and tourists of the José Luis Tamayo parish. in order to capture the level of acceptance of the proposal, in addition to the attitude of the receiving community towards tourist activity and finally gather sufficient information about the current traditional gastronomy of the parish. It can be concluded that the community presents a favorable attitude in relation to tourist activities within the parish, at the same time it has relevant information about traditional gastronomy and its preparations, which makes possible the design of a traditional gastronomic product in search of its recognition and the diversification of the tourist offer of the Salinas canton.

**Keywords:** Gastronomic product, diversification, traditional, host community, tourism.

## INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el turismo ha vivido cambios debido a la crisis sanitaria, por lo que los países con industrias turísticas buscan mantenerse adaptados a estos cambios con el fin de generar visitas, ingresos económicos y desarrollo en general. (Organización Mundial del Turismo [OMS], 2022) indica que, el turismo actualmente se encuentra en recuperación y ha presentado mejoras en el mundo, así mismo debido al entorno cambiante en el que se desarrolla la actividad turística las empresas turísticas y personas dedicadas a este sector se apoyan en la innovación y diversificación de su oferta.

En referencia al Ecuador, (Ministerio del Turismo [MINTUR], 2022) plantea que, en los primeros meses del año 2022 se evidencia una mejora en la actividad turística y en los ingresos económicos que el sector aporta a la economía del país, en donde el turismo se ubica hoy en día en la cuarta fuente de ingresos no provenientes del petróleo. Dichos beneficios económicos son parte de los ingresos del sector alojamiento y de alimentos y bebidas.

Dentro del Ecuador los esfuerzos se centran en acoplarse a las nuevas tendencias del turismo actual, estas tendencias están dirigidas a un turista más exigente con su cuidado y su salud. (Escuela de Turismo y Hospitalidad [OSTELEA], 2022) indica que, actualmente las actividades relacionadas al turismo tratan de guiarse hacia acciones responsables, en contacto con la naturaleza, culturales y gastronómicas con el fin de apuntar hacia otros tipos de turismo además del tradicional.

De acuerdo con Balón (2020), la provincia de Santa Elena es destacada a nivel nacional e internacional por sus extensas playas como el caso de Salinas, reconocido balneario. Sin embargo, la provincia posee otros potenciales en turismo como la gastronomía, la cultura y tradiciones que hacen de la provincia un sitio de diversidad y de experiencia completa para el turista que la visita.

Este trabajo se centra en la parroquia José Luis Tamayo ubicada en el cantón Salinas, también llamada Muey, que posee un clima seco. De acuerdo con la investigación de Tapia (2018), la parroquia José Luis Tamayo posee una temperatura promedio es de

25 grados anualmente y posee una superficie de 33,58 km<sup>2</sup>. Dentro de la misma se puede encontrar la historia de antaño sobre las albarradas de agua dulce, además el área de pozos de sal, refugio para aves marinas endémicas y también de migración. Limita al norte con el cantón La Libertad, al sur con la parroquia Anconcito, al este con el cantón la Libertad y el oeste con el Océano pacífico.

El presente proyecto propone un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para diversificar la oferta turística del cantón Salinas, provincia de Santa Elena promoviendo las actividades turísticas y la dinamización de la economía en el cantón basándose en la gastronomía tradicional como puente potenciador del turismo, siendo la gastronomía cada vez más apreciada dentro de las tendencias del turismo actual.

Los habitantes de José Luis Tamayo o Muey se dedican a la extracción de sal, albañilería, agricultura, pesca, artesanía, expender de helados, refrescos entre otros y una parte reducida de la población se dedica a actividades relacionadas al turismo. Si bien es cierto dentro de la parroquia existen atractivos turísticos como playas, iglesias, parques recreacionales, pozos de sal y albarradas, además de flora como árboles de tamarindo, almendra y de ceibo, este proyecto se enfoca en la riqueza gastronómica que la parroquia posee, misma que necesita ser mostrada a nivel cantonal y provincial como primer punto ya que a pesar de mantener preparaciones tradicionales y poseer un gran valor tradicional, estas no son apreciadas más que por la población de la misma parroquia.

### **Planteamiento del problema**

Además, lo mencionado sobre Muey en cuanto su riqueza gastronómica tradicional con preparaciones que han prevalecido a lo largo de los años en platillos como el seco de chivo con jugo de tamarindo, preparación distintiva de la parroquia, también existe la preparación artesanal del pan en horno de leña, actividad realizada hoy en día por los ancianos de la parroquia y enseñada a sus nietos para continuar con su tradición (Vélez, 2014).

Esta gastronomía tradicional tiene su espacio distintivo dentro de la parroquia y su reconocimiento dentro de la misma. Sin embargo, esto no ocurre con personas fuera de la provincia, que es lo que permitiría generar beneficios económicos para la población de la parroquia. Por tanto, el diseño de un producto gastronómico tradicional representa una gran oportunidad para motivar a la comunidad a mirar hacia la actividad turística como fuente de ingresos (Tapia, 2018).

Junto a la creación de un producto gastronómico tradicional este proyecto pretende promover la diversificación de la oferta del cantón Salinas, dentro de la parroquia José Luis Tamayo y con esto tener una base para que visitantes potenciales conozcan su riqueza en gastronomía tradicional, que la degusten y experimenten sus diferentes preparaciones en una experiencia turística.

Esta propuesta de producto gastronómico tradicional evidencia la relevancia en los conocimientos ancestrales a través de un recetario de las preparaciones en el que se busca recabar.

### **Sistematización**

¿Cuál es la importancia de promover la actividad turística en la parroquia José Luis Tamayo?,

¿De dónde proviene la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo y quienes aún la practican?

### **Formulación del problema**

¿Cómo diversificar la oferta turística del cantón Salinas a través de la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo?

### **Objetivo general**

Diseñar un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo a través de la investigación y valorización de la gastronomía local, para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.



### **Objetivos específicos:**

- Diagnosticar la oferta turística basada en la gastronomía que existe en la parroquia José Luis Tamayo mediante la búsqueda y análisis en visitas de campo, para la identificación de oportunidades de diversificación.
- Fundamentar teóricamente la diversificación de la oferta turística a través de los productos gastronómicos, para un marco conceptual sólido.
- Determinar el producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo por medio del diagnóstico, para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.

### **Justificación**

La propuesta diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo tiene como fundamentación teórica realizar un aporte al conocimiento que existe sobre la gastronomía tradicional de José Luis Tamayo y como esta puede convertirse en un potencial producto turístico cuyos resultados se sistematizan en una propuesta escrita que puede aplicarse a futuro. Lo que implica reconocer aquellas preparaciones gastronómicas a niveles generacionales o tradicionales.

La idea principal de este proyecto se centra y justifica basándose en los cambios crecientes que presentan las sociedades que poco a poco pierden sus identidades. En este sentido los productos turísticos que destacan las creaciones gastronómicas tradicionales arraigan la historia y se vuelven el principal soporte de estrategias de conservación de diversidad cultural fortaleciendo más que todo el sentido de pertenencia de las mismas.

Considerando estas ideas, la propuesta servirá de guía hacia las acciones de la parroquia con fines de desarrollo turístico ya que con su ejecución se promueve la difusión de la riqueza gastronómica tradicional bajo un slogan y un camino hacia el reconocimiento a través de un producto turístico, incitando la valoración de sus conocimientos tradicionales y a su vez obtener beneficios que trae consigo la actividad turística como la dinamización de la economía, difundir parte de la identidad de la parroquia y ser parte de la oferta turística del cantón Salinas.

## **Mapeo**

Este trabajo de titulación posee una estructura que consta de tres capítulos ubicados de la siguiente manera:

En primer lugar, se resalta la problemática del objeto de estudio, los principales aspectos y características de la parroquia José Luis Tamayo, para luego mostrar el objetivo general y objetivos específicos, aquello que justifica la investigación, consecuente a esto se direcciona el trabajo hacia el diseño del producto gastronómico tradicional en la parroquia como fuente de crecimiento turístico y diversificación de la oferta.

Capítulo I: se expone la revisión de literatura con investigaciones que sirvieron como guía para este trabajo. Considerando su estructura y temáticas para la construcción del conocimiento. Además, se muestran las principales definiciones que se desprenden de las variables de estudio que basándose en la matriz de operacionalización fueron ubicadas y desglosadas, siendo este punto de vital para entender y profundizar las diferentes temáticas tratadas a lo largo de este trabajo y entender el problema que motivó este proyecto.

Capítulo II: se muestra la metodología con la que se realizó la investigación, la manera en la que se recolectaron los datos para obtención de resultados junto a los diferentes instrumentos que en este caso son encuestas y una entrevista, así mismo la población y muestra con la que se trabajó dentro de dichos métodos e instrumentos que fueron direccionados en su aplicación hacia turistas y habitantes.

Capítulo III: se muestran los resultados y su respectiva interpretación basándose en gráficos mostrando el análisis de cada pregunta. Las interpretaciones se ubican sistematizadas separando los resultados de las encuestas y entrevista. Se evidencia un análisis general de todo lo encontrado en la aplicación de los instrumentos en la discusión de resultados para luego redactar la propuesta cuyo slogan y estrategias de ejecución también se muestran. Finalmente se encuentran las matrices que hicieron posible la realización del trabajo investigativo.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1 Revisión de literatura

Arce y Ñaupary (2019) indican en investigación “el sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco”, la importancia de valorar la identidad cultural que un territorio posee y combinarla con beneficios económicos. Destaca la necesidad de aprovechar recursos para la obtención de ingresos económicos, exponiendo lo imprescindible que se vuelve la inversión con fines turísticos cuando se tiene una base para su desarrollo. Esta investigación de tipo aplicada y documental busca conocer y actuar sobre una situación en particular, aplicando encuestas y entrevistas, llegando a conclusiones que el turismo en esa región es altamente potencial pero debido a la inexistente inversión en el sector los recursos son desaprovechados.

(Ortega, 2020) menciona en su investigación dirigida hacia la estructuración y diseño de un producto turístico en la parroquia Ulba, cantón de Agua Santa, que la ejecución de un producto turístico gastronómico se realiza diagnosticando aquellos platillos vigentes como base para desarrollar y diseñar como tal un producto, considerando todos los componentes de un producto y no solo un componente teórico creado en un supuesto, razón que un producto de este tipo mejorará la calidad de vida de los habitantes de dicha zona con procesos y actividades que vayan conforme a la conservación de los recursos existentes en la zona. La metodología es de carácter exploratoria, descriptiva y explicativa, con un método deductivo e inductivo, aplicando encuesta y entrevista. La conclusión determina que, la gastronomía tradicional si influye como detonante de la actividad turística a través de un producto de la misma tipología influyendo en aspectos que incluyen la conservación, los beneficios económicos y sociales.

Nicula y Spanu (2020) afirman en su investigación Gastronomic Tourism, an Opportunity for Diversifying the Tourist Offer in the Sibiu Area que, la gastronomía puede ser clave para diversificar una oferta turística resaltando varias posibilidades que la

misma posee y el interés que el visitante tiene en las tradiciones con las que se prepara un platillo, mostrando que, la diversificación es cada vez más necesaria para el sector en cuanto a productos turísticos que los visitantes buscan informarse y enriquecerse en su viaje. La metodología consta de cuestionarios de encuesta dirigidos hacia los turistas de la feria de turismo de Rumania obteniendo respuestas en los días que se llevó a cabo dicha feria. La investigación concluye que, más del 45% de los visitantes se sienten atraídos por el patrimonio cultural y el 25% específicamente por la gastronomía, además mediante el resto del cuestionario se identifica que, la oportunidad de diversificar de la oferta se encuentra en gran medida dentro de la gastronomía tradicional del lugar.

Caicedo et al. (2019) señalaron en su investigación “diseño de un producto gastronómico a partir de la identidad y los recursos de una región”, un análisis de los recursos del cantón Naranjito y su transición hacia el área cultural que involucran a las tradiciones culinarias y alimenticias. Esta revisión incluye las preferencias de alimentos en turistas que visitan el lugar para posteriormente integrarlos en lo existente creando un producto. La metodología es de enfoque mixto con alcance descriptivo y explicativo, se hizo revisión de literatura y se utilizó herramientas de recolección de datos hacia el turista. Se llega a concluir que el cantón Naranjito posee recursos de producción agrícola y servicios gastronómicos, sin embargo, estos no son vistos como un propulsor de turismo sino más bien con fines únicamente económicos, que permitió generar una propuesta innovadora de producto turístico que evidencie la producción y las prácticas culinarias del cantón. Así el lugar podría considerar el turismo como forma de mostrar su identidad gastronómica a la vez que generan beneficios económicos.

Fajardo (2021) indicó en investigación que la cocina local de Sígsig y el turismo gastronómico, es pertinente utilizar la cocina típica del lugar para destacar las características especiales y distintivas con el fin de aprovecharlas y convertirlas en una fuente de ingresos desde el punto de vista estratégico y organizado, es decir, que las actividades gastronómicas no se sigan manejando de manera deliberada y sin una planificación previa. La investigación posee un enfoque mixto con alcance descriptivo y correlacional. Para la recolección de datos se aplicó la encuesta, determinando que la

gastronomía del cantón Sigsig no ha tenido hasta ese momento una buena difusión por parte de los prestadores de estos servicios culinarios y se propone la creación de una página web oficial que beneficie a todos los ofertantes de gastronomía del cantón Sigsig. Además de la obtención de resultados mediante se contó con la aplicación estadística SPSS, herramienta que, conforme su aplicación se obtuvo hipótesis aceptadas para el cumplimiento de sus objetivos. De este modo, se reveló que la gastronomía del cantón Sigsig no ha sido ampliamente difundida por los proveedores de servicios culinarios.

Ortega (2020) revela en su investigación realizada en la parroquia Natabuela del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, que las alternativas de diversificación son necesarias para mantenerse en el mercado a largo plazo. El objetivo general consistió en identificar las alternativas de diversificación en la oferta gastronómica tradicional y la metodología es explicativa. Entre los hallazgos tanto teóricos como prácticos revelan los desafíos presentes en la identificación de una nueva propuesta gastronómica turística, así como en el proceso de comercialización y promoción, la accesibilidad de la parroquia, mantenimiento de la limpieza, garantía de seguridad, ampliación del menú, prestación de servicios básicos y disponibilidad de información. Además, se consigue evaluar un conjunto de aspectos relacionados con el perfil de los visitantes, tales como nivel educativo, ocupación, tamaño del grupo acompañante, frecuencia de visitas, canales de comunicación utilizados, motivaciones para visitar cuyos resultados permitieron dirigirse hacia ese perfil dentro de los cambios y mejoras que implica la diversificación de la oferta en relación con la gastronomía.

## **1.2 DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTOS**

### **1.2.1. Producto turístico**

Según Bravo e Intriago (2015) “El producto turístico es aquello que nace de las necesidades de un cliente, siendo este el conjunto de características y actividades reunidas en un solo sitio listas para el consumo del turista” (p. 16). Por tanto, un producto es aquella

experiencia turística que se oferta a la demanda para cubrir sus necesidades de tipo turísticas pretendiendo cubrir con sus expectativas.

Para Córdova (2021) “El producto turístico es un grupo de elementos que pueden ser tangibles o intangibles como valores tradicionales, imágenes, infraestructura turística, recurso natural entre otros que se relacionan entre sí para dar como resultado la experiencia turística” (p. 18). en donde el turista se desplaza motivado por las características del producto turístico.

De acuerdo con Montecinos (2017), el producto turístico es un conjunto de servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas tradicionales materiales e inmateriales en itinerarios, tours, circuitos, rutas, en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista.

Todo producto turístico con relación a la gastronomía es una oferta turística que se centra en la experiencia culinaria de un destino específico, donde las actividades como visitas a mercados locales, clases de cocina, degustaciones de platos tradicionales, recorridos por viñedos o granjas, entre otros. Este tipo de producto resalta la cultura, tradiciones y sabores únicos de una región, atrayendo a los viajeros interesados en explorar y disfrutar de la cocina local durante su experiencia de viaje. El producto turístico gastronómico busca no solo satisfacer el paladar del turista, sino también ofrecer una experiencia inmersiva que promueva la interacción con la comunidad local y el conocimiento de sus ingredientes y técnicas culinarias. Su objetivo es crear memorias sensoriales y emocionales duraderas en los visitantes (Acosta et al., 2022).

#### **1.2.1.1. Gastronomía tradicional**

Para Pita (2021) “La gastronomía tradicional es una forma de creatividad que permite la preparación de platillos de una manera en particular y dicha preparación es distintiva de un pueblo, la misma es reconocida como parte de la identidad de ese lugar geográfico” (p. 10). Dichos conocimientos son trascendidos a las futuras generaciones,

es así como existen determinadas comunidades o pueblos que poseen gastronomía propia del lugar representando parte de su cultura.

Por otro lado, Teopanta (2022) considera que: “La gastronomía tradicional es una actividad que tiene como objetivo mostrar una identidad cultural sea esta de una sociedad o pueblo” (p. 11). Lo tradicional es todo lo relacionado a surgir de generación en generación de manera que se ejecutan las indicaciones de preparación de los antepasados siendo esta la manera de no perder una identidad.

#### **1.2.1.1.1 Gastronomía tradicional conservada hasta la actualidad**

La gastronomía tradicional ha sido un elemento fundamental en la identidad cultural de numerosas comunidades alrededor del mundo. A lo largo de los siglos, las tradiciones culinarias han sido transmitidas de generación en generación, preservando sabores, técnicas y recetas que reflejan la historia. Este patrimonio gastronómico, caracterizado por su autenticidad y arraigo local, desempeña un papel crucial en la preservación de la diversidad cultural y en la promoción del turismo gastronómico como una experiencia enriquecedora y única que puede ser compartida con un visitante (Bravo & Loor, 2023).

La conservación de la gastronomía tradicional es un tema de interés creciente en la investigación académica y en la gestión del patrimonio cultural, que incluye a las actividades turísticas que pretenden recorrer ese patrimonio y mostrarlo al mundo. De modo que, en el contexto del turismo gastronómico, la gastronomía tradicional emerge como un recurso invaluable para la atracción de visitantes y la generación de ingresos en destinos turísticos. Por tanto, se considera que, oferta de productos y experiencias gastronómicas auténticas en elección de destinos por los viajeros, que buscan sumergirse en la cultura local a través de sus sabores y tradiciones culinarias (Bravo & Loor, 2023).

#### **1.2.1.1.2. Ingredientes y preparaciones tradicionales**

La gastronomía tradicional no solo consiste en recetas y sabores, sino que también está intrínsecamente ligada a los ingredientes y preparaciones autóctonas que han sido

transmitidos a lo largo del tiempo. Estos ingredientes, que muchas veces son producto de la biodiversidad local y de técnicas de cultivo ancestrales, no solo aportan sabor y textura a los platos, sino que también encierran historias y tradiciones culturales profundamente arraigadas. Por esto es importante conocer qué tipo de ingredientes se usan y su manejo o tratamiento antes de ser procesados en un platillo (Sarabia, 2022).

La importancia de los ingredientes y preparaciones tradicionales en el diseño de un producto turístico gastronómico radica en su capacidad para ofrecer una experiencia auténtica y enriquecedora a los visitantes. Estos elementos no solo representan la identidad culinaria de una región, sino que también sirven como vehículo para transmitir valores culturales, conocimientos ancestrales y la relación de la comunidad con su entorno natural.

Al diseñar un producto turístico gastronómico tradicional, es fundamental seleccionar cuidadosamente los ingredientes y preparaciones que mejor representen la cocina local y sus raíces históricas. Esto implica no solo identificar los productos más emblemáticos de la región, sino también comprender su proceso de producción, su significado cultural y su relación con la identidad local (Sarabia, 2022).

### **1.2.1.2. Tradición material e inmaterial**

La tradición material referencia aquellos bienes tangibles, es decir, físicos y palpables, que fueron creados en el pasado por distintos grupos sociales o comunidades. En contraste, el patrimonio inmaterial destaca los elementos intangibles, más abstractos y etéreos, que han dejado su legado en un lugar específico o en la memoria colectiva de una comunidad (Ostelea, 2022).

Contrariamente la tradición inmaterial, también conocido como patrimonio cultural tangible, se refiere a las creaciones materiales elaboradas por grupos de personas, comunidades o sociedades en el pasado. A pesar de su antigüedad, estas creaciones se consideran significativas en la evolución de la sociedad. Los componentes de este patrimonio incluyen bienes muebles, que son creaciones físicas transportables, abarcando desde objetos pequeños como la cerámica (Ostelea, 2022).



Las tradiciones y patrimonios inmaterial o cultural intangible se refieren a un conjunto de tradiciones, técnicas, costumbres y conocimientos transmitidos de una generación a otra. En este ámbito, se incluyen expresiones orales que transmiten valores y conocimientos, como leyendas, canciones infantiles, mitos y refranes, siendo el idioma mismo parte esencial del patrimonio inmaterial.

Las artes del espectáculo que abarcan música, teatro, recitales de poesía, conciertos y danza, también forman parte de este patrimonio. Asimismo, se engloban usos sociales, rituales y festividades que aportan características específicas a una sociedad, junto con técnicas artesanales que, aunque generalmente consideradas tangibles, representan el conocimiento necesario para crear productos artesanales, preservando así el acervo cultural de una comunidad (Instituto de Gestión Cultural y Artística [IGECA], 2021).

#### **1.2.1.2.1. Turismo cultural**

Explorar el turismo cultural implica sumergirse de manera profunda en la riqueza histórica y vivencial de un destino, ofreciendo así una experiencia sumamente enriquecedora para cualquier individuo. En la actualidad, la cultura se erige como uno de los impulsores fundamentales del turismo, destacando la importancia crucial de preservar el patrimonio que se encuentra en cada rincón del planeta. El arte, la historia y la propia riqueza cultural actúan como poderosos imanes que atraen a innumerables personas de diversas nacionalidades (Ostelea, 2020).

El turismo cultural se caracteriza por las actividades emprendidas por los turistas con el fin de observar, estudiar y absorber las particularidades culturales que un destino geográfico proporciona como parte de su oferta turística. La amplitud geográfica de este tipo de turismo puede abarcar desde experiencias a escala reducida, como explorar una pequeña localidad, hasta dimensiones considerables, como recorrer diversas regiones dentro de un país (Salazar, 2020).

#### **1.2.1.2.2. Sentido de pertenencia**

El sentido de pertenencia se define como la sensación de haber dedicado una parte de uno mismo a la comunidad y de formar parte de ella. Esto implica la presencia de un conjunto de símbolos compartidos, la vivencia de seguridad emocional, la inversión personal en la comunidad y el sentimiento de identificación con la misma (Chyla, 2023).

#### **1.2.1.3. Motivaciones de desplazamiento de turista**

Las motivaciones turísticas son los impulsos o razones que llevan a las personas a emprender un viaje o a participar en actividades turísticas. Estas motivaciones pueden ser muy diversas y abarcar desde el deseo de explorar nuevas culturas y destinos, buscar entretenimiento, relajación, realizar actividades deportivas, hasta motivaciones específicas como viajes de negocios, peregrinaciones religiosas o visitas a familiares y amigos. Comprender las motivaciones turísticas es esencial para la planificación y el diseño de experiencias turísticas que satisfagan las expectativas y necesidades de los viajeros (Universidad Internacional de Talento [CESUMA], 2021).

Entre los motivos fundamentales, los especialistas destacan los siguientes:

- Explorar y sumergirse en una nueva cultura y estilo de vida, incluyendo la comida y las tradiciones.
- Disfrutar de entretenimiento, vida nocturna, restaurantes de calidad, salas de baile y otros lugares de ocio.
- Experimentar un estilo de vida diferente, divertirse y aprovechar el dinero ahorrado durante mucho tiempo.
- Experimentar un cambio de escenario, aliviar el estrés y lograr relajación.
- Participar en actividades culturales como visitar teatros, asistir a espectáculos, festivales y carnavales.
- Conocer a nuevas personas interesantes.
- Explorar oportunidades de negocios potenciales en un país determinado.
- Realizar compras con intención.
- Adquirir recuerdos y regalos.

- Disfrutar de vacaciones junto al mar.
- Participar en deportes extremos o de temporada.
- Recibir tratamiento médico o por motivos de salud.
- Realizar viajes con fines religiosos, como peregrinaciones.
- Reunirse con familiares y amigos.

#### **1.2.1.3.1. Actitud de la comunidad receptora y pobladores que conservan las preparaciones tradicionales**

La actitud de la comunidad receptora y de los pobladores que conservan las preparaciones tradicionales desempeña un papel crucial en el diseño y éxito de un producto turístico centrado en la gastronomía tradicional. Esto se debe a que la receptividad y participación de la comunidad local son factores determinantes para garantizar la autenticidad, calidad y sostenibilidad del producto turístico, así como para promover una experiencia genuina y enriquecedora para los visitantes (Esquivel, 2021).

En el diseño de un producto turístico gastronómico centrado en las preparaciones tradicionales, es crucial involucrar activamente a la comunidad receptora y a los pobladores locales desde las etapas iniciales del proceso. Esto implica realizar consultas y talleres participativos para recopilar conocimientos y opiniones, así como establecer alianzas y colaboraciones con actores locales que promuevan el conocimiento sobre gastronomía a nivel tradicional (Esquivel, 2021).

La preservación de las preparaciones tradicionales por parte de los pobladores es fundamental para la valorización y promoción cultura gastronómico de una región. Estas recetas transmitidas de generación en generación no solo son un reflejo de la identidad y la historia de una comunidad, sino que también representan un activo invaluable en el desarrollo del turismo gastronómico. El reconocimiento y el respeto por estas prácticas culinarias ancestrales no solo contribuyen a la conservación de la diversidad cultural, sino que también generan oportunidades económicas y sociales para los habitantes locales, promoviendo la sostenibilidad y el empoderamiento comunitario. Por lo tanto, en la investigación de un producto gastronómico tradicional, es esencial comprender y destacar

el papel vital de los pobladores en la preservación y transmisión de estas preparaciones autóctonas (Esquivel, 2021).

#### **1.2.1.3.2. Promover la actividad turística**

La promoción desempeña un papel fundamental en la actividad turística, especialmente cuando se trata de productos gastronómicos dirigidos a atraer visitantes y turistas. El hecho de promover se convierte en una acción estratégica para destacar y difundir la riqueza culinaria de una región, ofreciendo experiencias auténticas y memorables a los viajeros (Floriano, 2023).

Por otro lado, colaborar en la visibilidad de las actividades turísticas de un sitio implica, la promoción de toda actividad relacionada al sector. En el caso de un producto gastronómico turístico tradicional implica una variedad de acciones y estrategias diseñadas para captar la atención y el interés del público objetivo. Esto puede incluir campañas publicitarias en medios tradicionales y digitales, la creación de contenido en redes sociales entre otros. El promover efectivamente un producto gastronómico turístico busca transmitir los valores y la identidad cultural del destino, destacando la autenticidad de los ingredientes y las técnicas culinarias (Floriano, 2023).

#### **1.2.1.3.3. Aceptación de nuevos productos**

La aceptación de productos turísticos nuevos se refiere a la disposición y receptividad de los consumidores o viajeros hacia ofertas innovadoras o recién introducidas en el mercado turístico. Implica la disposición del público objetivo a probar y adoptar estas nuevas propuestas, ya sean destinos, experiencias, servicios o productos relacionados con el turismo. La aceptación exitosa depende de diversos factores, como la percepción de valor, la originalidad, la conveniencia y la satisfacción que estos productos turísticos nuevos puedan ofrecer a los viajeros (Ramírez, 2019).

#### **1.2.2. Diversificación de oferta turística**

La diversificación de la oferta turística se refiere a ampliar y enriquecer los servicios, actividades y experiencias disponibles en un destino, para atraer a diferentes

tipos de viajeros. Esto puede incluir desde turismo cultural y de aventura hasta ecoturismo, turismo gastronómico o turismo de salud, entre otros. La idea es ofrecer una variedad de opciones para satisfacer los intereses y necesidades de distintos tipos de visitantes (Forero, 2021).

La diversificación además es el proceso por el cual una empresa o un destino turístico pasa a ofertar nuevos productos con el objetivo de satisfacer las necesidades crecientes de los mercados globales o locales (Alcívar, 2018).

### **1.2.2.1. Nuevos productos turísticos**

El desarrollo de nuevos productos turísticos es una estrategia clave en la industria del turismo para mantener la competitividad, satisfacer las demandas cambiantes de los viajeros y explorar nuevos nichos de mercado. Estos productos turísticos innovadores ofrecen experiencias únicas y diferenciadas que pueden incluir desde actividades de aventura y ecoturismo hasta propuestas gastronómicas y culturales. Uno de los factores que impulsa la creación de nuevos productos turísticos es la búsqueda de autenticidad y experiencias significativas por parte de los viajeros. En un mundo cada vez más globalizado, los turistas buscan destinos y actividades que les permitan conectar con la cultura local, interactuar con la comunidad y descubrir lugares fuera de las experiencias repetitivas y convencionales.

Otro aspecto importante a considerar en el desarrollo de nuevos productos turísticos es la sostenibilidad. Los viajeros están cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus viajes, por lo que buscan opciones que minimicen su huella ecológica y contribuyan al desarrollo sostenible de las comunidades locales. En este sentido, los productos turísticos que promueven el turismo responsable, el turismo comunitario y el turismo sostenible tienen un gran potencial de éxito (SECO, 2014).

#### **1.2.2.1.1. Perspectiva del turismo actual**

El turismo actual se encuentra caracterizado por una serie de tendencias y desafíos que definen su evolución y dirección futura. Desde un punto de vista teórico, es crucial analizar estas perspectivas para comprender mejor los factores que están moldeando la

industria turística en la actualidad y anticipar las posibles implicaciones para el futuro. Una de las perspectivas más destacadas en el turismo actual es el cambio en las motivaciones y comportamientos de los viajeros. Con el aumento de la conciencia ambiental y social, los turistas están buscando experiencias más auténticas, sostenibles y significativas. Esto ha llevado a un crecimiento en varios segmentos como el turismo de naturaleza, sostenible y cultural (Larrea, 2021).

Otra perspectiva importante es el impacto de la tecnología en la experiencia turística. La digitalización ha transformado la forma en que los viajeros planifican, reservan y disfrutan de sus viajes, brindando nuevas oportunidades para la personalización y la interacción. La tecnología actualmente ha revolucionado la forma en que se promocionan los destinos turísticos y se ofrecen experiencias inmersivas a los turistas (Larrea, 2021).

#### **1.2.2.1.2. Aceptación de nuevo producto**

La aceptación por parte del visitante a un nuevo producto turístico es un factor determinante para su éxito y sostenibilidad en el mercado. Comprender los factores que influyen en la percepción y actitud de los turistas hacia un producto turístico innovador es crucial para diseñar estrategias efectivas de promoción y comercialización. Uno de los aspectos clave que influyen en la aceptación de un nuevo producto turístico es su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes. Los turistas buscan experiencias únicas, auténticas y memorables que les permitan disfrutar y explorar un destino de manera significativa. Por lo tanto, un nuevo producto turístico debe ofrecer un valor añadido y diferenciarse de la oferta existente para captar la atención y el interés del público objetivo (Montecinos, 2017).

Otro factor importante es la comunicación y promoción efectiva del nuevo producto turístico. La información clara, precisa y atractiva sobre las características, beneficios y experiencias ofrecidas puede influir significativamente en la percepción y decisión de los turistas. Las campañas de marketing y la presencia en medios digitales son herramientas útiles para aumentar la visibilidad y generar interés en el nuevo producto turístico (Montecinos, 2017).

### **1.2.2.2. Satisfacer necesidades**

La satisfacción de necesidades es un concepto fundamental en el ámbito del turismo, ya que se refiere a la capacidad de un destino o producto turístico para cumplir con las expectativas y demandas de los viajeros. Comprender y satisfacer las necesidades de los turistas es esencial para proporcionar experiencias memorables y garantizar la fidelización del cliente.

Las necesidades de los turistas pueden ser diversas y abarcar diferentes aspectos, como la comodidad, seguridad, autenticidad, diversión, exploración cultural y la conexión emocional con el destino. Por lo tanto, es importante identificar y entender las necesidades específicas de los diferentes segmentos de mercado y adaptar la oferta turística en consecuencia. La satisfacción de necesidades en el turismo va más allá de la provisión de servicios básicos sino también implica la creación de experiencias únicas y personalizadas que superen las expectativas del viajero (Castillo, 2020).

#### **1.2.2.2.1. Nivel de satisfacción**

El nivel de satisfacción turística es un indicador para evaluar la calidad y el éxito de la experiencia del viajero en un destino turístico específico. Este concepto se refiere a la medida en que las expectativas y necesidades del turista son cumplidas durante su visita, así como a su percepción general de la experiencia vivida. La satisfacción turística está influenciada por una serie de factores, que van desde la calidad de los servicios y la infraestructura turística hasta la hospitalidad de la comunidad local y la autenticidad de las experiencias ofrecidas (Barrutia, 2018).

La medición del nivel de satisfacción turística se realiza a través de métodos cuantitativos y cualitativos, que pueden incluir encuestas, entrevistas y observación directa. Estos métodos permiten recopilar datos sobre la percepción y experiencia del turista durante su visita, así como identificar áreas de mejora y oportunidades para el desarrollo turístico (Barrutia, 2018).

#### **1.2.2.2.2. Experiencia**

La experiencia turística es un concepto que abarca las percepciones, emociones, interacciones y aprendizajes que experimenta un individuo durante su viaje a un destino turístico. Se trata de un proceso dinámico que varía según las características del turista, el contexto del destino y las actividades realizadas durante el viaje. La experiencia turística se construye a partir de una serie de elementos que incluyen la planificación del viaje, la llegada al destino, la participación en actividades turísticas y la interacción con el entorno y la comunidad local (Pasaco, 2022).

Uno de los aspectos más importantes de la experiencia turística es la autenticidad de las experiencias ofrecidas. Los turistas buscan vivencias genuinas que les permitan conocer y conectar con la cultura, la historia y el estilo de vida de un destino, evitando las experiencias turísticas estandarizadas y superficiales. Por lo tanto, los destinos que logran ofrecer experiencias auténticas y significativas tienden a generar una mayor satisfacción y fidelización por parte de los visitantes haciendo que su experiencia sea agradable o de lo contrario la experiencia se deberá trabajar para ofertar mejores experiencias (Pasaco, 2022).

#### **1.2.2.3. Mercados crecientes**

Un mercado creciente en turismo se refiere a una industria o segmento dentro del sector turístico que está experimentando un aumento sostenido en la demanda y la actividad. Este crecimiento se debe a diversas razones, como cambios en las preferencias de los viajeros, desarrollo de nuevas atracciones turísticas, mejoras en la infraestructura, o factores económicos y culturales. En esencia, un mercado creciente en turismo presenta oportunidades significativas para el desarrollo y la inversión en el ámbito turístico (Blanc, 2020).

##### **1.2.2.3.1. Exigencias del turista**

Las exigencias del turista pueden abarcar una amplia gama de aspectos, que van desde la calidad de los servicios y la infraestructura turística hasta la autenticidad de las



experiencias ofrecidas y la atención al cliente. Los turistas suelen esperar estándares elevados en términos de comodidad, seguridad, limpieza, accesibilidad, diversidad de actividades, opciones gastronómicas, opciones de entretenimiento, entre otros (Suárez, 2022).

Además, los turistas pueden tener expectativas específicas en cuanto a la preservación del medio ambiente y la sostenibilidad en el destino. Cada vez los viajeros están buscando opciones turísticas que sean respetuosas con el medio ambiente, que promuevan prácticas sostenibles y que contribuyan al bienestar de las comunidades locales. La personalización y la atención al detalle también son aspectos importantes de las exigencias del turista en la actualidad. Los viajeros valoran las experiencias a medida que se adapten a sus intereses y necesidades individuales, así como la atención personalizada por parte de los proveedores de servicios turísticos (Suárez, 2022).

#### **Principales exigencias actuales del turista:**

1. Calidad y variedad en la oferta.
2. Experiencias auténticas y culturales que permitan interactuar con la comunidad local.
3. Prácticas turísticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.
4. Seguridad y protección en el destino.
5. Opciones de transporte eficientes y accesibles.
6. Atención al cliente personalizada y amigable.

Estas exigencias sugieren variedades en las actividades que se realizan dentro de experiencia turística, en donde también es fundamental la originalidad y autenticidad de estas, lo que también presupone la necesidad de diversificar para contribuir al desarrollo turístico a largo plazo.

#### **1.2.2.3.2. Exigencias en gastronomía tradicional**

Las exigencias en gastronomía tradicional se refieren a las expectativas y requisitos que los comensales tienen en relación con la comida que sigue métodos y

recetas autóctonas y arraigadas en una cultura específica (Escuela de cocina [Cocinea], 22). Estas exigencias suelen incluir:

1. Autenticidad: la comida debe mantener la autenticidad de los ingredientes y técnicas tradicionales.
2. Calidad de los ingredientes: se espera que se utilicen ingredientes frescos y de alta calidad, preferiblemente locales.
3. Conservación de recetas: la fidelidad a las recetas y métodos de preparación tradicionales es esencial para preservar la autenticidad.
4. Presentación: aunque la presentación puede variar, se espera que respete las características estéticas de la cocina tradicional.
5. Experiencia cultural: los comensales buscan no solo sabores, sino también una experiencia que refleje la cultura y las costumbres asociadas con la gastronomía tradicional.
6. Innovación respetuosa: si bien se valora la autenticidad, también se acepta la innovación siempre que respete y realce los elementos tradicionales.
7. Sostenibilidad: se espera que los restaurantes tradicionales consideren prácticas sostenibles en la selección de ingredientes y en la preparación de alimentos.
8. Accesibilidad: a pesar de la autenticidad, los platos tradicionales también deben ser accesibles para satisfacer diversos gustos y preferencias.

### **1.3 FUNDAMENTOS LEGALES**

- **Plan Nacional de Desarrollo**

El Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador es un documento estratégico que establece las directrices y objetivos que guiarán el crecimiento económico, social y ambiental del país en el mediano y largo plazo. Este plan se articula en torno a la necesidad de promover un desarrollo que no solo impulse el crecimiento económico, sino que también garantice la equidad social y la conservación de los recursos naturales. En este contexto, se presentan a continuación los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo que se relacionan específicamente con la promoción de los productos gastronómicos tradicionales y la diversificación de la oferta turística en la parroquia José Luis Tamayo.

**Objetivo 1: Mejorar las condiciones de vida de la población de forma integral, promoviendo el acceso equitativo a salud, vivienda y bienestar social.**

Este objetivo establece un marco para el desarrollo de la gastronomía tradicional, promoviendo el bienestar de la comunidad mediante el acceso a servicios de salud y vivienda adecuados. La promoción de productos gastronómicos locales contribuye a la mejora de las condiciones de vida, fomentando el empleo y el desarrollo social.

**Objetivo 2: Impulsar las capacidades de la ciudadanía con educación equitativa e inclusiva de calidad y promoviendo espacios de intercambio cultural.**

La educación y el intercambio cultural son fundamentales para la valorización de la gastronomía local. La capacitación en técnicas culinarias y la promoción de eventos culturales permiten a la comunidad potenciar su patrimonio gastronómico, lo que a su vez enriquece la oferta turística de la parroquia.

**Objetivo 3: Garantizar la seguridad integral, la paz ciudadana y transformar el sistema de justicia respetando los derechos humanos.**

Un entorno seguro y justo es esencial para el desarrollo de actividades turísticas y gastronómicas. La protección de los derechos de los ciudadanos y la creación de un ambiente de paz fomentan la confianza de los turistas en visitar la parroquia y disfrutar de su oferta gastronómica.

**Objetivo 4: Estimular el sistema económico y de finanzas públicas para dinamizar la inversión y las relaciones comerciales.**

La dinamización de la inversión en el sector gastronómico tradicional es clave para diversificar la oferta turística. Las políticas económicas que favorezcan el desarrollo de pequeños y medianos emprendimientos en gastronomía contribuyen a la creación de redes comerciales y al crecimiento económico de la parroquia.

**Objetivo 5: Fomentar de manera sustentable la producción mejorando los niveles de productividad.**

La mejora en la productividad de la producción gastronómica tradicional garantiza la sostenibilidad de los recursos locales. Este objetivo promueve la implementación de

prácticas sostenibles en la producción de alimentos, asegurando que los productos sean accesibles y de calidad para el mercado turístico.

**Objetivo 6: Incentivar la generación de empleo digno.**

La creación de empleo digno en el sector gastronómico contribuye a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la parroquia. Al fomentar el empleo en la producción y comercialización de productos gastronómicos, se fortalece la economía local y se promueve la inclusión social.

**Objetivo 7: Precautelar el uso responsable de los recursos naturales con un entorno ambientalmente sostenible.**

El uso responsable de los recursos naturales es esencial para la producción de alimentos y la conservación del medio ambiente. La promoción de la gastronomía tradicional implica un compromiso con la sostenibilidad, utilizando ingredientes locales de manera responsable y cuidando el entorno natural.

**Objetivo 8: Impulsar la conectividad como fuente de desarrollo y crecimiento económico y sostenible.**

La conectividad es fundamental para el acceso a mercados y la promoción de productos gastronómicos locales. Mejorar la infraestructura de transporte y comunicaciones facilita la llegada de turistas y el intercambio de productos, contribuyendo al crecimiento económico de la parroquia.

**Objetivo 9: Propender la construcción de un Estado eficiente, transparente y orientado al bienestar social.**

La promoción de un Estado eficiente y transparente es clave para el desarrollo de políticas que beneficien a la gastronomía local y al turismo. La participación ciudadana en la toma de decisiones asegura que los beneficios del desarrollo lleguen a todas las comunidades, promoviendo un crecimiento inclusivo y sostenible.

- **La contribución de la gastronomía a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.**

El turismo gastronómico puede contribuir significativamente al logro de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) debido a su capacidad para generar impactos positivos en diversas áreas. Aquí se destacan algunos ejemplos de cómo el turismo gastronómico puede contribuir a los ODS:

1. ODS 1 - Fin de la pobreza: fomenta la inclusión económica al generar empleo en la cadena alimentaria, desde agricultores y productores hasta chefs y personal de restaurantes, mejorando así los medios de vida y reduciendo la pobreza.

2. ODS 2 - Hambre cero: promueve el consumo de productos locales y apoya prácticas agrícolas sostenibles, contribuyendo a la seguridad alimentaria y combatiendo la malnutrición.

3. ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico: genera oportunidades de empleo en el sector gastronómico, estimulando el crecimiento económico local y regional.

4. ODS 11- Ciudades y comunidades sostenibles: fortalece la identidad cultural y promueve el desarrollo sostenible al impulsar la preservación de recetas tradicionales y el uso de ingredientes locales.

5. ODS 12 - Producción y consumo responsables: fomenta prácticas sostenibles en la producción y consumo de alimentos, promoviendo la diversidad y conservación de especies locales.

6. ODS 13 - Acción por el clima: alentar el uso de ingredientes locales y prácticas agrícolas sostenibles puede contribuir a la mitigación del cambio climático.

7. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos: fomenta la colaboración entre actores locales, gobiernos, chefs, agricultores y comunidades para fortalecer la cadena de valor gastronómica de manera sostenible.

- **Ley Orgánica de Cultura**

En el artículo 4 de los principios de la Ley Orgánica de Cultura se destaca la importancia de principios como la integralidad y complementariedad del sector cultural,

subrayando su interrelación con diversas áreas que van más allá de la cultura en sí misma. Estos principios abarcan desde la educación y la comunicación hasta la salud, el ambiente, la ciencia, la tecnología, el turismo y otros ámbitos.

Además, en el artículo 3 de los fines de la presente ley, se establece que, entre los cuales se destaca el estímulo a la descentralización y desconcentración del sector cultural, fortaleciendo su conexión con sectores como la educación, la ciencia y tecnología, el turismo y la producción.

Asimismo, en el artículo 80 del reconocimiento de manifestaciones culturales se enfatiza un conjunto de manifestaciones culturales como parte del patrimonio nacional intangible o inmaterial, con énfasis en aquellos relacionados con los conocimientos y usos vinculados a la naturaleza. Estos incluyen concepciones culturales de los ecosistemas, técnicas tradicionales de manejo de recursos, producción artesanal y gastronómica, considerando siempre la compatibilidad con los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos y disposiciones constitucionales.

- **Ley del Turismo de la República del Ecuador**

El turismo gastronómico, cuando se planifica de manera consciente y sostenible, no solo contribuye al desarrollo económico, sino que también preserva la cultura local, promueve la diversidad alimentaria y apoya la conservación del medio ambiente, alineándose así con los principios fundamentales de los ODS.

Este proyecto se fundamenta sólidamente en bases legales, respaldándose en la Ley de Turismo de la República del Ecuador y en artículo específico de la Constitución. El Artículo 15 de la Ley de Turismo destaca la promoción y fomento de todo tipo de turismo, incluyendo la ejecución de proyectos y la prestación de servicios complementarios, con especial atención a la participación de comunidades.

Aquí se encuentra la piedra angular que justifica el diseño del producto turístico propuesto, ya que busca fomentar una tipología de turismo que involucre activamente a la comunidad, en este caso, la parroquia José Luis Tamayo. La idea es que, a través de la oferta de su gastronomía, la comunidad genere ingresos y experimente mejoras

significativas en la calidad de vida de sus habitantes, cumpliendo así con los lineamientos de la legislación turística nacional.

Por otro lado, el Artículo 21 de la Constitución de la República del Ecuador respalda la iniciativa al reconocer el derecho de las personas a construir y mantener su identidad cultural. Este derecho incluye la decisión sobre la pertenencia a comunidades culturales, la libertad estética, el acceso a la memoria histórica y patrimonio cultural, así como la difusión de sus propias expresiones culturales y el acceso a expresiones diversas.

En este contexto, el proyecto se alinea con el principio de preservar y difundir la riqueza gastronómica como parte integral de la identidad cultural de la parroquia José Luis Tamayo, facilitando la conexión de la comunidad con sus raíces y contribuyendo al enriquecimiento cultural en un marco legal y constitucionalmente respaldado.

De manera general las leyes pueden influir en un producto turístico gastronómico debido a factores como regulaciones sanitarias, normativas de comercialización, protección del patrimonio cultural y licencias o permisos. Estos factores pueden convertir en un producto turístico en uno totalmente responsable y legal cuando se trata de una estructuración oficial que pueden establecerse estándares y cumplimiento de regulaciones.

La fundamentación legal del proyecto demuestra cómo el diseño de un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo se alinea con principios sólidos y refleja un compromiso con los objetivos globales y nacionales de desarrollo sostenible y preservación cultural. La Ley Orgánica de Cultura y la Ley de Turismo de la República del Ecuador brindan un sólido apoyo a esta iniciativa. La Ley Orgánica de Cultura destaca la importancia de conectar el sector cultural con otros ámbitos, como el turismo, para preservar y promover las tradiciones. Por su parte, la Ley de Turismo favorece la participación activa de las comunidades locales en proyectos turísticos, lo que permite que los beneficios económicos y sociales lleguen directamente a la parroquia José Luis Tamayo.

El reconocimiento constitucional del derecho a preservar y difundir la identidad cultural refuerza la legitimidad del proyecto, asegurando que promover la gastronomía tradicional no solo es válido, sino también un derecho fundamental.

## **CAPÍTULO II METODOLOGÍA**

### **2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación tiene un enfoque mixto ya que se enfatiza en utilizar datos tanto cualitativos como cuantitativos. Se opta por este método porque permite sistematizar la información por tipo de datos para su análisis, además de brindar una perspectiva más profunda del fenómeno de estudio, obteniendo resultados variados y amplios que respondan a la problemática.

Siendo un enfoque mixto o múltiple aquel que reúne datos de índole cualitativa y cuantitativa, cuyos resultados formulan el planteamiento del problema con más claridad, además de optimizar estos datos obtenidos e interpretándolos de manera que se cumplan los objetivos de la investigación estableciendo conclusiones más fiables, unificando la información para un estudio no limitado a un solo tipo de resultados (Salas, 2019).

Por otro lado, la investigación es de alcance explicativo ya que empieza bajo una idea general y utiliza la investigación como una herramienta hacia el estudio del fenómeno. Es así como, se establecen causas del fenómeno en su proceso de estudio en el que se analiza la problemática, las causas y aquel producto o resultado en la mente del investigador que pretende hallar solución a la problemática a futuro.

Se considera mixto con nivel explicativo porque se aplica de manera simultánea o paralelo, es decir, los instrumentos pueden manejarse indistintamente de un orden ya que de igual manera obtendrán resultados favorables para la investigación. Entonces se pueden realizar etapas de la investigación de manera sincronizada y en paralelo favoreciendo los procesos del estudio (Chaux, 2021).

La información como tal en esta investigación se dirige a caracterizar y estudiar el fenómeno, interpretando los datos de la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo y conforme los procesos de búsqueda y análisis de resultados proponer un producto turístico que valorará la riqueza gastronómica de la parroquia. Se utilizaron



herramientas para la obtención de datos numéricos y cualitativos que harán de esta investigación un proyecto con enfoque mixto.

## **2.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los métodos de investigación considerados son inductivo-deductivo debido a que se realizó una búsqueda de datos mediante fuentes primarias como libros, artículos y demás documentos fidedignos para luego realizar una interpretación de datos y correspondiente a esto aplicarlos en el caso de estudio en la parroquia escogida diseñando el producto gastronómico tradicional como objetivo principal. Para finalmente aterrizar en el diseño específico de un producto gastronómico tradicional.

## **2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Siendo la población “el estudio de un grupo de casos o masas, conjunto que debe ser accesible para estudio ya que de esto depende la obtención de resultados de una determinada investigación, trabajo o proyecto” (Arias et al., 2016, p. 202). La muestra “Es un subconjunto de la población de estudio, es decir, una parte de la misma necesaria para obtener resultados reales y sustentables. Estas pueden variar de acuerdo con la población que se va a estudiar (Soto, 2021, p. 1). En este proyecto se considera la población de habitantes de la parroquia José Luis Tamayo, cuyos datos corresponden a 30.390 habitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado José Luis Tamayo, [GAD JLT], 2020, p. 20).

Además, se considera a los turistas que visitan la parroquia José Luis Tamayo que según el GAD se toma como referencia al cantón Salinas y el ingreso de turistas mensuales, el cual consta de un aproximado de 12.000 turistas. Con base a este número de turistas se ha estimado que un 10% ingresaron a la parroquia José Luis Tamayo, lo cual da como resultado 1200 turistas mensuales.

El tipo de muestro es probabilístico ya que esta investigación no está regida obligatoriamente a personas determinadas sino más bien de un grupo de la población de estudio en el que muchas personas podrían ser las posibles encuestadas o entrevistadas

con el objetivo en común de analizar esos datos y concluir favorablemente para la investigación.

Cabe recalcar que, para la aplicación de uno de los instrumentos de la entrevista, el muestreo además de ser probabilístico se realiza bajo una técnica de bola de nieve que consiste en comenzar con una cantidad pequeña de individuos e ir ampliando los participantes según las personas entrevistadas iniciales. En el caso de esta investigación se dirige hacia los habitantes que aportaron información clave sobre la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo y sus preparaciones en la que, conforme se realiza cada entrevista se encuentra los datos para llegar a obtener más información.

La fórmula aplicada para calcular el tamaño de la muestra es la fórmula de población finita ya que se posee un número para realizar dicha operación, la que se detalla a continuación:

#### 2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Tamaño muestral para habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{(1.95)^2 (0.5)^2 (30390)}{(0.05)^2(30390 - 1) + (1.95)^2(0.5)^2}$$

n= 375 habitantes

Tamaño muestral para turistas de la parroquia José Luis Tamayo

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

$$\frac{(1.95)^2 (0.5)^2 (1200)}{(0.05)^2(1200 - 1) + (1.95)^2(0.5)^2}$$

n= 288

## **2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Las técnicas utilizadas son la encuesta y la entrevista. Según Salas (2020) la encuesta es la técnica que permite a los investigadores recolectar información acerca de características específicas de las personas encuestadas que seleccionan una opción por sus gustos o intereses, recopilando datos para una determinada finalidad a través de preguntas ordenadas en un cuestionario.

Entre los instrumentos aplicados en este trabajo se encuentran la guía de entrevista, que según Folgueiras (2016) se define como una interacción planificada con un propósito específico diferente al único acto de dialogar. Es una herramienta técnica valiosa en la investigación cualitativa, empleada para obtener información por medio de una conversación.

## **2.6. RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS**

La encuesta se dirigió hacia los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo, además a los turistas que la visitan. En cambio, la entrevista fue aplicada a los habitantes que conservan las preparaciones ancestrales de gastronomía en la parroquia. De tal manera que se logró conocer a profundidad la situación actual de la parroquia José Luis Tamayo en cuanto al turismo, su predisposición para la actividad turística y los elementos de la gastronomía tradicional que permiten proponer un producto turístico gastronómico tradicional.

La encuesta fue respondida en el caso de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo por 375 personas y en el caso de turistas fueron un total de 285 turistas. La información recolectada por parte de las entrevistas fueron un total de 4 entrevistas, en las que se evidenció cada proceso de preparación de gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo, las mismas que fueron posteriormente analizadas y redactadas. Por otra parte, los datos obtenidos de las encuestas fueron tabulados a través de la herramienta Google form y posteriormente creados y mostrados en resultados por medio por tablas y representados gráficamente con diseño de pastel en la plataforma Excel en una hoja de cálculo donde se colocaron datos de los habitantes, resultados y posteriores análisis.

## CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO: ENCUESTA - HABITANTES

Se muestran los resultados de la encuesta realizada a 375 habitantes de la parroquia José Luis Tamayo, misma que fue aplicada a través de un cuestionario con 13 preguntas en búsqueda de la percepción y aceptación de los habitantes ante un producto gastronómico tradicional.

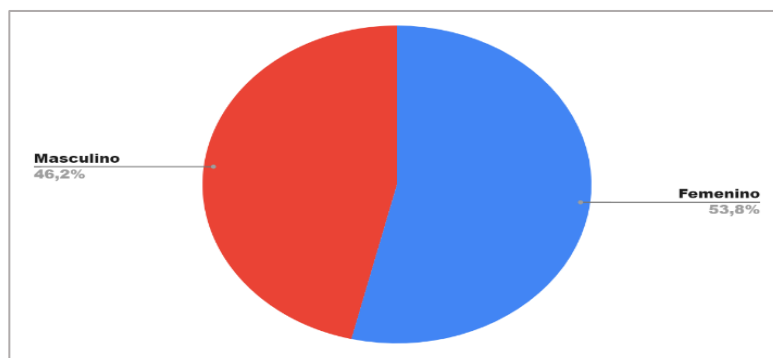
**Tabla 1: Género**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Masculino</b>	173	46,20%
<b>Femenino</b>	202	53,8%
<b>Total</b>	375	100,00

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 1: Género**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

#### **Análisis e interpretación**

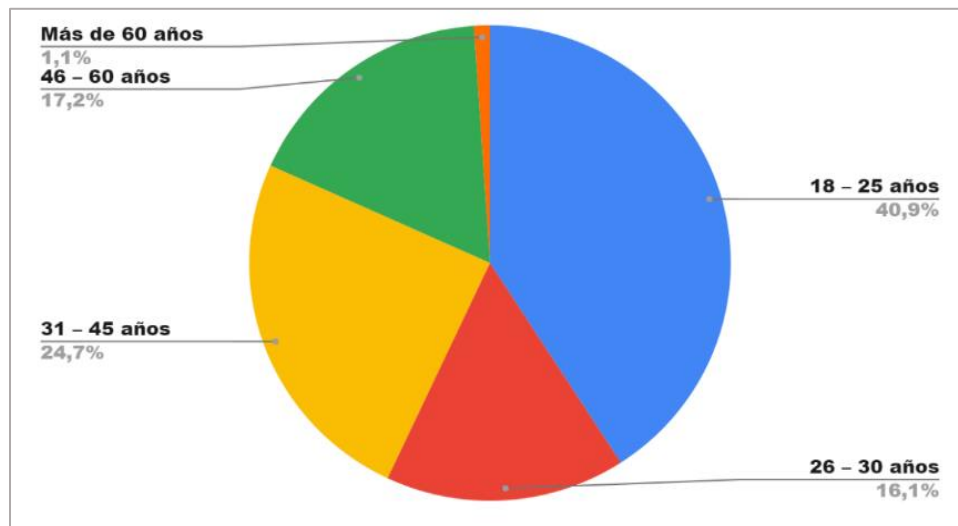
Basándose en el gráfico se muestra que, un 46,20% de los encuestados son de género masculino mientras un 53,8% son del género femenino. Consecuentemente esto indica que de 375 habitantes de la parroquia José Luis Tamayo hay 202 mujeres y 173 hombres, lo que puede denotar que, existen una mayor cantidad de mujeres dentro de la parroquia José Luis Tamayo.

**Tabla 2: Edad**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
18 – 25 años	154	40,9%
26 – 30 años	60	16,10%
31 – 45 años	92	24,7%
46 – 60 años	64	17,20%
Mas de 60 años	5	1,1%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 2: Edad**



**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

Según el gráfico se evidencia que, existe un porcentaje mayor de encuestados de 40.9% correspondiente a 154 habitantes con rango de edad de 18 a 25 años y un mínimo de encuestados de más de 60 años con un 1.1% que equivale a 5 habitantes. Este resultado indica que, los encuestados se encuentran entre las edades de 18 y 45 años, es decir, menores a la tercera edad, cuyos intereses en las actividades productivas son más notorios.

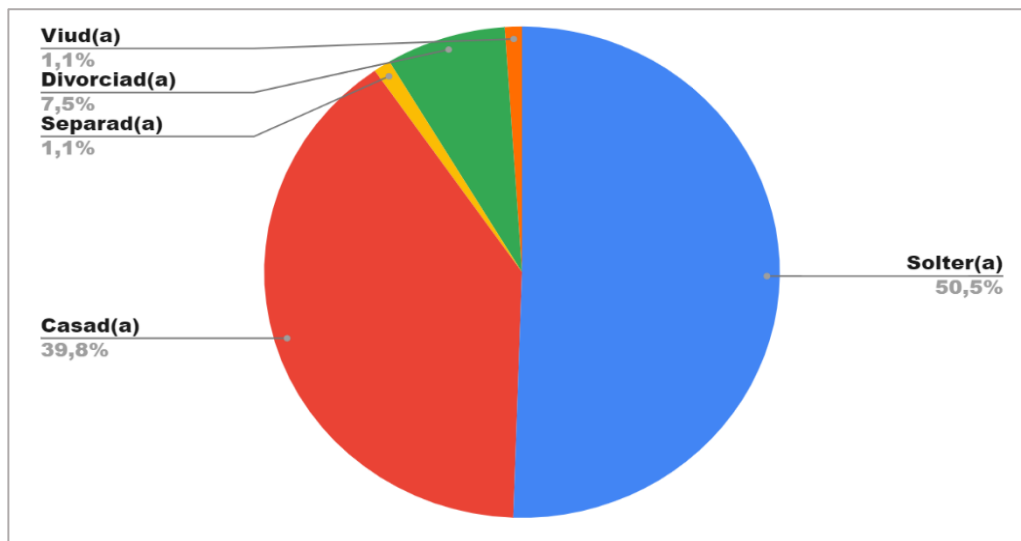
**Tabla 3: Estado civil**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Solter(a)</b>	189	50,50%
<b>Casad(a)</b>	149	39,8%
<b>Divorciad(a)</b>	29	7,5%
<b>Viud(a)</b>	4	1,1%
<b>Separad(a)</b>	4	1,1%
<b>Total</b>	375	100%

**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 3: Estado civil**



**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

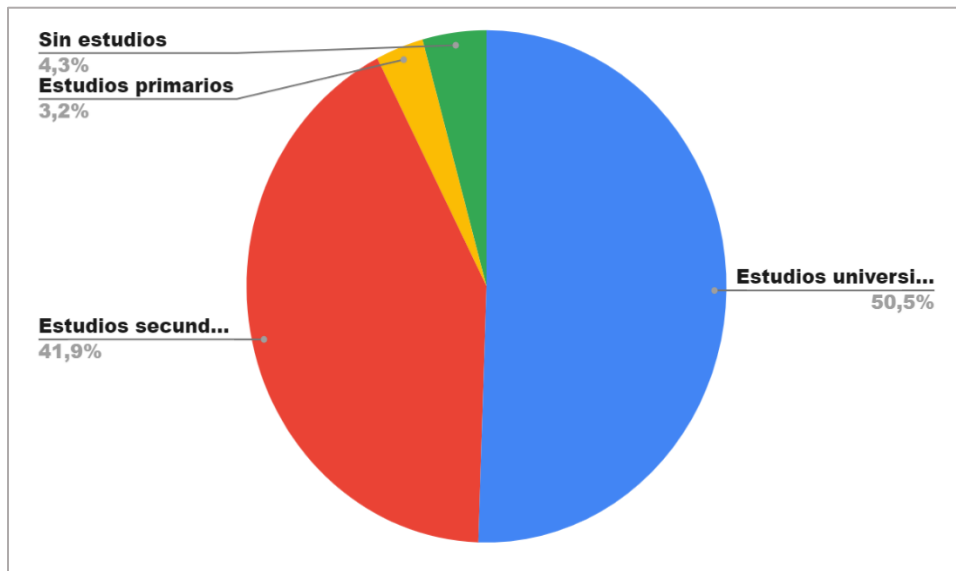
En cuanto al estado civil, la tabla muestra un porcentaje mayor de 50.5% de personas solteras, seguido de 39.8% de personas casadas, continuando con un 7.5% de personas divorciadas y un 1.1% de persona separadas como para habitantes viudas. Esto indica que, en su mayoría las personas encuestadas son solteras, lo que puede darse debido a que la pregunta anterior existe un número alto de encuestados en edades cortas entre 18 y 25.

**Tabla 4: Estudio**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	16	4,3%
Estudios primarios	12	3,2%
Estudios secundarios	157	41,9%
Estudios Universitarios	190	50,50%
Estudios de cuarto nivel	0	0%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 4: Estudio**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

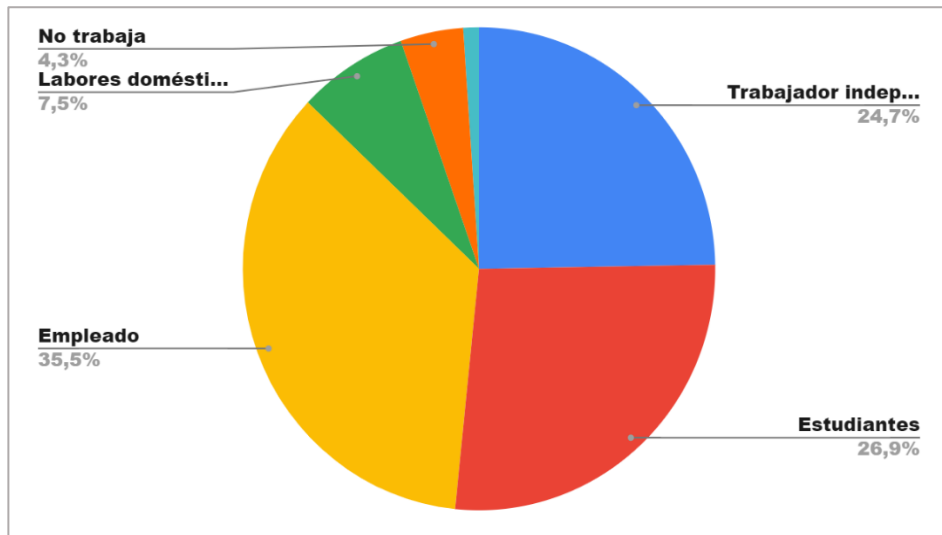
El nivel de estudios en los resultados muestra que, los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo son de un nivel de estudios en su mayoría en etapas universitarias y secundarias con un 50,5% y 41,9% respectivamente, esto a que la mayoría de encuestados según la tabla anterior evidencia se encuentran en rango de edad de 18 a 25 años en los que podrían darse su etapa de estudios. Seguido de estos datos se encuentran un 4.3% de habitantes sin estudios y un 3.2% de habitantes que alcanzaron los estudios primarios.

**Tabla 5: Ocupación principal**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Empleado</b>	183	35,5%
<b>Trabajador independiente</b>	93	24,7%
<b>Labores domésticas</b>	28	7,5%
<b>Estudiante</b>	101	26,9%
<b>Jubilado</b>	4	1,1%
<b>No trabaja</b>	16	4,3%
<b>Total</b>	375	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 5: Ocupación principal**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

En cuanto a la ocupación de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo, según las encuestas realizadas se refleja que, un 35.5% cumple obligaciones como empleado de algún establecimiento, un 26.9 indica que son actuales estudiantes, mientras que un 24.7% corresponde a trabajos independientes, un 4.3% son habitantes que actualmente no laboran y un 1.1% se trata de habitantes jubilados. Los resultados muestran que en su mayoría los habitantes optan por pertenecer a una empresa como empleados.

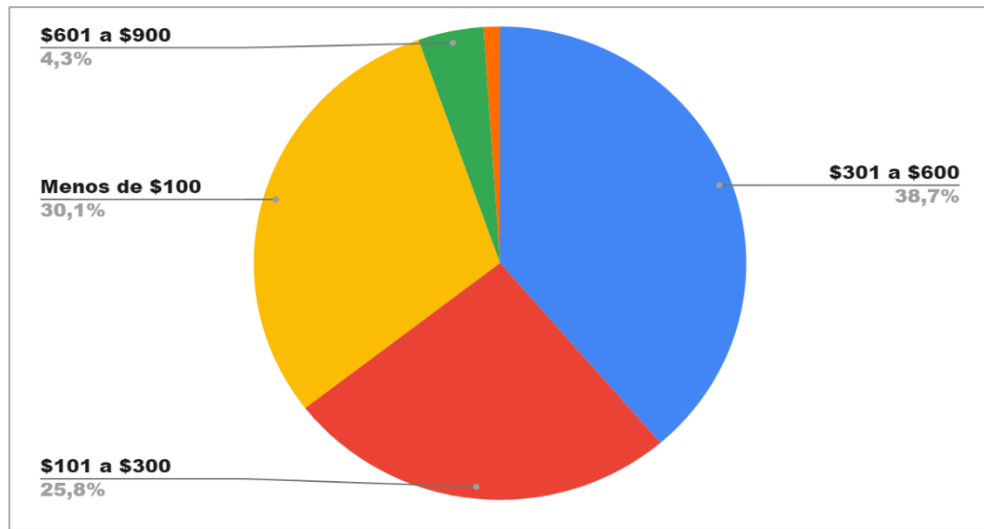


**Tabla 6: Ingreso familiar mensual**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Sin estudios</b>	113	30.1%
<b>Estudios primarios</b>	97	25.8%
<b>Estudios secundarios</b>	145	38.7%
<b>Estudios Universitarios</b>	16	4,3%
<b>Estudios de cuarto nivel</b>	4	1,1%
<b>Total</b>	375	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 6: Ingreso familiar mensual**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

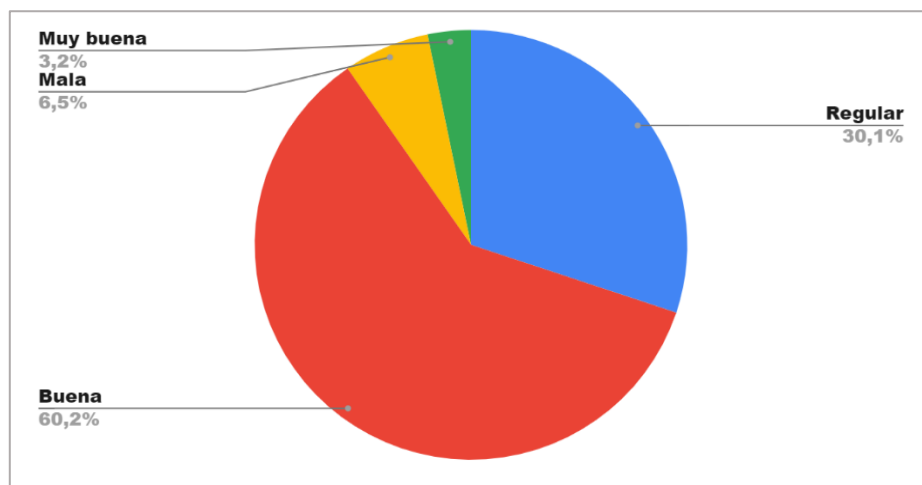
Los ingresos familiares mensuales de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo que fueron encuestados muestran que, un 38.7% de habitantes mensualmente vive con un rango de \$301 a \$600, un 30.1% con menos de \$100 mensuales, un 25.8% con un rango de \$101 a \$300, finalmente se evidencia que en niveles más bajos los habitantes encuestados obtienen recursos mayores, en el caso de \$601 a \$900 con un 4.3%, mientras que el 1% con más de \$1000 mensuales. Los resultados evidencian que, un gran porcentaje de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo subsisten mensualmente con menos de \$100.

**Tabla 7: ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Mala</b>	24	6,5%
<b>Regular</b>	113	30,1%
<b>Buena</b>	226	60,2%
<b>Muy buena</b>	12	3,2%
<b>Total</b>	375	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 7: ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

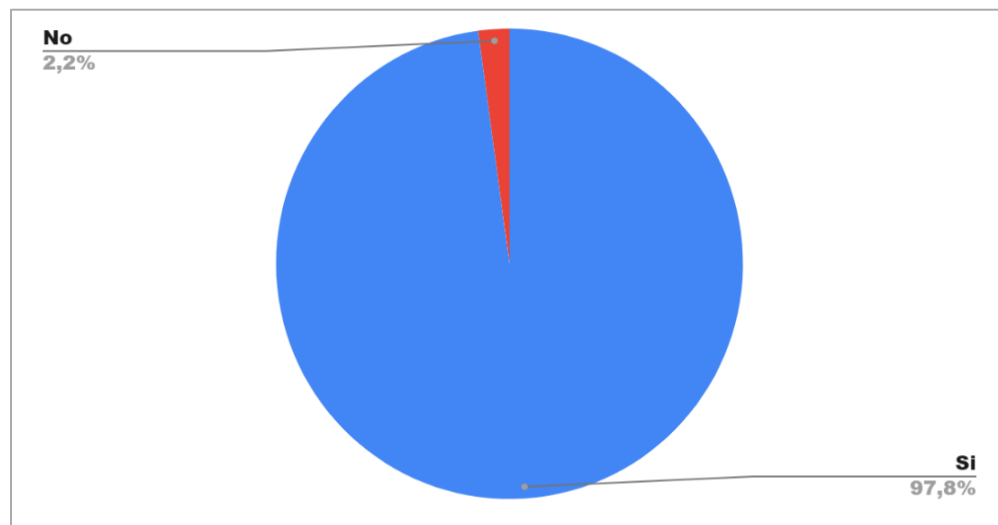
En este gráfico se analiza la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo desde la perspectiva de los habitantes. La encuesta dio como resultado, que un 60.2% considera que la situación es buena, un 30.1% la considera regular, mientras que en menor porcentaje con un 6.5% piensan que, si situación es mala, finalmente un 3.2% creen que la situación es muy buena. Dando como resultado que la perspectiva de los habitantes es que el turismo en la parroquia José Luis Tamayo aún no es excelente pero actualmente es bueno.

**Tabla 8: ¿Considera usted importante la diversificación de oferta turística para promover nuevas actividades turísticas?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	367	97,8%
No	8	2,2%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 8: ¿Considera usted importante la diversificación de oferta turística para promover nuevas actividades turísticas?**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

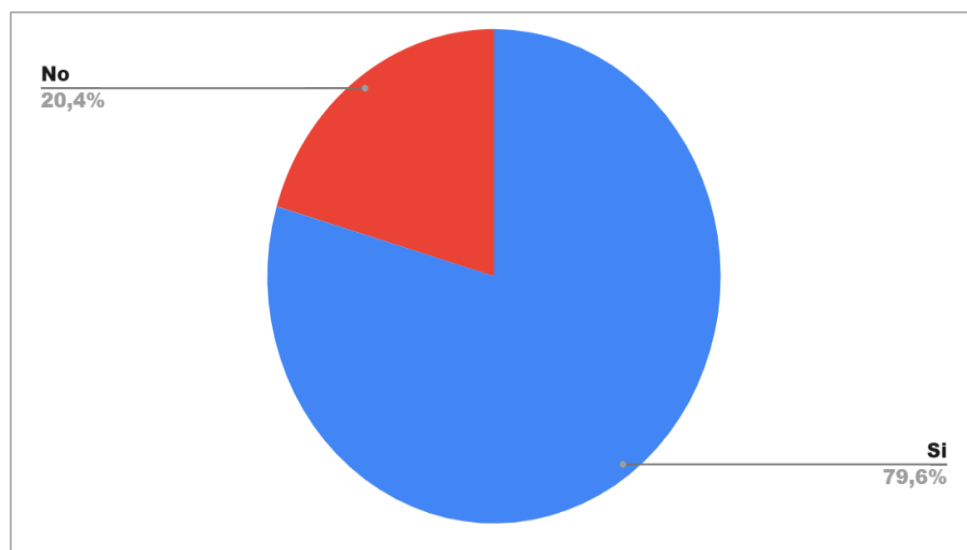
En este gráfico se refleja la importancia que tiene para los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo el diversificar la oferta turística en pro de nuevas actividades turísticas. Los resultados de los encuestados evidencian que un 97.8% si considera que esto es importante mientras un 2.2% muestra un desinterés en esta idea y su respuesta fue negativa. De acuerdo con los resultados obtenidos en esta pregunta se evidencia una gran percepción de importancia ante la idea de nuevas ofertas turísticas que incluyan a la parroquia José Luis Tamayo.

**Tabla 9: ¿Usted tiene conocimiento sobre la gastronomía tradicional y sus diferentes platillos en la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	299	79,6%
<b>No</b>	76	20,4%
<b>Total</b>	375	100,00

**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 9: ¿Usted tiene conocimiento sobre la gastronomía tradicional y sus diferentes platillos en la parroquia José Luis Tamayo?**



**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

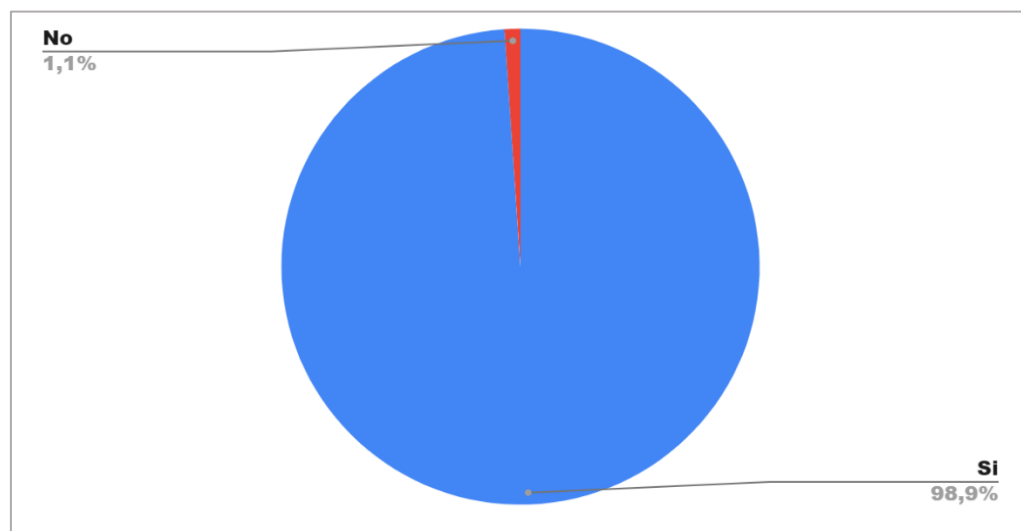
En cuanto al conocimiento que poseen los habitantes que fueron encuestados en la parroquia José Luis Tamayo sobre su gastronomía tradicional se muestra que, un 79.6% respondió positivamente, mientras que un 20.4% no conoce la gastronomía de la parroquia. Los resultados evidencian una respuesta positiva para continuar con la elaboración de este trabajo escrito debido al conocimiento presente dentro de los habitantes en cuanto a gastronomía tradicional.

**Tabla 10: ¿Usted piensa que el consumo de gastronomía tradicional promueve la conservación y su sentido de pertenencia dentro de la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	371	98,9%
<b>No</b>	4	1,1%
<b>Total</b>	375	100%

**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 10: ¿Usted piensa que el consumo de gastronomía tradicional promueve la conservación y su sentido de pertenencia dentro de la parroquia José Luis Tamayo?**



**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

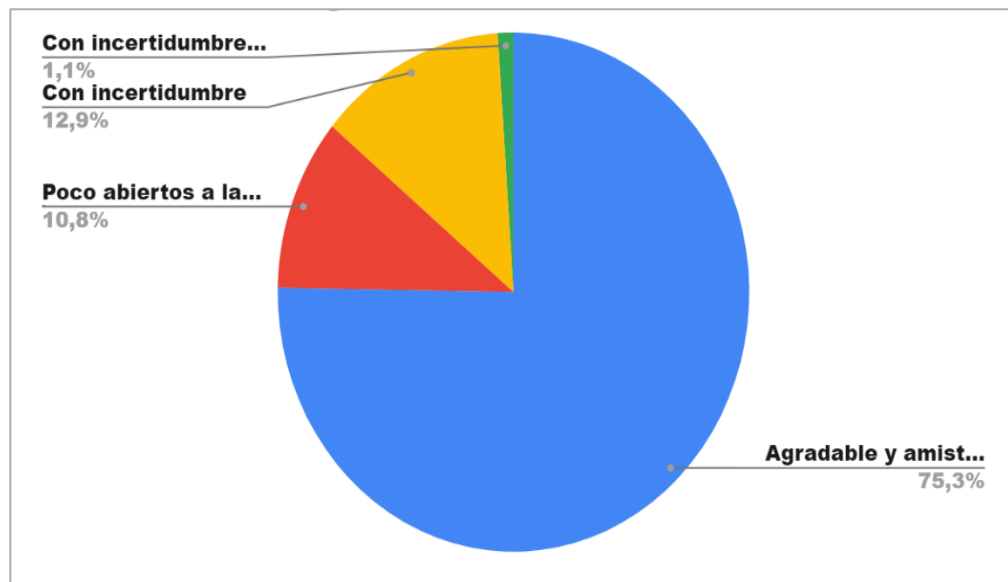
En esta pregunta los habitantes encuestados evidenciaron su percepción sobre el sentido de pertenencia que promueve el consumo de su gastronomía tradicional de modo que, los resultados son un 98.9% con una respuesta afirmativa y un 1.1% piensan que el consumo de su gastronomía no promueve su sentido de pertenencia ni la conservación de esta. Los resultados arrojan que, la gran mayoría de habitantes considera que el consumo de su gastronomía es un medio para conservar y evidenciar su identidad ante los demás.

**Tabla 11: De las siguientes opciones seleccione una. Los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo frente a la actividad turística tienen una actitud:**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Agradable y amistosa</b>	281	75,3%
<b>Con incertidumbre</b>	53	14%
<b>Poco abiertos a la actividad turística</b>	41	11,8%
<b>Total</b>	375	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 11: De las siguientes opciones seleccione una. Los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo frente a la actividad turística tienen una actitud:**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

En esta pregunta se pretendía captar la actitud de los habitantes frente a la actividad turística. Los resultados evidencian que un 75.3% cree que la comunidad es amistosa con los visitantes, un 14% piensa que los habitantes se muestran aún con incertidumbre ante la actividad turística, muy contrariamente un 11.8% considera que la comunidad es poco abierta al turismo. De acuerdo con estos resultados se puede considerar que la comunidad piensa mayormente que su entorno se muestra amistoso ante visitas de turistas.

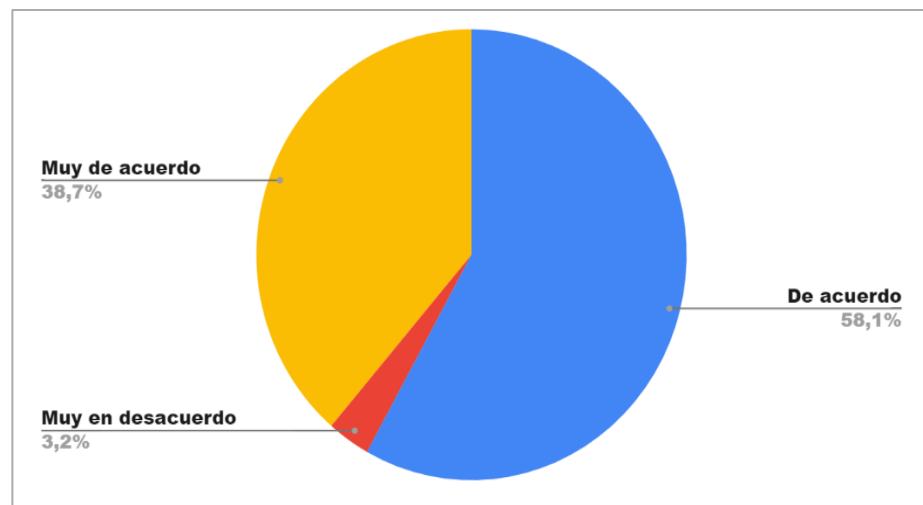
**Tabla 12: ¿Cree usted que implementar la actividad turística de tipo gastronómica generaría oportunidades de beneficios económicos en la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Muy en desacuerdo</b>	12	3,2%
<b>En desacuerdo</b>	0	0%
<b>Indiferente</b>	0	0%
<b>De acuerdo</b>	218	58,1
<b>Muy de acuerdo</b>	145	38,7
<b>Total</b>	375	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 12: ¿Cree usted que implementar la actividad turística de tipo gastronómica generaría oportunidades de beneficios económicos en la parroquia José Luis Tamayo?**



Fuente: Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

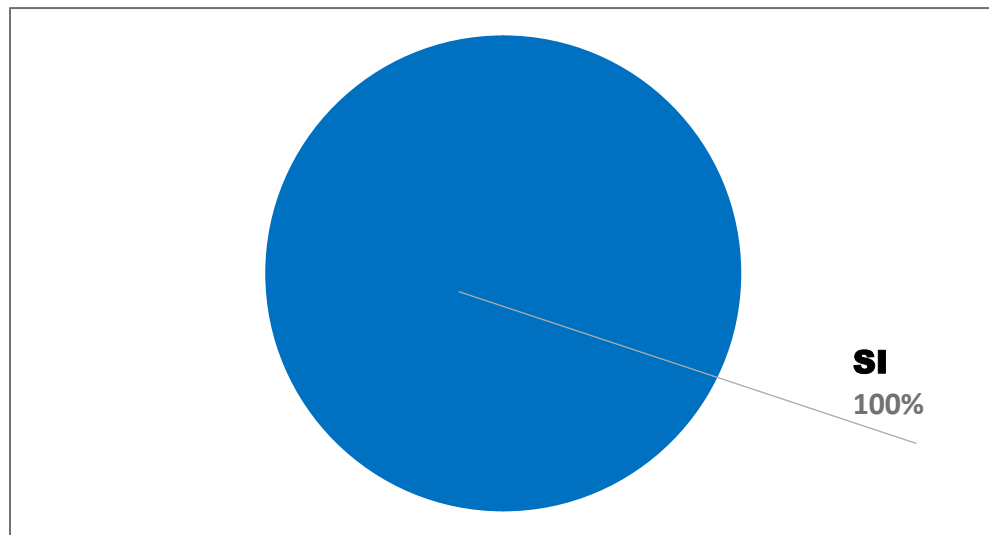
En este gráfico se muestra si los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo ven como un beneficio económico a la actividad turística gastronómica. Los resultados son de un 58.1% de habitantes que están de acuerdo con esto, mientras que un 38.7% no está muy de acuerdo y un 3.2% expresó su total desacuerdo. Se infiere que aún se tiene incertidumbre o poco conocimiento sobre los beneficios que trae consigo la actividad turística. Sin embargo, se muestra que una gran mayoría respondió de manera favorable.

**Tabla 13: ¿Estaría usted, de acuerdo en el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	375	100,00

**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 13: ¿Estaría usted, de acuerdo en el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo?**



**Fuente:** Habitantes de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

En el siguiente gráfico se evidencia favorablemente según la encuesta, los resultados con un 100% de encuestados cuya opinión radica en su decisión positiva frente al diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo. En relación con las anteriores preguntas se evidencia que los habitantes no poseen un rechazo en su totalidad ante la actividad turística sino más bien no consideran que se genere beneficios para la gran mayoría o probablemente no se dedique o no pretendan dedicarse a este sector. Sin embargo, muestran su respuesta positiva hacia el diseño de un producto gastronómico tradicional.



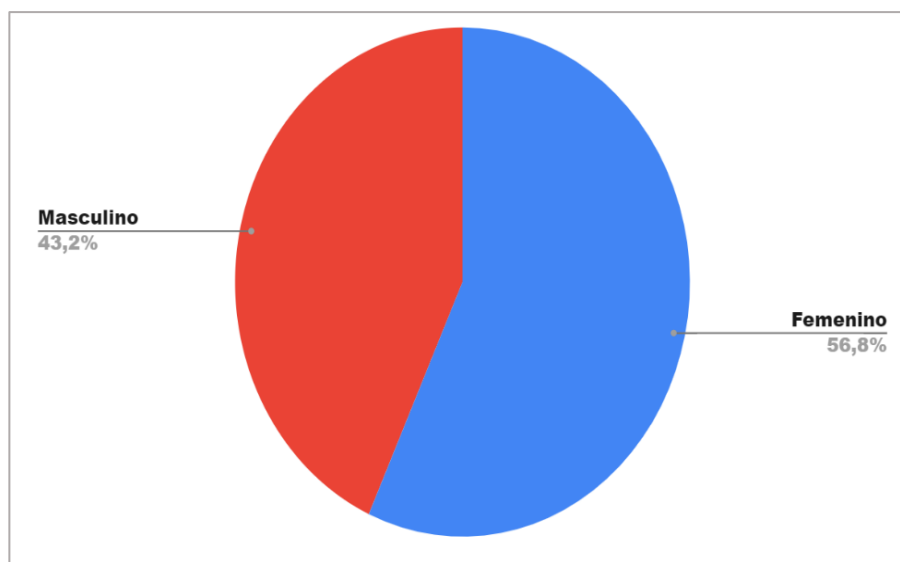
### 3.2 RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO: ENCUESTA – TURISTAS

Tabla 14: Género

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	124	43,20%
Femenino	164	56,8%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

Gráfico 14: Género



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

#### Análisis e interpretación

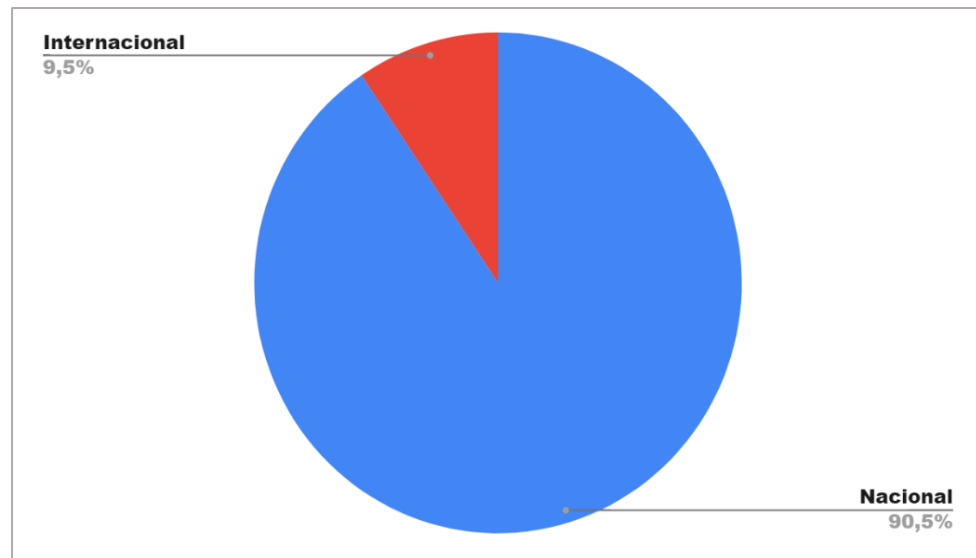
Con base el gráfico que se muestra, dentro de los encuestados un 43.20% corresponde al género masculino y un 56.8% al género femenino encuestado. Esto indica que, 124 hombres y 164 mujeres fueron los turistas encuestados dentro de la parroquia José Luis Tamayo. En esta pregunta se evidencia además que la mayoría de los visitantes de la parroquia corresponde a mujeres, dato que se deduce debido a que se tomaron los datos de visitantes al azar.

**Tabla 15: Procedencia**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Nacional</b>	124	43,20%
<b>Internacional</b>	164	56,8%
<b>Total</b>	288	100,00

**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 15: Procedencia**



**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

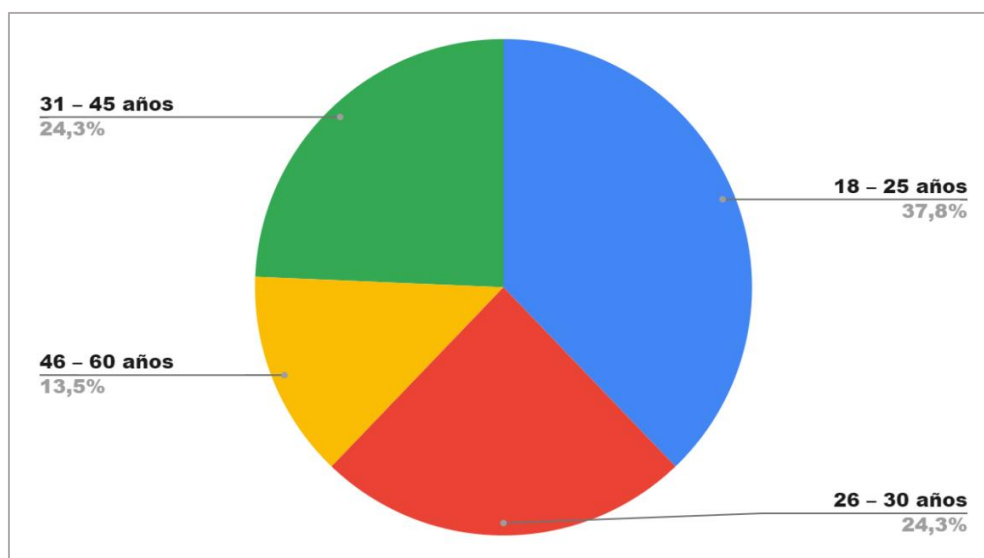
Según el gráfico de procedencia muestra que, los turistas que visitaron la parroquia José Luis Tamayo que fueron encuestados corresponden a un 90.5% turistas nacionales y un 9.5% turistas internacionales. Con respecto a estos resultados se puede decir que en la parroquia José Luis Tamayo existen mayores visitas de personas del contexto ecuatoriano, mientras que una minoría son visitantes de otros países que llegaron a la parroquia como parte de su viaje al cantón Salinas. Esto presupone que la parroquia aún no es conocida a nivel internacional y que es visitada por el desplazamiento al cantón Salinas.

**Tabla 16: Edad**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
18 – 25 años	109	37,8%
26 – 30 años	70	24,3%
31 – 45 años	70	24,3%
46 – 60 años	39	13,5%
Mas de 60 años	0	0%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 16: Edad**



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

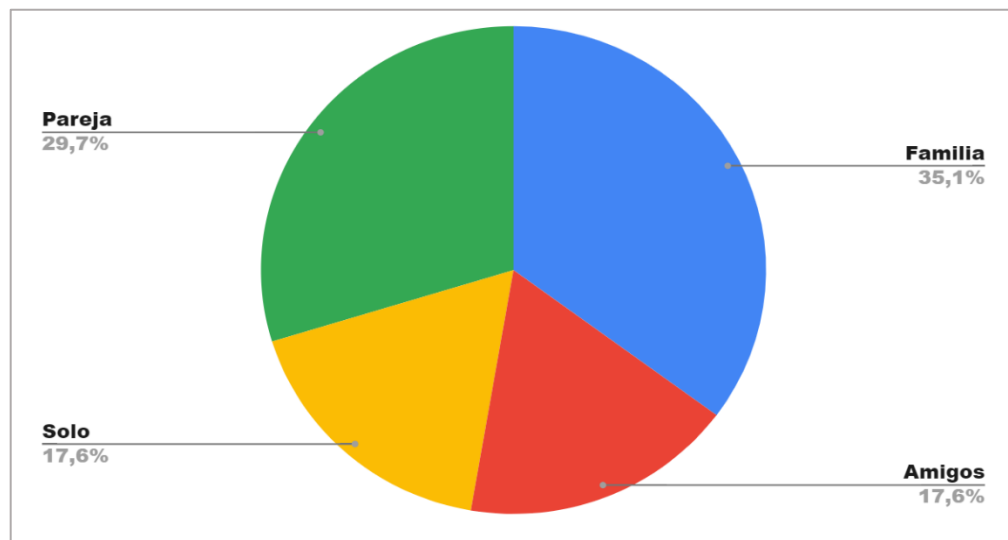
En este gráfico se evidencia que, un 37.8% son turistas en el rango de edad entre 18 y 25 años, luego se ubica un 24.3 % en turistas tanto de 26 a 30 años como en turistas de 31 a 45 años, finalmente un pequeño porcentaje de 13.5% en representación de turistas en el rango de 46 a 60 años. Esto evidencia que la mayoría de los turistas que llegan a la parroquia José Luis Tamayo son jóvenes de 18 a 30 años de edad, siendo el mínimo de porcentaje de visitas en turistas de 46 a 60 años.

**Tabla 17: ¿Con quién suele viajar?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Solo</b>	51	17,6%
<b>Pareja</b>	85	29,7%
<b>Familia</b>	101	35,1%
<b>Amigos</b>	51	17,6%
<b>Otros</b>	0	0%
<b>Total</b>	288	100%

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 17: ¿Con quién suele viajar?**



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

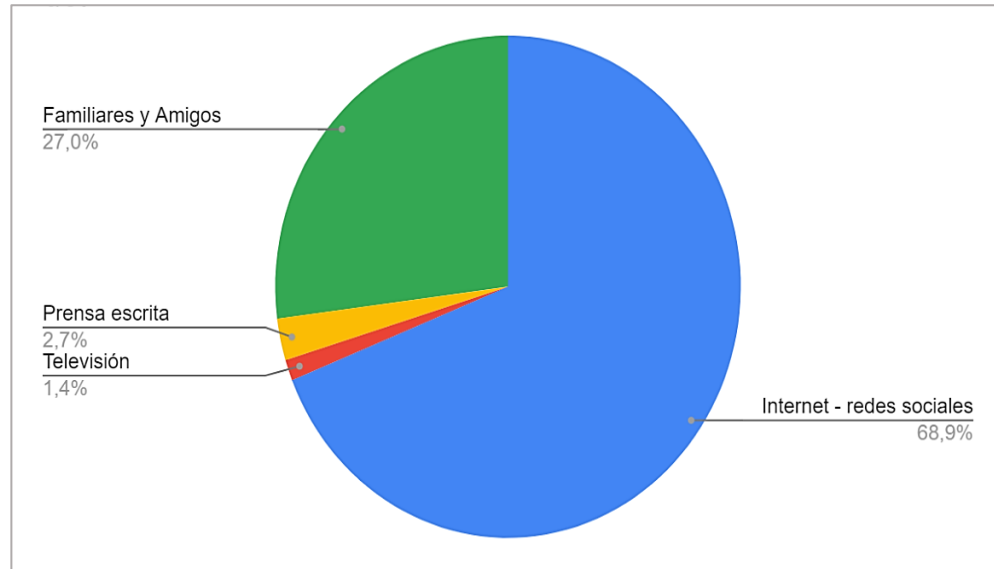
En este gráfico se puede observar que, los turistas encuestados de la parroquia José Luis Tamayo en su gran mayoría viaja con familia con un porcentaje de 35.1%, seguido de un 29.7% cuyo valor corresponde a los que viajan en pareja, a continuación, un porcentaje de 17,6% en turistas que viajan solos y con amigos. En este caso se puede notar que en su mayoría eligen viajar con familiares lo que puede suponer una gran oportunidad para la oferta de un producto de tipo gastronómico cuyas características incluyen a toda la familia.

**Tabla 18: Usted obtiene información para viajar a través de:**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Internet – redes sociales</b>	198	68,9%
<b>Televisión</b>	4	1,4%
<b>Familiares y amigos</b>	78	27 %
<b>Radio</b>	0	0%
<b>Prensa escrita</b>	8	2,7%
<b>Total</b>	288	100%

**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 18: Usted obtiene información para viajar a través de:**



**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

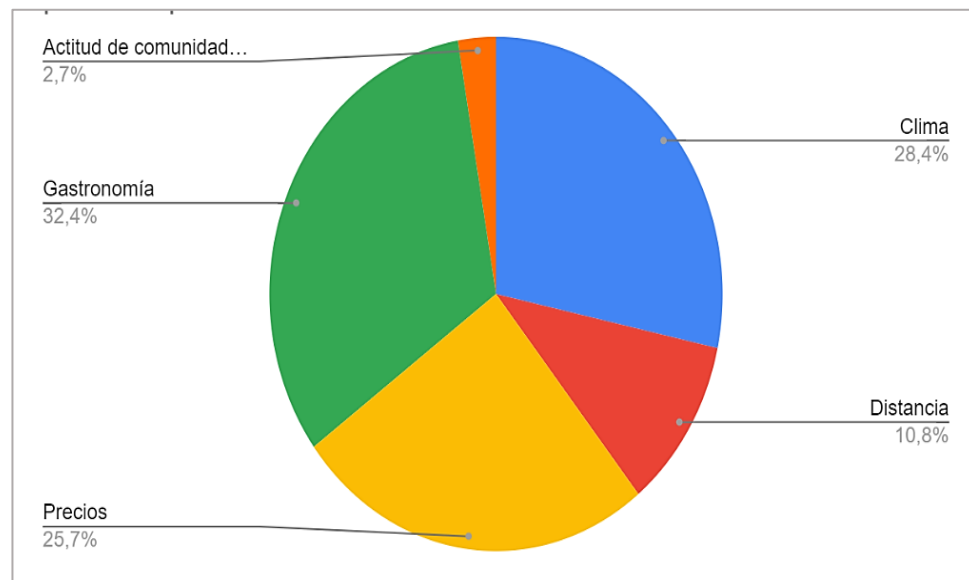
Según lo que evidencian los resultados de las encuestas a turistas que visitan la parroquia José Luis Tamayo existe un porcentaje de 68.9% que encuentra información para realizar un viaje vía redes sociales, un 27% reciben la información de parte de sus familiares y amigos, un 2.7% vía prensa y un 1.4% mediante la televisión. En esta información se puede rescatar que, con base en estos resultados la información que llegaría con mayor facilidad a los potenciales turistas vía redes sociales, seguido de las publicidades que pueden ser boca a boca por parte de familiares y amigos.

**Tabla 19: ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Clima</b>	82	28,4%
<b>Gastronomía</b>	93	32,4%
<b>Precios</b>	74	25,7 %
<b>Distancia</b>	31	10,8%
<b>Actitud de comunidad receptora</b>	8	2,7%
<b>Total</b>	288	100%

**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 19: ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico?**



**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

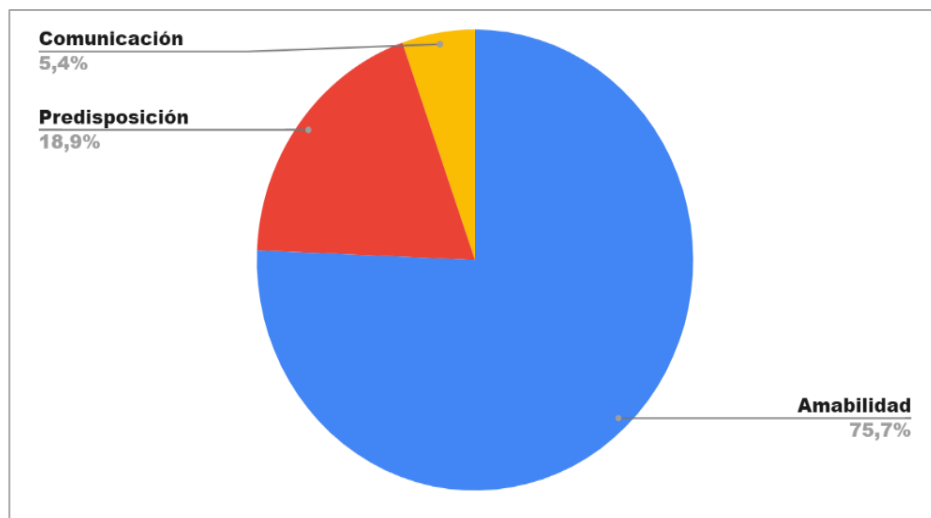
En cuanto a las principales motivaciones del turista encuestado que visita la parroquia José Luis Tamayo fueron en un porcentaje favorablemente con un 32.4% para la gastronomía, seguido del 28.4% por el clima del lugar visitado, como tercer motivación que los motiva a desplazarse se encuentran los precios con un 25.7%, finalmente los puntos más débiles que los turistas toma en cuenta como motivación para desplazarse son la distancia y la actitud de la comunidad con un 10.8% y un 2.7% respectivamente.

**Tabla 20: De las siguientes opciones: ¿Qué aspectos valora de parte de la comunidad receptora que visita?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Amabilidad</b>	218	75,7%
<b>Predisposición</b>	54	18,9%
<b>Comunicación</b>	16	5,4 %
<b>Total</b>	288	100%

**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 20: De las siguientes opciones ¿Qué aspectos valora de parte de la comunidad receptora que visita?**



**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

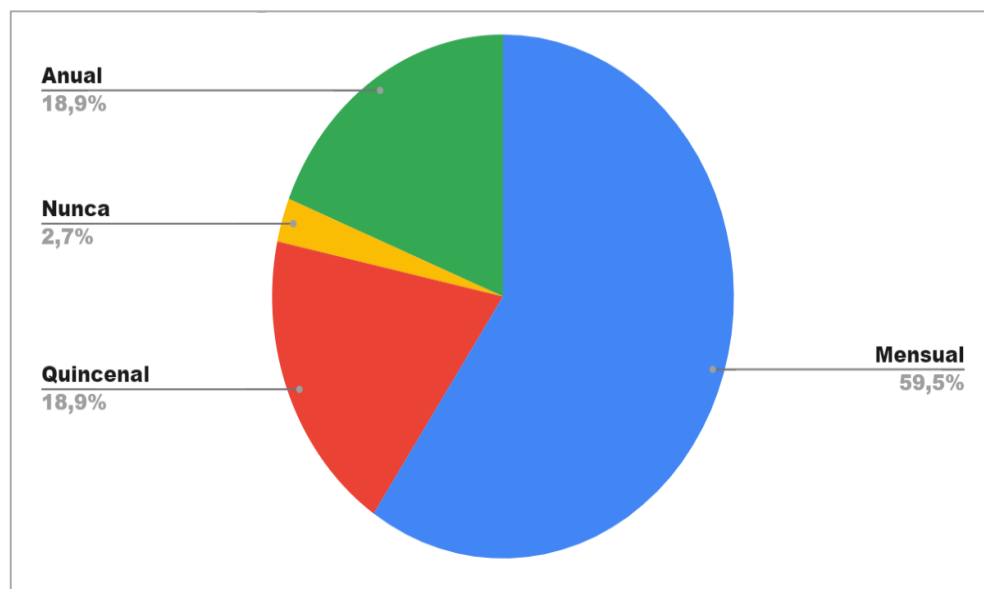
En este apartado se muestra que el turista encuestado en la parroquia José Luis Tamayo destaca a la amabilidad con un 75.7%, en segundo lugar, se ubica la predisposición con un 18.9% y en tercer lugar la comunicación con dicha comunidad receptora con un 5.4%. Si se realiza una comparación con el gráfico anterior se puede enfatizar que la actitud de la comunidad receptora no representa una motivación para viajar a un lugar en primera instancia, sin embargo, una vez que se visita un destino esto puede representar un aspecto muy valorado, si ésta actitud de la comunidad es positiva el turista podría considerar volver al destino.

**Tabla 21: ¿Con que frecuencia usted consumiría gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Nunca</b>	8	2,7%
<b>Anual</b>	54	18,9%
<b>Mensual</b>	172	59,5 %
<b>Quincenal</b>	54	18,9%
<b>Total</b>	288	100%

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 21: ¿Con que frecuencia usted consumiría gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?**



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

En cuanto a la frecuencia que los turistas podrían consumir gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo, en su mayoría optaron por seleccionar su deseo de consumo de manera mensual, seguido de los turistas que expresaron su decisión de consumirla de manera anual y quincenal. En evidencia de los resultados puede considerarse favorable la idea de consumo de manera mensual ya que el turista pretendería volver una vez al mes por el consumo de gastronomía en la parroquia.



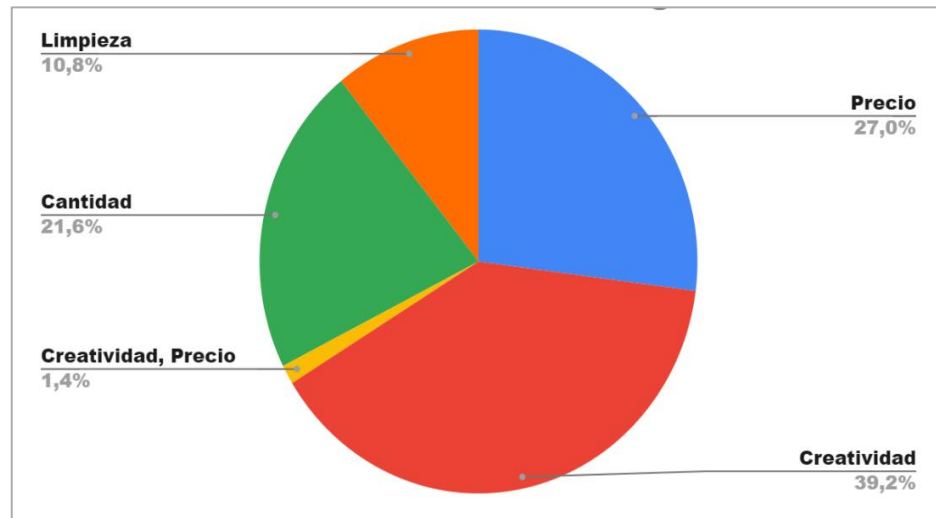
**Tabla 22: ¿Cuál es el factor que usted considera al momento de consumir gastronomía?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Creatividad</b>	113	39,20%
<b>Cantidad</b>	62	21,6%
<b>Precio</b>	78	27%
<b>Limpieza</b>	35	10,8%
<b>Total</b>	288	100%

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 22: ¿Cuál es el factor que usted considera al momento de consumir gastronomía?**



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

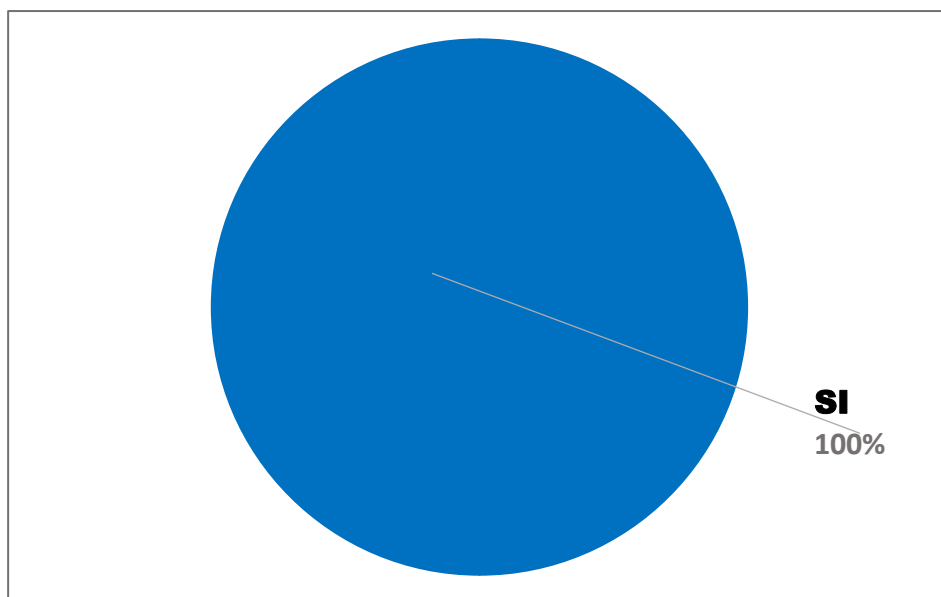
Se consideró dentro de esta encuesta a turistas de la parroquia José Luis Tamayo, el factor para realizar turismo de tipo gastronómico, los resultados que arrojaron las encuestas fueron en su mayoría con un 39.20% valorando la creatividad, seguido del precio que manejen al público con un 27% para finalmente destacar la cantidad y la limpieza con un 21.6% y 10.8% respectivamente. Por lo tanto, se puede evidenciar que, el turista si considera un factor aún más importante que el económico para valorar un servicio.

**Tabla 23: ¿Estaría de acuerdo con el diseño de producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	288	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	288	100%

**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 23: ¿Estaría de acuerdo con el diseño de producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?**



**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

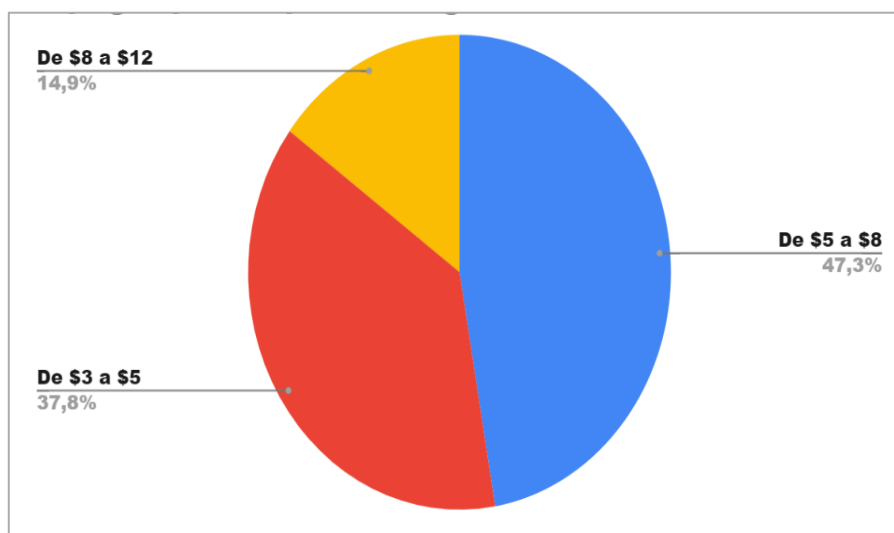
En este gráfico se muestra la aceptación completa que tiene el diseño de un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo con un 100% de aceptación por parte de los turistas que fueron encuestados. Esto responde a que los turistas se interesan por la gastronomía del sitio que visitan, lo que presupone una oportunidad de desarrollo a nivel turístico y gastronómico para la parroquia.

**Tabla 24: ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico tradicional?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
De \$3 a \$5	109	37,8%
De \$5 a \$8	136	47,3%
De \$8 a \$12	43	14,9%
De \$12 a \$15	0	0%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 24: ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico tradicional?**



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

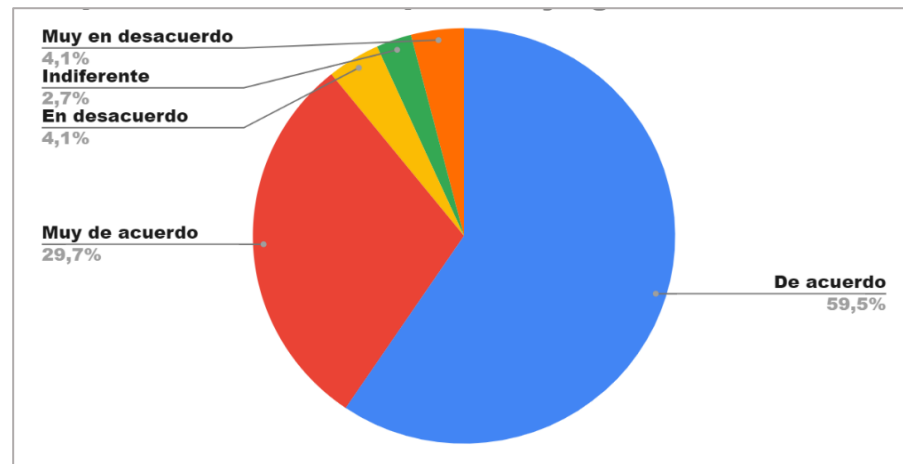
Se consideró el precio un aspecto a analizar dentro de esta encuesta. Los resultados obtenidos basándose en este gráfico fueron una aceptación mayormente de un precio entre \$5 y \$8, posterior a este el precio con segundo nivel de aceptación fue de \$3 a \$5 y en tercer lugar el rango de precios de \$8 a \$12, estos valores expresan lo que el turista estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico. Así también en esta pregunta se puede denotar que el turista cuando se trata del consumo de gastronomía es consciente de su valor económico, considerando mayormente un valor superior al mínimo de 5 dólares en adelante.

**Tabla 25: ¿Considera usted que una experiencia turística que incluya gastronomía tradicional representa la identidad de un sitio?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Muy en desacuerdo</b>	12	4,1%
<b>En desacuerdo</b>	12	4,1%
<b>Indiferente</b>	8	2,7%
<b>De acuerdo</b>	171	59,5%
<b>Muy de acuerdo</b>	85	29,7%
<b>Total</b>	288	100%

Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 25: ¿Considera usted que una experiencia turística que incluya gastronomía tradicional representa la identidad de un sitio?**



Fuente: Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
 Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

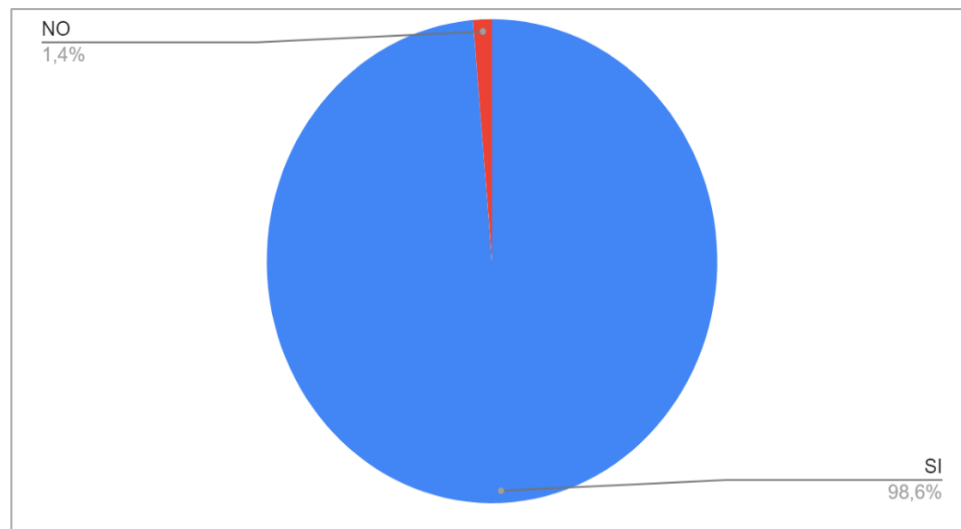
Esta pregunta se realiza con respecto al pensamiento del turista ante la experiencia turística que incluye gastronomía, la cual puede representar o no la identidad del sitio que visitan desde su perspectiva. En este gráfico se observa que, un 59.5% estuvo de acuerdo con esto, mientras que un 29.7% mostró más seguridad ante esto, por otro lado, un 4.1% se mostró en desacuerdo y otro 4.1% evidenció su postura con un muy en desacuerdo, finalmente un 2.7% se mostró indiferente con esta interrogante. Basándose en estos resultados se evidencia que, los turistas en su gran mayoría piensan que una experiencia posee y enfrasca la identidad de un sitio cuando se incluye la gastronomía del lugar.

**Tabla 26: Estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico tradicional basándose en su experiencia?**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	284	98,6%
No	4	1,4%
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Gráfico 26: Estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico tradicional basándose en su experiencia?**



**Fuente:** Turistas de la parroquia José Luis Tamayo  
**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

### **Análisis e interpretación**

En este gráfico se muestra que un porcentaje de 98,6% estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico de acuerdo con su experiencia, muy contrariamente un 1,4% no estaría dispuesto con esta interrogante. De modo que, se puede asimilar que, una turista basándose en su experiencia podría mayormente compartir dicha experiencia con una recomendación y esto puede representar un gran beneficio si esta experiencia resulta positiva.

### **3.3 ANÁLISIS CUALITATIVO: ENTREVISTA – PREPARACIONES DE PLATILLOS TRADICIONALES**

A continuación, se muestra un análisis basado en las entrevistas realizadas a habitantes de la parroquia José Luis Tamayo que conservan las preparaciones tradicionales gastronómicas, buscando conocer como es el pensamiento que estas personas poseen con respecto a la actividad turística, a mostrar al público sus preparaciones, el potencial que ellos consideran tiene su gastronomía y así mismo conocer cada preparación.

La entrevista se realizó a 4 personas, familias que aún conservan la gastronomía tradicional y su preparación hasta la actualidad con el fin de captar la mayor información posible dentro del respectivo conversatorio. De acuerdo con el cuestionario las preguntas realizadas fueron las siguientes:

#### **Entrevistados**

- Señora Blanca Tigrero - 78 años
- Señor Hugo Cochea – 65 años
- Señor Wilson Reyes – 67 años
- Señor Félix De La Cruz – 60 años

#### **Pregunta 1 ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?**

Al ser personas de avanzada edad, mostraron su desconocimiento ante la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo, siendo que ellos suelen estar en sus domicilios la mayoría del tiempo y no perciben de cerca de visitantes más que cuando se acercan en el lugar en el que preparan sus platillos mostrando la mayor predisposición frente al interés de un visitante.

**Pregunta 2 ¿Considera usted que la gastronomía tradicional posee potencial para recibir turismo en la parroquia José Luis Tamayo?**

De manera general los entrevistados supieron manifestar que, la gastronomía tradicional para ellos es una manera de recordar a sus familiares fallecidos y sus preparaciones, ellos consideran además que darlo a conocer es necesario ya que es la única forma en la que ellos lo muestran, conservando su preparación y comercializándolo en pequeñas cantidades ya que esto también representa un ingreso para ellos, consideran que efectivamente tiene potencial a varios niveles y que la visita de personas a conocer sus preparaciones tradicionales a ellos les motiva a continuar preparando y conservando cada paso que sus familiares en algún momento enseñaron.

**Pregunta 3 ¿Considera usted importante el conocimiento en ingredientes y preparaciones dentro de una experiencia gastronómica tradicional?**

Las personas entrevistadas expresaron que el hecho de que una persona desee conocer sobre la gastronomía de la parroquia donde viven hace que se motiven a prepararlo, que dentro de una visita debería ser importante que no solo se muestre el platillo sino también que se describa la manera en la que se lo preparó y sus procesos para que la persona que lo adquiera conozca como ese platillo fue elaborado.

**Pregunta 4 ¿Cómo percibe usted siendo parte de la comunidad receptora que se realice actividad turística gastronómica en la parroquia José Luis Tamayo?**

Las respuestas por parte de los entrevistados fueron positivas ante la idea de recibir turistas que se interesen en conocer sus preparaciones tradicionales, comentaron que actualmente si encuentran personas que desean conocer sobre la realización de un platillo, ante esto, ellos están gustosos siempre y cuando se muestre respeto ante sus tradiciones.

**Pregunta 5 ¿Cuál es el platillo o preparación tradicional que aún conserva usted o su familia?**

Blanca Tigrero – preparación de pan realizado de manera artesanal en horno de barro a base de leña.

Hugo Cochea – preparación de pan realizado de manera artesanal en horno de barro a base de leña.

Wilson Reyes – preparación de seco de chivo tradicional de la parroquia con zumo de tamarindo.

Félix De La Cruz – preparación de seco de chivo tradicional de la parroquia con zumo de tamarindo.

### **Pregunta 6 ¿Cuáles son los ingredientes que utilizan?**

De acuerdo con las entrevistas realizadas se tomaron ambas recetas e ingredientes, las cuales serán redactadas a continuación a modo recetario.

Ingredientes de pan realizado de manera artesanal en horno de barro a base de leña:

- Harina
- Agua
- Levadura
- Manteca
- Azúcar
- Huevo
- Sal

Ingredientes de seco de chivo tradicional de la parroquia con zumo de tamarindo:

- Pimiento verde
- Cebolla blanca
- Tomate
- Carne de chivo
- Zumo de tamarindo
- Hojas de culantro o hierbita



## **Pregunta 7 ¿Cuál es su preparación?**

### **Preparación de pan realizado de manera artesanal en horno de barro a base de leña.**

En un recipiente o balde grande limpio se coloca harina, agua y levadura, manteca, azúcar y sal en caso de ser un pan de sal, en el caso de ser de dulce se coloca mayor cantidad de azúcar, la cantidad varía según la cantidad que se desee preparar, pero en una preparación diaria se utiliza medio kilo y se coloca según el sabor de la masa al mezclar, el usar huevos es opcional, pero de usarle se utilizan de 3 a 4 huevos. Para que la masa alcance la consistencia deseada se debe amasar por unos 15 minutos e ir verificando que el color no se aclare demasiado, ya que de esta manera el pan quedará con menos sabor.

Una vez obtenida la masa esta pasa a formar los panes ya sean en formas alargadas o circulares y son colocados en latas para hornear. Luego se procede a dejar descansar la masa mientras se coloca la leña en el horno, este horno puede empezarse a prender un momento antes de realizar la masa ya que el proceso para comenzar a hornear puede demorar hasta una hora mientras el horno calienta y permite que el pan se prepare de la mejor manera.

Durante este proceso ocurre la llamada fermentación que provoca que la masa se expanda y absorba todos los sabores añadidos. Una vez listo el horno, se procede a colocar las latas sobre un palo de madera, el cual es largo debido a que las latas deben colocarse dentro del horno y esto se utiliza para no quemarse y aprovechar correctamente el espacio dentro del horno. El tiempo en el que se obtiene un pan horneado puede durar incluso un minuto de acuerdo con lo caliente que ya se encuentre el horno. Este pan puede obtener aún más sabor si se coloca una yema de huevo en un vaso y con una brocha pasar por encima una vez horneado el pan.

### **Preparación de seco de chivo tradicional de la parroquia con zumo de tamarindo.**

El proceso para la preparación es cortar la carne de chivo en partes más pequeñas, obteniendo presas para posteriormente colocarlo en la olla en donde será adobado o sazonado, posteriormente se procede a cortar cebolla blanca en cuadros junto al pimiento

verde y el tomate y se coloca estos ingredientes dentro de la olla. Se procede a colocar en el recipiente con los ingredientes añadidos el zumo de tamarindo y se mezcla todo en la olla para adobarlo con el zumo.

Una vez colocado esto, se licúa 2 tomates para colocar en la mezcla y finalmente se coloca hierbita. Esto se mezcla y se deja reposar hasta que se lo prepara ya que de esta manera el sabor quedará en las presas de chivo. Cuando ya se vaya a preparar el tiempo de cocción varía según la carne del chivo ya que si esta se encuentra un poco dura la cocción demorará un poco más de una hora mientras que si se trata de un chivo tierno su cocción en una hora estará concluida y lista para servirse y acompañarse con arroz y con maduro frito.

Esta preparación se reconoce como tradicional debido a que en tiempos pasados este seco de chivo se preparaba con chicha, sin embargo debido a la falta de este ingrediente, los habitantes intentaron un proceso basado en el zumo de tamarindo ya que la parroquia José Luis Tamayo años atrás era reconocida por sus múltiples árboles de tamarindo y la crianza de chivos, por esto decidieron fusionar aquello que tenían a su alcance para crear un platillo conocido como seco de chivo a la tamarindo tradicional de José Luis Tamayo.

### **Pregunta 8 ¿Cómo se ha mantenido esta tradicional preparación gastronómica?**

De forma generalizada de acuerdo con las entrevistas, las personas revelaron que, la tradición en sus preparaciones se ha conservado y mantenido debido a su enseñanza dentro de sus familias y a su comercialización ya que su descendencia necesitaba aprender algo que los beneficiara económicamente, lo que a su vez significó recrear los procesos para transmitirlos a sus hijos y posteriormente a sus nietos.

## **3.4 DISCUSIÓN**

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los habitantes y turistas de la parroquia José Luis Tamayo, así como de las entrevistas realizadas, se puede concluir que la creación de un producto gastronómico que combine las tres preparaciones

tradicionales distintivas de la parroquia sería altamente beneficioso. Estas preparaciones, aunque reconocidas por separado, comparten un valor cultural y una historia que se ha transmitido a lo largo de los años, reflejando la identidad y la herencia de la comunidad. La combinación de estas recetas en un solo producto fortalecería la identidad gastronómica de la parroquia a la vez en el que sirve como un atractivo turístico único.

Los turistas, según los resultados, han demostrado un claro interés en conocer la gastronomía local como parte integral de su experiencia en el destino visitado. Valoran especialmente la inclusión de la gastronomía en sus actividades turísticas, ya que esto les permite una inmersión más profunda en la cultura del lugar. La posibilidad de degustar y aprender sobre las preparaciones tradicionales locales enriquece significativamente su experiencia, haciendo que el viaje sea más memorable y satisfactorio. Este interés subraya una tendencia creciente hacia el turismo experiencial, en el que la comida juega un papel esencial en la conexión cultural y la satisfacción del visitante.

Por otro lado, los habitantes de la parroquia han mostrado una actitud muy positiva hacia la recepción de turistas interesados en sus tradiciones. Están abiertos a compartir no solo sus costumbres religiosas, sino también sus prácticas gastronómicas tradicionales. Este nivel de acogida y disposición para interactuar con los visitantes indica una fuerte voluntad de involucrarse en el desarrollo del turismo y en la promoción de su patrimonio cultural. La aceptación y entusiasmo de la comunidad son cruciales para el éxito de cualquier iniciativa turística, ya que garantizan una experiencia auténtica y enriquecedora tanto para los turistas como para los residentes.

Finalmente, la integración de estas preparaciones tradicionales en un producto gastronómico específico puede servir como una herramienta estratégica para diversificar la oferta turística en la parroquia José Luis Tamayo. Al hacerlo, se aprovecharán tanto el interés de los turistas en experiencias auténticas como la disposición de la comunidad para compartir su patrimonio.

## CONCLUSIONES

- Respecto a la oferta gastronómica tradicional de la parroquia José Luis Tamayo, se destaca el pan artesanal elaborado de manera ancestral en hornos de barro y calentado con leña, así como el seco de chivo preparado de forma tradicional con zumo de tamarindo. Estos platos representan una parte importante de la identidad culinaria de la región y pueden ser atractivos para los turistas en busca de experiencias auténticas y sabores únicos.
- La necesidad de diversificar la oferta gastronómica se hace evidente debido a los avances en el mercado, los cambios en el entorno y la creciente competencia en el sector turístico. Este proyecto proporciona las bases teóricas necesarias para comprender las conceptualizaciones relacionadas con los productos gastronómicos en el contexto del turismo, lo que permite identificar oportunidades para la innovación y el desarrollo de nuevos productos que puedan atraer a una mayor variedad de visitantes.
- El trabajo realizado incluye la búsqueda de información y el análisis de resultados, lo que ha permitido diseñar un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo con el objetivo de diversificar la oferta turística del cantón Salinas. Este proceso demuestra un enfoque sistemático y riguroso en la planificación y ejecución de iniciativas turísticas, con el fin de maximizar su impacto y alcance.
- En general, el proyecto subraya la importancia de valorar y compartir las preparaciones tradicionales de la parroquia José Luis Tamayo con un público más amplio, reconociendo su significado como parte integral de la identidad local y contribuyendo a la preservación y difusión de un patrimonio culinario único. Esto no solo enriquece la experiencia de los visitantes, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y orgullo de la comunidad local hacia sus tradiciones gastronómicas.

## RECOMENDACIONES

- Para aprovechar el potencial de la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo, se sugiere diseñar un producto turístico específico que destaque estas tradiciones culinarias. Esto podría incluir la creación de recorridos gastronómicos, talleres de cocina tradicional o eventos culinarios que permitan a los visitantes experimentar y aprender sobre la auténtica cocina local. Es importante involucrar a la comunidad en este proceso, asegurándose de que estén dispuestos a compartir sus conocimientos y recetas ancestrales.
- Las empresas públicas pueden desempeñar un papel clave en la promoción de las tradiciones gastronómicas locales mediante la creación de espacios dedicados a su difusión. Esto podría incluir la apertura de mercados gastronómicos, ferias temáticas o centros de interpretación donde los visitantes puedan aprender sobre la historia y el significado cultural de los platos tradicionales. Es fundamental invertir en la preparación y promoción de estos espacios para garantizar su éxito y visibilidad.
- La actitud positiva y receptiva de la comunidad local hacia la exposición de sus preparaciones tradicionales es un activo invaluable para enriquecer la experiencia turística. Se recomienda fomentar esta colaboración y participación comunitaria en la creación y promoción de productos gastronómicos turísticos, lo que puede mejorar significativamente la autenticidad y el atractivo de la oferta gastronómica local.
- Dada la creciente importancia de las redes sociales en la promoción turística, se sugiere proporcionar capacitación en el uso de herramientas tecnológicas a los principales productores de las preparaciones tradicionales. Esto les permitirá aprovechar al máximo el alcance y la visibilidad que ofrecen las plataformas digitales para promover sus productos y atraer a nuevos clientes. La combinación de tradición culinaria y tecnología puede ser una estrategia efectiva para ampliar el reconocimiento y la demanda de la gastronomía local.

## PROPUESTA

Título de propuesta: Encuentra el legado de José Luis Tamayo

Prototipo de logo con slogan de propuesta



Puntos actuales de gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo en los diferentes recorridos de sitios de la parroquia se detallan a continuación:

1. En la parroquia José Luis Tamayo, barrio 9 de octubre se ubica el domicilio y establecimiento de Wilson Reyes, quien es conocedor de la historia de José Luis Tamayo y además posee los conocimientos de la gastronomía tradicional que indica y cuenta la historia de la parroquia y sus conocimientos sobre su gastronomía tradicional.
2. Consecuentemente, el establecimiento de Hugo Cochea en el barrio Centenario, quien aparte de comercializar frescos hace varios años atrás preparados en el momento con esencias de frutas, conoce sobre la preparación del pan ancestral, además de su enorme conocimiento de historia sobre el José Luis Tamayo de antaño.

3. El tercer punto es el establecimiento de Blanca Tigrero ubicado en el barrio Centenario de la parroquia, cuyo espacio es una panadería en donde elabora y comercializa sus creaciones. En este lugar se brinda el espacio para conocer la preparación, cuenta con el horno tradicional de barro y leña en donde prepara los panes. El proceso es explicado por ella quien es la mayor imagen dentro de esta parroquia conocida como “La Mamita” quien se encarga de elaborar y mostrar el proceso del pan artesanal.
  
4. Como cuarto punto se encuentra el conocido lugar a nivel cantonal “Comedor de Félix”, identificado por su sazón en la preparación tradicional del seco de chivo al tamarindo. Esta personalidad altamente conocida en la parroquia José Luis Tamayo muestra la preparación de su platillo estrella paso a paso y comercializa el platillo dentro de su comedor mientras expone su conocimiento sobre historia de la parroquia.

#### **Precios de preparaciones**

<b>Preparación</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>Al por mayor</b>
<b>Pan ancestral</b>	<b>\$0,15</b>	<b>\$1 – 10 panes</b>
<b>Seco de chivo al tamarindo</b>	<b>\$4</b>	<b>\$3</b>

**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

#### **Estrategias de producto turístico con base en la información recabada en proyecto de investigación**

<b>Alianzas locales</b>	<b>Se establecerán colaboraciones con productores locales de las preparaciones gastronómicas tradicionales detalladas anteriormente para garantizar suministros de ingredientes y</b>
-------------------------	---

---

**preparaciones auténticas (Las alianzas podrían ser establecidas con el GAD de la parroquia).**

---

**Evidenciar la investigación cultural (Talleres cocina tradicional)**

Durante la muestra y venta del platillo exponer la información recabada acerca de la preparación tradicional para comprender a profundidad el contexto detrás de cada platillo asegurando que la experiencia sea completa siendo educativa y enriquecedora.

---

**Eventos culinarios especiales**

Aprovechar la realización de eventos especiales como ferias o festivales para promover el interés en la participación de la comunidad local y los turistas.

---

**Capacitación**

Creación en conjunto con autoridades de la parroquia José Luis Tamayo de talleres de capacitación continua en relación con la actividad turística dirigido hacia los principales habitantes dedicados a la oferta de platillos y preparaciones tradicionales de la parroquia.

---

**Medios sociales**

Utilización de plataformas sociales, de manera individual o en conjunto con autoridades, que muestren y compartan las historias detrás de cada preparación, imágenes de alto impacto, reseñas de turistas con el fin de crear una comunidad en línea alrededor de la experiencia gastronómica tradicional en la parroquia José Luis Tamayo. (Plataformas de mayor público; Instagram y Facebook)

---

**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth



**Plan de visualización de producto turístico de parroquia José Luis Tamayo**

<b>Proyecto</b>	<b>Acción</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Responsable</b>	<b>Prioridad</b>
<b>Programa de publicidad</b>	Publicidad en medios digitales (Facebook, Instagram)						GAD parroquial José Luis Tamayo	Alta
	Logo y slogan en vallas						Encargados de locales de comida tradicional	
<b>Programa de capacitación para comunidad a cargo de locales de comida tradicional</b>	Socialización de nombre de propuesta de producto.						GAD parroquial José Luis Tamayo	Alta
	Capacitación sobre atención al turista y brindar información de su producto gastronómico.						Encargados de locales de comida tradicional	

Elaborado por: Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

**Prototipo de flyer con logo y slogan de propuesta**

Pan artesanal en  
horno de barro

*Encuentra el legado*

**JOSÉ LUIS TAMAYO**

Seco de chivo  
con zumo de  
tamarindo

**Elaborado por:** Matías Mejillón Dahiana Elizabeth

## REFERENCIAS

- Acle, R., & Santos, J. &. (2019). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, Mexico. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 237-248. Obtenido de [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion\\_duitama/article/view/10624/8993](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/10624/8993)
- Acosta, Y., Torres, L., & Soler, D. (2022). Propuesta del diseño de un producto turístico gastronómico en la Villa Yaguanabo. *Revista Universidad y Sociedad*, 299-305. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202022000600299](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000600299)
- Alcívar, I. (1 de Noviembre de 2018). Entorno turístico . Obtenido de Entorno turístico sitio web: <https://www.entornoturistico.com/diversificacion-de-la-oferta-turistica-en-manta/#:~:text=Mientras%20que%20diversificaci%C3%B3n%2C%20se%20denomina,los%20mercados%20globales%20o%20locales.>
- Arce, K., & Ñaupary, M. (2019). *Economista. El sector turismo como factor de desarrollo en la región Pasco*. Universidad nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco. Obtenido de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1644/1/T026\\_70975207\\_T.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1644/1/T026_70975207_T.pdf)
- Arias et al. (2016). El protocolo de investigación III: la. *Revista Alergia Mexico*, 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Balón, M. (2020). *Ingeniería en gestión y desarrollo turístico. Estrategias de promoción para fomentar el turismo en temporada baja en el cantón salinas*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5380/1/UPSE-TDT-2020-0024.pdf>
- Barrutia, N. (2018). *Maestría en marketing turístico y hotelero. Análisis de la satisfacción del turista y de los operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los guías de turismo*. Universidad de San Martín de Porres, Lima. Obtenido

de

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3459/barrutia\\_mnr.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3459/barrutia_mnr.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Blanc, D. (2020). Modelos de estrategias de marketing. Obtenido de Modelos de estrategias de marketing sitio web: [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05\\_n9/modelo\\_estrategias\\_marketing1.htm#:~:text=Se%20utiliza%20cuando%20no%20se,y%20los%20mercados%20que%20cubre.&text=Buscan%20aumentar%20las%20ventas%20de%20productos%20actuales%20en%2](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n9/modelo_estrategias_marketing1.htm#:~:text=Se%20utiliza%20cuando%20no%20se,y%20los%20mercados%20que%20cubre.&text=Buscan%20aumentar%20las%20ventas%20de%20productos%20actuales%20en%2)

Bravo, D., & Loor, J. (2023). Licenciada en turismo. PATRIMONIO GASTRONÓMICO TRADICIONAL Y SU PUESTA EN VALOR: EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN PORTOVIEJO-ECUADOR. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ., Calceta. Obtenido de [https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2102/1/TIC\\_T19D.pdf](https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2102/1/TIC_T19D.pdf)

Bravo, M., & Intriago, J. (2015). Ingeniería en turismo. Diseño de un producto turístico de sol y playa que contribuya al desarrollo del cantón san vicente. Universidad Técnica de Ambato, Calceta. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/147/1/Mirna%20Bravo%20%20Jenffer%20Intriago.pdf>

Caicedo, A., Moreno, S., & Rodriguez, K. (2019). El diseño de un producto gastronómico a partir de la identidad y los recursos de una región. Teoría y Praxis, 52-78. Obtenido de [http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero28/52-78\\_Caicedo.pdf](http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero28/52-78_Caicedo.pdf)

Castillo, M. (2020). La innovación en el sector turístico: una aproximación a los servicios y la creación de experiencias. Redalyc, 26-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5762/576272098001/html/#:~:text=La%20innovaci%C>

3%B3n%20tur%C3%ADstica%20es%20la,por%20lo%20tanto%2C%20la%20competitividad

Chaux, A. (23 de Septiembre de 2021). Alcides Chaux. Obtenido de Alcides Chaux sitio web: <https://alcideschaux.com/lo-esencial-acerca-de-los-dise%C3%B1os-mixtos-de-investigaci%C3%B3n-abdbf7bd968b>

Chyla, O. (2023). SEDICI Sitio web. Obtenido de Repositorio institucional de la Universidad Nacional de La Plata: <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/152073#:~:text=Resumen,en%20el%20sentimiento%20de%20identificaci%C3%B3n>

Córdoba, M. (2021). Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. “Diseño de producto turístico para adultos mayores en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16157/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-AETH-89.pdf>

Escuela de cocina [Cocinea]. (2022 de Agosto de 22). Cocinea sitio web. Obtenido de Cocinea: <https://cocinea.es/que-es-el-turismo-gastronomico/>

Escuela de Turismo y Hospitalidad [OSTELEA]. (22 de Marzo de 2022). Ekos. Obtenido de Ekos sitio web: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/cuales-son-las-tendencias-que-marcaran-el-rumbo-del-turismo-en-el-2022#:~:text=Por%20ello%2C%20las%20tendencias%20del,idiomas%20y%20las%20relaciones%20humanas.>

Esquivel, R. (2021). Análisis de la cultura turística y sus beneficios para el turismo en el pueblo mágico de Comonfort, Guanajuato, México. Revista de investigación sobre turismo y patrimonio, 49-68. Obtenido de file:///C:/Users/Windows%2010.DESKTOP-

CQGQLAK.000/Downloads/Dialnet-

AnalysisOfTheTouristCultureAndBenefitsForTourismIn-7907927.pdf

Fajardo, T. (2021). Licenciatura en turismo y hotelería. La cocina local de Sígsig y el turismo gastronómico. Universidad técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34021/1/TESIS%20FAJARDO%20TANIA.pdf>

Floriano, J. (5 de Junio de 2023). Blog ESAH Hotelería y turismo. Obtenido de Blog ESAH Hotelería y turismo sitio web: <https://www.estudiahosteleria.com/blog/hosteleria-turismo/como-promover-el-turismo-en-tu-localidad>

Folgueiras, P. (2016). Técnicas de recogida de información. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Forero, T. (6 de Agosto de 2021). Rock content . Obtenido de Rock content sitio web: <https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-diversificacion/>

Gobierno autónomo descentralizado Jose Luis tamayo, [GAD JLT]. (2020). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial José Luis Tamayo. Salinas: Viemspa. Obtenido de [https://gadjltmuey.gob.ec/media/gadjltmuey/pdot\\_archivos/PDOT\\_ARCHIVO\\_FINAL\\_muey\\_g9ASgXB.pdf](https://gadjltmuey.gob.ec/media/gadjltmuey/pdot_archivos/PDOT_ARCHIVO_FINAL_muey_g9ASgXB.pdf)

Instituto de gestión cultural y artística [Igeca]. (6 de Agosto de 2021). Igeca sitio web. Obtenido de Instituto de gestión cultural y artística sitio web: <https://igeca.net/blog/389-patrimonio-material-e-inmaterial-definicion-diferencias-y-ejemplos>

Larrea, E. (18 de Mayo de 2021). Escafandra sitio web. Obtenido de Escafandra sitio web: <https://www.escafandra.news/importancia-de-la-gastronomia-en-la-oferta-turistica-de-los->



Ortega, W. (2020). Licenciatura en dirección y administración de empresas turísticas y hoteleras. ESTRUCTURACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ULBA, CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA. CASO: LAGUNA DE LIMONTURO. . Universidad Regional autónoma de Los Andes, Ambato. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/15518/1/PIUALETH003-2020.pdf>

Ostelea. (11 de Agosto de 2020). Ostelea sitio web. Obtenido de Ostelea sitio web: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-cultural-que-es-tipos-y-ejemplos>

Ostelea. (6 de Julio de 2022). Ostelea Sitio web. Obtenido de Ostelea Sitio web: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-es-el-patrimonio-inmaterial-de-la-humanidad-y-para-que-sirve#:~:text=El%20patrimonio%20material%20se%20refiere,lugar%20espec%C3%A9fico%20o%20una%20colectividad.>

Pasaco, B. (2022). Tesis Doctoral. La calidad global de la experiencia turística como transformadora del estilo de vida y sus efectos en la calidad de vida del turista y su intención de comportamiento. Universidad de Extremadura, España. Obtenido de [https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/15561/1/TDUEX\\_2022\\_Pasaco\\_Gonzalez.pdf](https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/15561/1/TDUEX_2022_Pasaco_Gonzalez.pdf)

Perero, E. (2015). Ingeniería en gestión y desarrollo turístico. Diseño de un producto ecoturístico en la parroquia José Luis Tamayo para diversificar la oferta turística del cantón salinas provincia de Santa Elena año 2015. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2595/1/UPSE-TDT-2015-0038.pdf>

Pita, A. (2021). Ingeniería en Ecoturismo. La gastronomía tradicional de la ciudad de Jipijapa en productos elaborados en base al maíz. Universidad Estatal del sur de Manabí, Jipijapa. Obtenido de



<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2785/1/XIOMARA%20BAQUE%20TESIS..pdf>

Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. Redalyc, 127-143. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504558496008/html/>

Salas, D. (4 de Junio de 2019). Investigalía. Obtenido de Investigalía sitio web: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

Salas, D. (Junio de 23 de 2020). Investigalia. Obtenido de Investigalia sitio web: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>

Salazar, B. (18 de Marzo de 2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. Redalyc, 12, 406-428. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4735/473563492009/html/>

Sarabia, C. (2022). Licenciatura en turismo. La gastronomía típica en la actividad turística de Baños de Agua. Universidad técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35754/1/TESIS%20L%C3%93PEZ%20SARABIA%20CARLOS%20JAVIER.pdf>

SECO. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. La Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, Lima. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

Soto, A. (2021). Tesisciencia sitio web. Obtenido de Tesisciencia sitio web: <https://tesisciencia.com/2018/08/29/muestreo-muestra-tesis/>

Suárez, V. (2022). Licenciatura en turismo y hotelería. LA RUTA DE LAS ROSAS Y LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO. Universidad técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34460/1/Su%C3%A1rez%20Valeria%20-Tesis-signed-signed-signed.pdf>

Tapia, K. (2018). Licenciatura en gastronomía. Análisis de la gastronomía y culinaria del cantón Salinas de la Provincia de Santa. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36075/1/TESIS%20Gs.%20342%20-%20Análisis%20gastron%20culinaria%20Salinas%20Prov%20Santa%20Elena.pdf>

Teopanta, R. (2022). Licenciatura en turismo. La gastronomía típica como factor motivacional de viaje. Universidad técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35721/1/Toapanta%20Parra%20Rosa%20Estefania%20Tesis%20completa.pdf>

Universidad internacional de talento [CESUMA]. (2021). Cesuma sitio web. Obtenido de Universidad internacional de talento: <https://www.cesuma.mx/blog/quien-es-un-turista-y-cuales-son-sus-motivaciones.html#:~:text=La%20oportunidad%20de%20estar%20en,alivio%20del%20estr%C3%A9s%20la%20relajaci%C3%B3n>

Vélez, I. (2014). Licenciatura en administración de turismo. Diseño de un plan de promoción turística para la parroquia José Luis Tamayo como destino. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1502/1/V%c3%89LEZ%20RAM%c3%8dREZ%20IN%c3%89S%20AUXILIADORA%20%20.pdf>

# ANEXOS

## Anexo 1: Matriz operacionalización

TÍTULO	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN
<b>Producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.</b>	Producto gastronómico o tradicional (Variable independiente)	Es un conjunto de servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas tradicionales materiales e inmateriales en itinerarios, tours, circuitos, rutas, en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista. (Montecinos, 2017)	Gastronomía tradicional	Gastronomía tradicional conservada hasta la actualidad.	¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?	Cuestionario de preguntas para entrevista.
				Ingredientes y preparaciones tradicionales	¿Considera usted importante la diversificación de oferta turística para promover nuevas actividades turísticas?	Cuestionario de preguntas para entrevista.
			Tradición material e inmaterial	Turismo cultural	¿Usted tiene conocimiento sobre la gastronomía tradicional y sus diferentes platillos en la parroquia José Luis Tamayo?	Cuestionario de preguntas cerradas para encuesta
				Sentido de pertenencia	¿Usted piensa que el consumo de gastronomía tradicional promueve la conservación y su sentido de pertenencia dentro de la parroquia José Luis Tamayo?	Cuestionario de preguntas cerradas para encuesta
			Motivación de desplazamiento del turista	Actitud de la comunidad receptora y pobladores que conservan las preparaciones tradicionales	De las siguientes opciones. Los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo frente a la actividad turística tienen una actitud:	Cuestionario de preguntas para entrevista.
					¿Cree usted que implementar la actividad turística de tipo gastronómica generaría oportunidades de beneficios económicos en la parroquia José Luis Tamayo?	Cuestionario de preguntas cerradas para encuesta
				Promueve la actividad turística	¿Estaría usted de acuerdo con el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo?	Cuestionario preguntas cerradas para encuesta
				Aceptación por parte del visitante	Usted obtiene información para viajar a través de: ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico?	Cuestionario preguntas cerradas para encuesta

TÍTULO	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN
<b>Producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.</b>	Diversificación de la oferta turística (Variable dependiente)	Es el proceso por el cual una empresa o un destino turístico pasa a ofertar nuevos productos con el objetivo de satisfacer las necesidades crecientes de los mercados globales o locales (Alcívar, 2018)	Nuevos productos turísticos	Perspectiva del turismo actual	De las siguientes opciones ¿Qué aspectos valora de parte de la comunidad receptora que visita?	Cuestionario de preguntas para entrevista
				Aceptación de nuevo producto	¿Con que frecuencia usted consumiría gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?	Cuestionario preguntas cerradas para encuesta
			Satisfacer necesidades	Nivel de satisfacción	¿Cuál es el factor que usted considera al momento de consumir gastronomía?	Cuestionario de preguntas cerradas para encuesta - escala de Likert.
				Experiencia	¿Estaría de acuerdo con el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo? ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico tradicional?	Cuestionario preguntas cerradas para encuesta.
			Mercados crecientes	Exigencias del turista	¿Considera usted que una experiencia turística que incluye gastronomía tradicional representa la identidad de un sitio?	Cuestionario preguntas cerradas para encuesta.
				Exigencias en gastronomía tradicional	¿Estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico tradicional basándose en su experiencia?	Cuestionario preguntas cerradas para encuesta.

**Elaboración:** Matías Mejillón Dahiana E.

## Anexo 2: Matriz consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p><b>Producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.</b></p>	<p>Formulación del problema</p> <p>¿Cómo diversificar la oferta turística del cantón Salinas a través de la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo?</p> <p>Sistematización del problema</p> <p>¿Cuál es la importancia de promover la actividad turística en la parroquia José Luis Tamayo?</p> <p>¿De dónde proviene la gastronomía tradicional de la parroquia José Luis Tamayo y quienes aún la practican?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas., 2023.</li> <li>• Diagnosticar la oferta turística basada en la gastronomía que existe en la parroquia José Luis Tamayo.</li> <li>• Fundamentar teóricamente la diversificación de la oferta turística a través de los productos gastronómicos.</li> <li>• Diseñar un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo para la diversificación de la oferta turística del cantón Salinas.</li> </ul>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Producto gastronómico tradicional</p> <p>Variable Dependiente:</p> <p>Diversificación de la oferta turística</p>	<p>Gastronomía tradicional</p> <p>Potenciales turísticos</p>	<p>-Gastronomía tradicional conservada hasta la actualidad.</p> <p>-Ingredientes y preparaciones tradicionales</p> <p>-Perspectiva del turismo actual.</p> <p>-Aceptación de nuevo producto.</p>	<p>Enfoque: Cualitativa- Cuantitativa Mixto Alcance: Explicativo</p> <p>Método de investigación Inductivo - deductivo</p> <p>Diseño de investigación Explicativo concurrente</p> <p>Técnica Encuesta y entrevista con técnica bola de nieve</p>

**Elaboración:** Matías Mejillón Dahiana E.

### Anexo 3: Presupuesto de investigación

<b>PRESUPUESTO</b>				
<b>N°</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Recurso material</b>				
<b>1</b>	<b>Resma de hojas</b>	<b>1</b>	<b>\$3,50</b>	<b>\$ 3,50</b>
<b>2</b>	<b>Esferos gráficos</b>	<b>3</b>	<b>\$0,35</b>	<b>\$ 1,05</b>
<b>3</b>	<b>Carpeta</b>	<b>3</b>	<b>\$0,50</b>	<b>\$ 1,50</b>
<b>Recurso tecnológico</b>				
<b>4</b>	<b>Internet</b>	<b>6 meses</b>	<b>Recurso propio</b>	<b>0</b>
<b>5</b>	<b>Pendrive</b>	<b>1</b>	<b>Recurso propio</b>	<b>0</b>
<b>Otros gastos</b>				
<b>6</b>	<b>Pasajes de movilización</b>	<b>0,35</b>	<b>12 días de recolección de datos</b>	<b>\$ 4,20</b>
<b>7</b>	<b>Otros</b>	<b>\$ 5</b>		<b>\$ 5</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 15,25</b>

Elaboración: Matías Mejillón Dahiana E.

**Anexo 4: Modelo de encuesta para habitantes**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE  
SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

<b>Cuestionario N°</b>	<b>Fecha:</b>																		
<b>PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS.</b>																			
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO</b>																			
<b>Presentación</b>																			
<p>Buenos días/tardes, Mi nombre es Dahiana Matías Mejillón, estudiante de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, se está realizando una encuesta con el propósito de analizar la perspectiva, predisposición y aceptación de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo hacia el diseño de un producto gastronómico tradicional.</p>																			
<p><b>Objetivo:</b> El objetivo de esta encuesta es recopilar información para estructurar un trabajo de investigación, referente al diseño de un producto turístico gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas.</p>																			
<p>Instrucciones: Su opinión la expresará marcando con una x escogiendo la alternativa según a su respuesta.</p>																			
<b>Preguntas:</b>																			
<table border="1" style="margin:auto;"> <tr><th colspan="2">1. Género</th></tr> <tr><td>Masculino</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Femenino</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	1. Género		Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="margin:auto;"> <tr><th colspan="2">2. Edad</th></tr> <tr><td>18 – 25 años</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>26 – 30 años</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>31 – 45 años</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>46 – 60 años</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Más de 60 años</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	2. Edad		18 – 25 años	<input type="checkbox"/>	26 – 30 años	<input type="checkbox"/>	31 – 45 años	<input type="checkbox"/>	46 – 60 años	<input type="checkbox"/>	Más de 60 años	<input type="checkbox"/>
1. Género																			
Masculino	<input type="checkbox"/>																		
Femenino	<input type="checkbox"/>																		
2. Edad																			
18 – 25 años	<input type="checkbox"/>																		
26 – 30 años	<input type="checkbox"/>																		
31 – 45 años	<input type="checkbox"/>																		
46 – 60 años	<input type="checkbox"/>																		
Más de 60 años	<input type="checkbox"/>																		
	<table border="1" style="margin:auto;"> <tr><th colspan="2">3. Estado Civil</th></tr> <tr><td>Solter(a)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Casad(a)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Divorciad(a)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Viud(a)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Separad(a)</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	3. Estado Civil		Solter(a)	<input type="checkbox"/>	Casad(a)	<input type="checkbox"/>	Divorciad(a)	<input type="checkbox"/>	Viud(a)	<input type="checkbox"/>	Separad(a)	<input type="checkbox"/>						
3. Estado Civil																			
Solter(a)	<input type="checkbox"/>																		
Casad(a)	<input type="checkbox"/>																		
Divorciad(a)	<input type="checkbox"/>																		
Viud(a)	<input type="checkbox"/>																		
Separad(a)	<input type="checkbox"/>																		
	<table border="1" style="margin:auto;"> <tr><th colspan="2">4. Estudios</th></tr> <tr><td>Sin estudios</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Estudios primarios</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Estudios secundarios</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Estudios universitarios</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Estudios de cuarto nivel</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	4. Estudios		Sin estudios	<input type="checkbox"/>	Estudios primarios	<input type="checkbox"/>	Estudios secundarios	<input type="checkbox"/>	Estudios universitarios	<input type="checkbox"/>	Estudios de cuarto nivel	<input type="checkbox"/>						
4. Estudios																			
Sin estudios	<input type="checkbox"/>																		
Estudios primarios	<input type="checkbox"/>																		
Estudios secundarios	<input type="checkbox"/>																		
Estudios universitarios	<input type="checkbox"/>																		
Estudios de cuarto nivel	<input type="checkbox"/>																		
	<table border="1" style="margin:auto;"> <tr><th colspan="2">5. Ocupación principal</th></tr> <tr><td>Empleado</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Trabajador independiente</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Labores domésticas</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Estudiante</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Jubilado</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>No trabaja</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	5. Ocupación principal		Empleado	<input type="checkbox"/>	Trabajador independiente	<input type="checkbox"/>	Labores domésticas	<input type="checkbox"/>	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Jubilado	<input type="checkbox"/>	No trabaja	<input type="checkbox"/>				
5. Ocupación principal																			
Empleado	<input type="checkbox"/>																		
Trabajador independiente	<input type="checkbox"/>																		
Labores domésticas	<input type="checkbox"/>																		
Estudiante	<input type="checkbox"/>																		
Jubilado	<input type="checkbox"/>																		
No trabaja	<input type="checkbox"/>																		



	6. Renta familiar mensual		
	Menos de \$100		
	\$101 a \$300		
	\$301 a \$600		
	\$601 a \$900		
	Más de \$1000		
7. ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?			
	Mala		
	Regular		
	Buena		
	Muy buena		
8. ¿Considera usted importante la diversificación de oferta turística para promover nuevas actividades turísticas?			
	Si		
	No		
9. ¿Usted tiene conocimiento sobre la gastronomía tradicional y sus diferentes platillos en la parroquia José Luis Tamayo?			
	Si		
	No		
10. ¿Usted piensa que el consumo de gastronomía tradicional promueve la conservación y su sentido de pertenencia dentro de la parroquia José Luis Tamayo?			
	Si		
	No		
11. De las siguientes opciones. Los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo frente a la actividad turística tienen una actitud:			
	Agradable y amistosa		
	Con incertidumbre		
	Poco abiertos a la actividad turística		
12. ¿Cree usted que implementar la actividad turística de tipo gastronómica generaría oportunidades de beneficios económicos en la parroquia José Luis Tamayo?			
	Muy en desacuerdo		
	En desacuerdo		
	Indiferente		
	De acuerdo		
	Muy de acuerdo		
13. ¿Estaría de acuerdo con el diseño de un producto gastronómico tradicional para la parroquia José Luis Tamayo?			
	Si		
	No		

## Anexo 5: Formato encuesta para visitantes



**Modelo de encuesta para visitantes**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE**  
**SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**



Cuestionario N°	Fecha:																		
<b>PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS.</b>																			
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A POTENCIALES VISITANTES DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO</b>																			
<b>Presentación</b>																			
<p>Buenos días/tardes, Mi nombre es Dahiana Matfás Mejillón, estudiante de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, se está realizando una encuesta con el propósito de analizar la percepción de los visitantes ante el diseño de un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo.</p>																			
<p><b>Objetivo:</b> El objetivo de esta encuesta es recopilar información para estructurar un trabajo de investigación, referente al diseño de un producto turístico gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas.</p>																			
<p>Instrucciones: Su opinión la expresará marcando con una x escogiendo la alternativa según a su respuesta.</p>																			
<p>Preguntas:</p>																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">1. Género</th> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">Masculino</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>Femenino</td> <td></td> </tr> </table>	1. Género		Masculino		Femenino		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">3. Edad</th> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">18 – 25 años</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>26 – 30 años</td> <td></td> </tr> <tr> <td>31 – 45 años</td> <td></td> </tr> <tr> <td>46 – 60 años</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Más de 60 años</td> <td></td> </tr> </table>	3. Edad		18 – 25 años		26 – 30 años		31 – 45 años		46 – 60 años		Más de 60 años	
1. Género																			
Masculino																			
Femenino																			
3. Edad																			
18 – 25 años																			
26 – 30 años																			
31 – 45 años																			
46 – 60 años																			
Más de 60 años																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">2. Procedencia</th> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">Nacional</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>Internacional</td> <td></td> </tr> </table>	2. Procedencia		Nacional		Internacional		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">4. ¿Con quién suele viajar?</th> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">Solo</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>Pareja</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Familia</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Amigos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td></td> </tr> </table>	4. ¿Con quién suele viajar?		Solo		Pareja		Familia		Amigos		Otros	
2. Procedencia																			
Nacional																			
Internacional																			
4. ¿Con quién suele viajar?																			
Solo																			
Pareja																			
Familia																			
Amigos																			
Otros																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 50%;">5. Usted obtuvo información para viajar a través de:</th> <th style="width: 50%;">6. ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico?</th> </tr> <tr> <td>Internet - redes sociales</td> <td>Clima</td> </tr> <tr> <td>Televisión</td> <td>Gastronomía</td> </tr> <tr> <td>Familiares y Amigos</td> <td>Precios</td> </tr> <tr> <td>Radio</td> <td>Distancia</td> </tr> <tr> <td>Prensa escrita</td> <td>Actitud de comunidad receptora</td> </tr> </table>		5. Usted obtuvo información para viajar a través de:	6. ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico?	Internet - redes sociales	Clima	Televisión	Gastronomía	Familiares y Amigos	Precios	Radio	Distancia	Prensa escrita	Actitud de comunidad receptora						
5. Usted obtuvo información para viajar a través de:	6. ¿Cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse hacia un destino turístico?																		
Internet - redes sociales	Clima																		
Televisión	Gastronomía																		
Familiares y Amigos	Precios																		
Radio	Distancia																		
Prensa escrita	Actitud de comunidad receptora																		

7. De las siguientes opciones; ¿Qué aspectos valora usted de parte de la comunidad receptora que visita?	
Amabilidad	
Predisposición	
Comunicación	
8. ¿Con que frecuencia usted consumiría gastronomía tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?	
Nunca	
Anual	
Mensual	
Quincenal	
9. ¿Cuál es el factor que usted considera al momento de consumir gastronomía?	
Creatividad	
Cantidad	
Precio	
Limpieza	
10. ¿Está usted de acuerdo con el diseño de un producto gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo?	
Si	
No	
11. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por un producto gastronómico tradicional?	
De \$3 a \$5	
De \$5 a \$8	
De \$8 a \$12	
De \$12 a \$15	
12. ¿Considera usted que una experiencia turística que incluya gastronomía tradicional representa la identidad de un sitio?	
Muy en desacuerdo	
En desacuerdo	
Indiferente	
De acuerdo	
Muy de acuerdo	
13. ¿Estaría dispuesto a recomendar un producto gastronómico tradicional basándose en su experiencia?	
Si	
No	

**Anexo 6:** Formato de entrevista para habitantes sobre preparaciones tradicionales



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE**

**SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**



<b>Entrevista N°</b>	<b>Fecha:</b>
<b>Entrevistado:</b>	
<b>PRODUCTO GASTRONÓMICO TRADICIONAL EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN SALINAS.</b>	
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO</b>	
<b>Presentación</b>	
Buenos días/tardes, Mi nombre es Dahiana Matías Mejillón, estudiante de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, se está realizando una encuesta con el propósito de recabar información relevante acerca de la gastronomía tradicional aún conserva en la parroquia José Luis Tamayo.	
<b>Objetivo:</b> El objetivo de esta encuesta es recopilar información para estructurar un trabajo de investigación, referente al diseño de un producto turístico gastronómico tradicional en la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas.	
<b>Preguntas:</b>	
1. ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?	
_____	
2. ¿Considera usted importante el conocimiento en ingredientes y preparaciones dentro de una experiencia gastronómica tradicional?	
_____	
3. ¿Cómo percibe usted siendo parte de la comunidad receptora que se realice actividad turística gastronómica en la parroquia José Luis Tamayo?	
_____	
4. ¿Cómo considera que es la situación actual del turismo en la parroquia José Luis Tamayo?	
_____	
5. ¿Cuál es el platillo o preparación tradicional que aún conserva usted o su familia?	
_____	
6. ¿Cuáles son los ingredientes que utilizan?	
_____	
7. ¿Cuál es su preparación?	
_____	
8. ¿Cómo se ha mantenido esta tradicional preparación gastronómica?	
_____	

## **Anexo 7: Fundamento legal de trabajo de investigación**

### **Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo**

1. Mejorar las condiciones de vida de la población de forma integral, promoviendo el acceso equitativo a salud, vivienda y bienestar social.

Este objetivo se centra en garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso equitativo a servicios básicos como la salud y la vivienda, promoviendo el bienestar social en todas las comunidades.

2. Impulsar las capacidades de la ciudadanía con educación equitativa e inclusiva de calidad y promoviendo espacios de intercambio cultural.

Se busca fortalecer la educación inclusiva y equitativa para todos, fomentando el intercambio cultural y el desarrollo de capacidades que beneficien a la ciudadanía en su totalidad.

3. Garantizar la seguridad integral, la paz ciudadana y transformar el sistema de justicia respetando los derechos humanos.

Este objetivo busca asegurar la paz y la seguridad en la sociedad, reformando el sistema de justicia para que respete y promueva los derechos humanos.

4. Estimular el sistema económico y de finanzas públicas para dinamizar la inversión y las relaciones comerciales.

Se enfoca en crear un ambiente favorable para la inversión y el comercio, buscando estimular el crecimiento económico mediante políticas que mejoren la gestión financiera pública.

5. Fomentar de manera sustentable la producción mejorando los niveles de productividad.

Este objetivo promueve prácticas de producción sostenible que aumenten la productividad, apoyando el desarrollo económico sin comprometer los recursos naturales.

6. Incentivar la generación de empleo digno.

Busca promover la creación de empleos de calidad que respeten los derechos laborales y mejoren las condiciones de trabajo en todos los sectores.

7. Precautelar el uso responsable de los recursos naturales con un entorno ambientalmente sostenible.

Este objetivo enfatiza la importancia de manejar los recursos naturales de manera responsable, garantizando la sostenibilidad ambiental para las futuras generaciones.

8. Impulsar la conectividad como fuente de desarrollo y crecimiento económico y sostenible. Se centra en mejorar la infraestructura de transporte y telecomunicaciones para facilitar el acceso a mercados, apoyando así el crecimiento económico y la sostenibilidad en el país.

9. Propender la construcción de un Estado eficiente, transparente y orientado al bienestar social.

Este objetivo busca establecer un gobierno que sea eficaz y transparente, promoviendo la participación ciudadana en la toma de decisiones.

### **Objetivos de desarrollo sostenible**

A continuación, se muestran los objetivos de desarrollo sostenible relacionados a la presente investigación:

Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema para todas las personas en todo el mundo para 2030 es un objetivo fundamental de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

Objetivo 2. es crear un mundo libre de hambre para 2030. El problema global del hambre y la inseguridad alimentaria ha mostrado un aumento alarmante desde 2015, una tendencia exacerbada por una combinación de factores que incluyen la pandemia, los conflictos, el cambio climático y la profundización de las desigualdades.

Objetivo 8. pretende promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos. Diversas crisis amenazan gravemente la economía mundial. Se prevé que el crecimiento real del PIB mundial per cápita se desacelere en 2023. Las difíciles condiciones económicas empujan a más trabajadores al empleo informal.

Objetivo 11. pretende lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Las ciudades representan el futuro del modo

de vida global. La población mundial alcanzó los 8000 millones de personas en 2022, de las cuales más de la mitad viven en zonas urbanas.

Objetivo 12. pretende garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, algo fundamental para sostener los medios de subsistencia de las generaciones actuales y futuras.

Objetivo 13. El cambio climático afectará a todas las personas de todos los países de todos los continentes de alguna forma. Se avecina un cataclismo climático y no estamos preparados para las posibles consecuencias. El cambio climático se debe a las actividades humanas y amenaza la vida en la Tierra tal como la conocemos.

Con el aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero, el cambio climático evoluciona a un ritmo mucho más rápido de lo previsto. Sus efectos pueden ser devastadores y pueden provocar fenómenos meteorológicos extremos y cambiantes, así como la subida del nivel del mar.

Objetivo 17. pretende revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible. La Agenda 2030 es universal y exige la implicación de todos los países, tanto desarrollados como en desarrollo, para garantizar que nadie se quede atrás. También requiere la colaboración entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil.

### **Ley Orgánica de Cultura**

Art. 4.- De los principios. La Ley Orgánica de Cultura responderá a los siguientes principios: Integralidad y complementariedad del sector cultural. Implica la interrelación con educación, comunicación, ambiente, salud, inclusión social, ciencia, tecnología, turismo, agricultura, economía y producción, entre otros ámbitos y sistemas.

Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley:

f) Incentivar la descentralización y desconcentración de la institucionalidad del sector cultural y fortalecer su articulación con los sectores de educación, ciencia y tecnología, turismo, producción y otros que se relacionen con el ámbito de la cultura.

Art. 80.- Del reconocimiento de las manifestaciones culturales. Se reconocen como pertenecientes al patrimonio cultural nacional intangible o inmaterial, entre otras manifestaciones culturales, y siempre que sean compatibles con los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos y las disposiciones constitucionales, las siguientes:

c) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza: concepciones y manejo cultural de los ecosistemas, técnicas y tecnologías tradicionales para el manejo de recursos, producción artesanal, artística y gastronómica, todo elemento de la cultura que las comunidades, pueblos, nacionalidades y la sociedad en general reconocen como propias

**Ley de Turismo de la República del Ecuador en el siguiente artículo:**

Art 15: Promover y fomentar todo tipo de turismo y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios, incluyendo a comunidades”. Por esto se considera pertinente el diseño del producto turístico ya que este fomenta una tipología de turismo que incluye las actividades dentro de la comunidad, en este caso la parroquia José Luis Tamayo que mediante la oferta de su gastronomía generaría ingresos y mejoras en la calidad de vida de sus habitantes.

Por otro lado, se presenta un artículo de la Constitución de la república del Ecuador en el que también se fundamenta el proyecto:

Sección cuarta Art. 21: Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. Este artículo nos muestra que la población tiene derecho a difundir su cultura lo que incluye sus riquezas gastronómicas.



**Anexo 8: Entrevista – Sr. Wilson Reyes**



Fuente Dahiana Matías

**Anexo 9: Entrevista – Sra. Blanca Tigrero**



Fuente Dahiana Matías

**Anexo 10: Entrevista – Sr Félix De La Cruz**



Fuente Dahiana Matías

**Anexo 11: Entrevista – Sr. Hugo Cochea**



Fuente Dahiana Matías



**Anexo 12: Horno de Barrio y leña**



Fuente Dahiana Matías

**Anexo 13: Platillo Seco de Chivo al tamarindo**



Fuente Dahiana Matías

**Anexo 14:** Degustación de Seco de chivo al tamarindo



Fuente Dahiana Matías

**Anexo 15:** Visita de campo en parroquia José Luis Tamayo



Fuente Dahiana Matías