



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

RUTA DE HUECAS COMO POTENCIADOR DEL TURISMO CULINARIO EN  
EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2025.

**PROYECTO PARA TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADA EN TURISMO**

**AUTORA:**

Martin Muñoz Ana Cristina

**TUTOR**

Lcda. Tannia Karina Aguirre Suárez, Mgs.

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2025**

## APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA

En mi calidad de Profesora tutora del trabajo de titulación, "**Ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, 2025**" elaborado por la Srta. Ana Cristina Martin Muñoz, egresada de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, 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. Tannia Karina Aguirre Suárez, Mgs.  
**PROFESORA TUTORA**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

El presente trabajo de titulación denominado “**Ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, 2025**” constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Ana Cristina Martin Muñoz** con cédula de identidad **2450163205** 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.



---

**Ana Cristina Martin Muñoz**  
C.C. No.: 092823381-6

## AGRADECIMIENTO

*Expreso mi más profunda gratitud a mi tutora, Lcda. Tannia Karina Aguirre Suárez, Mgs., cuyo conocimiento, paciencia y dedicación iluminaron mi camino académico. A mi especialista, Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán, MSc., por cada observación, retroalimentación y palabra de aliento, que fueron pilares fundamentales en la culminación de este proyecto.*

*Agradezco a mis padres, cuyo amor incondicional y constante apoyo emocional fueron mi refugio en los momentos más desafiantes y en cada oportunidad de aprendizaje. A mis amigos, especialmente a Dayanna, Roxana, Cindy y Boris, quienes se convirtieron en cómplices académicos y amigos entrañables. Su colaboración en trabajos grupales, sus ideas innovadoras y su compañía en largas jornadas de estudio fueron invaluable. Igualmente, agradezco a los expertos que generosamente compartieron su tiempo y conocimientos durante las entrevistas, enriqueciendo significativamente esta investigación. Este logro no habría sido posible sin su apoyo.*


*Ana Cristina Martin Muñoz*

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo a mis padres, quienes han sido pilares en mi vida, cuyo sacrificio, amor incondicional y enseñanzas han sido la base de todo lo que soy y aspiro a ser. A mis hermanos, por ser parte de mi vida, por apoyarme siempre, compartir buenos momentos y animarme a seguir adelante. A mis amigos, que se mantuvieron a mi lado, compartiendo momentos, fracasos y aprendizajes. A mis maestros, quienes compartieron sus conocimientos y paciencia; cada consejo, crítica y palabra de aliento ha dejado una huella imborrable en mi camino.*

*Este logro no es solo mío, sino de todos aquellos que, de una forma u otra, han caminado conmigo en esta travesía.*

*Ana Cristina Martin Muñoz*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

Lcda. María F. Alejandro Lindao, Mgs.  
**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA**



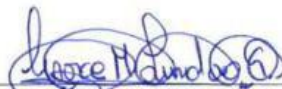
Lcda. Narcisa B. Vásquez Farfán, MSc.  
**PROFESORA ESPECIALISTA**



Lcda. Tannia K. Aguirre Suárez, Mgs.  
**PROFESORA TUTORA**



Lcda. Esther Del C. Mullo Romero, PhD.  
**PROFESORA GUIA DE LA UIC**



Secret. Ejecut. Grace M. Lindao Quimi.  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	3
AGRADECIMIENTOS .....	4
DEDICATORIA .....	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	7-8
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	10
ÍNDICE DE APÉNDICE .....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14-16
CAPÍTULO I.....	17
MARCO REFERENCIAL .....	17
1.1. Revisión de Literatura .....	17
1.2. Desarrollo de Teorías y Conceptos .....	18
1.2.1. Turismo cultural .....	18
1.2.2. Turismo gastronómico .....	19
1.2.3. Tendencias del turismo gastronómico.....	19
1.2.4. Rutas turísticas .....	20
1.2.5. Gastronomía .....	20
1.2.6. Oferta gastronómica .....	21
1.2.7. Huecas gastronómicas .....	21
1.2.8. Espacios turísticos.....	22

1.2.9. Promoción turística .....	22
1.2.10. Motivación del turista .....	23
1.2.11. Experiencia del visitante .....	23
1.2.12. Satisfacción del cliente.....	24
1.2.13. Gasto turístico .....	24
1.2.14. Impacto económico .....	24
1.2.15. Google Earth .....	25
1.3. Fundamentos Legales.....	25-26
CAPÍTULO II .....	27
METODOLOGÍA .....	27
Diseño de la investigación .....	27
Métodos de la investigación.....	27
Población.....	28
Muestra.....	28-29
Recolección y procesamiento de los datos.....	30
CAPÍTULO III.....	31
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	31
3.1. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO .....	31-58
3.2. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUALITATIVO .....	59
3.2.1. Análisis de las fichas de observación.....	59
3.2.2. Análisis de las entrevistas .....	59
3.3. Discusión.....	60
CONCLUSIONES DE PROPUESTA .....	71
RECOMENDACIONES DE PROPUESTA.....	72
CONCLUSIONES .....	73
RECOMENDACIONES .....	74
REFERENCIAS.....	75-81
APÉNDICES.....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Género</i> .....	31
Tabla 2. <i>Residencia</i> .....	32
Tabla 3. <i>Edad</i> .....	33
Tabla 4. <i>Plato favorito del cantón La Libertad</i> .....	34
Tabla 5. <i>Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad</i> .....	35
Tabla 6. <i>Elementos más importantes en las huecas</i> .....	36
Tabla 7. <i>Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad</i> .....	37
Tabla 8. <i>Probabilidad de recomendación de huecas</i> .....	38
Tabla 9. <i>Principales desafíos de las huecas</i> .....	39
Tabla 10. <i>Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica</i> .....	40
Tabla 11. <i>Medios de promoción para huecas</i> .....	41
Tabla 12. <i>Actividades adicionales en huecas</i> .....	42
Tabla 13. <i>Motivación de visita a huecas</i> .....	43
Tabla 14. <i>Valor dispuesto a pagar</i> .....	44
Tabla 15. <i>Género</i> .....	45
Tabla 16. <i>Residencia</i> .....	46
Tabla 17. <i>Edad</i> .....	47
Tabla 18. <i>Plato favorito del cantón La Libertad</i> .....	48
Tabla 19. <i>Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad</i> .....	49
Tabla 20. <i>Elementos más importantes en las huecas</i> .....	50
Tabla 21. <i>Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad</i> .....	51
Tabla 22. <i>Probabilidad de recomendación de huecas</i> .....	52
Tabla 23. <i>Principales desafíos de las huecas</i> .....	53
Tabla 24- <i>Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica</i> .....	54
Tabla 25. <i>Medios de promoción para huecas</i> .....	55
Tabla 26. <i>Actividades adicionales en huecas</i> .....	56
Tabla 27. <i>Motivación de visita a huecas</i> .....	57
Tabla 28. <i>Valor dispuesto a pagar</i> .....	58
Tabla 29. <i>Jerarquización de Estrategias para la implementación</i> .....	66
Tabla 30. <i>Cronograma de aplicación</i> .....	68
Tabla 31- <i>Presupuesto estimado</i> .....	69
Tabla 32. <i>Ficha de observación – El mejor bolón</i> .....	85
Tabla 33. <i>Ficha de observación - Encebollado El Rey</i> .....	86
Tabla 34. <i>Ficha de observación - El Banderazo</i> .....	87
Tabla 35. <i>Ficha de observación - Sabor y Caña</i> .....	88
Tabla 36. <i>Ficha de observación - Cevichería El Ñato</i> .....	89
Tabla 37. <i>Ficha de observación - Asadero La Esquina De Amparito</i> .....	90
Tabla 38. <i>Entrevista - El mejor bolon</i> .....	91
Tabla 39. <i>Entrevista - Encebollado El Rey</i> .....	92
Tabla 40. <i>Entrevista - El Banderazo</i> .....	93
Tabla 41. <i>Entrevista - Sabor y Caña</i> .....	94
Tabla 42. <i>Entrevista - Cebichería El Ñato</i> .....	95

Tabla 43. <i>Entrevista - La esquina de Amparito</i> .....	96
Tabla 44. <i>Entrevista - Experto 1</i> .....	97
Tabla 45. <i>Entrevista - Experto 2</i> .....	98
Tabla 46. <i>Entrevista - Experto 3</i> .....	99

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. <i>Género</i> .....	31
Gráfico 2. <i>Residencia</i> .....	32
Gráfico 3. <i>Edad</i> .....	33
Gráfico 4. <i>Plato favorito del cantón La Libertad</i> .....	34
Gráfico 5. <i>Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad</i> .....	35
Gráfico 6. <i>Elementos más importantes en las huecas</i> .....	36
Gráfico 7. <i>Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad</i> ....	37
Gráfico 8- <i>Probabilidad de recomendación de huecas</i> .....	38
Gráfico 9. <i>Principales desafíos de las huecas</i> .....	39
Gráfico 10. <i>Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica</i> ....	40
Gráfico 11. <i>Medios de promoción para huecas</i> .....	41
Gráfico 12. <i>Actividades adicionales en huecas</i> .....	42
Gráfico 13. <i>Motivación de visita a huecas</i> .....	43
Gráfico 14. <i>Valor dispuesto a pagar</i> .....	44
Gráfico 15. <i>Género</i> .....	45
Gráfico 16. <i>Residencia</i> .....	46
Gráfico 17. <i>Edad</i> .....	47
Gráfico 18. <i>Plato favorito del cantón La Libertad</i> .....	48
Gráfico 19. <i>Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad</i> .....	49
Gráfico 20. <i>Elementos más importantes en las huecas</i> .....	50
Gráfico 21. <i>Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad</i> ..	51
Gráfico 22. <i>Probabilidad de recomendación de huecas</i> .....	52
Gráfico 23. <i>Principales desafíos de las huecas</i> .....	53
Gráfico 24- <i>Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica</i> ...	54
Gráfico 25. <i>Medios de promoción para huecas</i> .....	55
Gráfico 26. <i>Actividades adicionales en huecas</i> .....	56
Gráfico 27. <i>Motivación de visita a huecas</i> .....	57
Gráfico 28. <i>Valor dispuesto a pagar</i> .....	58
Gráfico 29- <i>Diseño de ruta huecas del cantón La Libertad</i> .....	62
Gráfico 30. <i>Infografía propuesta</i> .....	70

## ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1: <i>Formato de encuesta</i> .....	82
Apéndice 2: <i>Formato de ficha de observación a huecas</i> .....	83
Apéndice 3: <i>Formato entrevista a propietarios</i> .....	84
Apéndice 4: <i>Formato entrevista a expertos</i> .....	84
Apéndice 5: <i>Ficha de observación aplicada a huecas</i> .....	85
Apéndice 6: <i>Ficha de observación aplicada a huecas</i> .....	91
Apéndice 7: <i>Entrevista aplicadas a expertos</i> .....	97
Apéndice 8: <i>Evidencia de aplicación de entrevista</i> .....	100
Apéndice.9 <i>Entrevista a propietarios de huecas</i> .....	100
Apéndice.10 <i>Entrevista a propietarios de huecas</i> .....	100
Apéndice.11 <i>Entrevista a propietarios de huecas</i> .....	100
Apéndice.12 <i>Entrevista a expertos</i> .....	101
Apéndice 13: <i>Evidencia creación de ruta en Google Earth</i> .....	101
Elaborado por: Martin Muñoz Ana Cristina .....	101
Apéndice.14 <i>Creación ruta de huecas en Google Earth</i> .....	101
Apéndice 16: <i>Matriz de consistencia</i> .....	102



## **RUTA DE HUECAS COMO POTENCIADOR DEL TURISMO CULINARIO EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2025.**

**AUTOR:**

MARTIN MUÑOZ ANA CRISTINA

**TUTOR:**

LCDA. AGUIRRE SUÁREZ TANNIA KARINA, Mgs.

### **RESUMEN**

El presente trabajo tiene como finalidad crear una ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, para abordar la falta de promoción y reconocimiento de las huecas gastronómicas. Las huecas son establecimientos gastronómicos que ofrecen platos típicos y gozan de reconocimiento local, lo que limita su potencial turístico. El objetivo de la investigación es diseñar una ruta de huecas gastronómicas para atraer visitantes locales y turistas. Se utilizó una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos, que incluyó revisiones bibliográficas, encuestas a turistas y residentes, fichas de observación, entrevistas a propietarios de huecas y expertos en gastronomía. Los resultados indican un alto interés en realizar actividades que incluyan una ruta de huecas, así como en implementar estrategias de promoción efectivas. De este modo, el diseño de una ruta de huecas contribuirá significativamente al desarrollo del turismo culinario en el Cantón La Libertad, fortaleciendo la identidad cultural y generando beneficios económicos para la localidad.

**Palabras clave:** Turismo, Ruta, Huecas, Gastronomía, Turismo culinario, Cultura.



**ROUTE OF HUECAS AS AN ENHANCER OF CULINARY TOURISM IN  
THE CANTON OF LA LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, 2025.**

**AUTHOR:**

MARTIN MUÑOZ ANA CRISTINA

**ADVISOR:**

LCDA. AGUIRRE SUÁREZ TANNIA KARINA Mgs.

**ABSTRACT**

The present study aims to create a route of huecas as an enhancer of culinary tourism in the canton of La Libertad, Province of Santa Elena, to confront the lack of promotion and recognition of the gastronomic huecas. The huecas are those gastronomic establishments that offer typical dishes and have a recognition by the locality, which limits its tourism potential. The objective of the research is to design a gastronomic huecas, in order to attract local visitor and tourists. The research used a mixed methodology, combining qualitative and quantitative approaches, which included bibliographic reviews with hueca owners and gastronomy experts. The results indicate that there is a high level of interest in carrying out activities that include a route og huecas, as well as implementing effective promotional strategies. In this way, the design of a hueca route will contribute significantly to the development of culinary tourism in the canton of La Libertad, strengthening the cultural identity and economic benefits for the locality.

**Keywords:** Tourism, Route, hollows, gastronomy, culinary tourism, culture.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo experimenta un gran crecimiento, lo que permite que se adapte a nuevas tendencias y demandas, facilitando la emergencia de diversas tipologías turísticas. Entre ellas, el turismo gastronómico destaca como una de las de mayor expansión a nivel mundial. Sin embargo, enfrenta desafíos como la falta de promoción, recursos limitados en infraestructura y la necesidad de mejorar la calidad de los servicios, lo que limita el potencial de los destinos para atraer y retener a turistas interesados en experiencias culinarias.

El turismo gastronómico es uno de los sectores turísticos más nuevos y de rápido crecimiento. Según informes, el 53% de los viajeros mundiales considera la comida un factor primordial al elegir un destino (ONU Turismo, 2022). No obstante, muchos destinos carecen de estrategias efectivas de promoción y marketing. La competencia global para atraer turistas gastronómicos es feroz, y los destinos que no se diferencian ni comunican su posicionamiento en el mercado se quedan atrás. Además, en muchos países en desarrollo, la falta de infraestructura adecuada y servicios de calidad frena el desarrollo del turismo gastronómico. Por ello, la calidad y accesibilidad de la infraestructura vial, el transporte público, la seguridad, las instalaciones de saneamiento e higiene, y los servicios de información son factores críticos.

Ecuador considera el turismo un sector estratégico para el desarrollo económico. Sin embargo, enfrenta desafíos en la promoción y desarrollo de la industria del turismo gastronómico. A pesar de la gran diversidad culinaria del país, las experiencias tradicionales en algunos destinos son limitadas. Como resultado, Ecuador no aprovecha plenamente su potencial para atraer y retener turistas gastronómicos, debido a brechas en la formación y capacitación de los actores de la industria, desde chefs hasta guías turísticos y empresarios locales. Muchas regiones, especialmente rurales, presentan problemas de accesibilidad y conectividad, lo que dificulta el desarrollo de rutas turísticas. A nivel regional, el problema se manifiesta

de la siguiente manera: la principal modalidad de turismo en la Provincia de Santa Elena es el turismo de sol y playa; sin embargo, su integración con los recursos gastronómicos de la región es casi inexistente. Esta dependencia genera una alta estacionalidad en la actividad turística.

Por ello, en ausencia de alternativas como rutas adecuadamente reguladas durante el resto del año, la región no puede competir en la afluencia de visitantes. A pesar de la rica tradición y variedad de su cocina, la gastronomía no se ha promocionado adecuadamente como un producto diferenciado. En concreto, la Provincia de Santa Elena no cuenta con un reconocimiento basado en el turismo gastronómico ni ha destacado para competir en el mercado. Aunque las instalaciones carecen de infraestructura adecuada para soportar un flujo sostenible de clientes, el Cantón La Libertad se destaca por su comercio. Sin embargo, los establecimientos de alimentos y bebidas no son un motivo suficiente para atraer turistas, lo que afecta a la comunidad local. Además, el Cantón La Libertad enfrenta desafíos específicos en la creación de ideas innovadoras para atraer turistas, como rutas turísticas. Según el GAD Municipal de La Libertad, el cantón no cuenta con un registro ordenado y actualizado de las huecas, lo que representa una deficiencia de información que bloquea las oportunidades para planificar y crear una ruta oficial representativa.

En esta investigación se determinaron las siguientes problemáticas: ¿Cómo puede la implementación de una ruta de huecas potenciar el turismo culinario en el Cantón La Libertad? ¿Cómo identificar los elementos distintivos de la gastronomía local y su atractivo para los turistas? ¿Cómo diseñar una ruta de huecas utilizando la herramienta Google Earth para promover el turismo culinario en el Cantón La Libertad? El objetivo general del estudio es diseñar una ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el Cantón La Libertad, permitiendo el reconocimiento de las huecas locales. Se establecieron los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar las huecas del Cantón La Libertad con potencial para ser incorporadas en la ruta turística.
2. Analizar los elementos distintivos de la gastronomía local y su atractivo para los turistas.

3. Diseñar una ruta de huecas utilizando la herramienta Google Earth para promover el turismo culinario en el Cantón La Libertad, facilitando la interacción y accesibilidad.

Este proyecto aportará conocimiento teórico sobre el turismo culinario y el patrimonio cultural gastronómico del Cantón La Libertad. Según estudios actuales, una ruta de huecas como potenciador culinario en el cantón sería relevante, ya que proporcionaría un marco conceptual y metodológico para futuros estudios e iniciativas innovadoras en el sitio de estudio. Las huecas gastronómicas representan un gran potencial para el patrimonio cultural de una localidad, ya que estos establecimientos de alimentos y bebidas, orientados a familias, ofrecen platos típicos preparados con ingredientes locales, reflejando la identidad del destino. La creación de una ruta de huecas promoverá el turismo gastronómico y cultural, contribuyendo significativamente al desarrollo de la economía local, al generar ingresos que mantendrán vigentes estos negocios y mejorarán el estilo de vida de la comunidad. Así, la ruta fortalecerá la oferta turística de la Provincia de Santa Elena, atrayendo turistas interesados en experiencias únicas que respeten y valoren la cultura local.

La investigación está estructurada en tres capítulos enfocados en proponer una ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el Cantón La Libertad. En el **Capítulo 1** se presenta el marco referencial, incluyendo una revisión de la literatura sobre turismo gastronómico, huecas y rutas culinarias, así como los principales conceptos y teorías relevantes. En el **Capítulo 2** se detalla la metodología, que utiliza un enfoque mixto con un diseño no experimental y de corte transversal, incluyendo encuestas a residentes y turistas, entrevistas a propietarios de huecas y expertos, y observaciones directas. El análisis combina métodos cualitativos y cuantitativos para identificar las huecas con mayor potencial turístico y diseñar una ruta gastronómica utilizando Google Earth. Finalmente, el **Capítulo 3** presenta el análisis de los datos obtenidos, la discusión y la propuesta, incluyendo una interpretación detallada de los resultados, el impacto en el turismo culinario en el Cantón La Libertad, y las conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1. Revisión de Literatura

Esta investigación se centra en la creación de una ruta de huecas gastronómicas para promover el turismo gastronómico, fortalecer la identidad cultural y contribuir al desarrollo económico del Cantón La Libertad.

El turismo gastronómico es aquel en el que el turista experimenta actividades gastronómicas del lugar visitado, degustando conocimientos culinarios autóctonos y/o creativos, incluyendo visitas a productores locales y asistencia a festivales gastronómicos (ONU Turismo, 2022). Por lo tanto, el turismo gastronómico puede ser uno de los más importantes para atraer turistas a estos lugares. En términos de diversidad étnica y número de grupos étnicos, se interpreta que existen múltiples destinos para el turismo gastronómico que abarcan no solo los logros y especialidades regionales, sino también todos los aspectos de apoyo a las actividades de servicio de alimentos. Esto permite a los turistas obtener no solo una experiencia de sabor, sino también fortalecer la interacción entre los actores involucrados en la actividad (Resmi, I. C., Dhewanto, W., & Dellyana, D., 2023).

Ecuador se ha fusionado con las tradiciones, pero aún no ha aprovechado al máximo la autenticidad original de sus platos. Los especialistas en cocina han utilizado nuevos ingredientes para innovar en sabores únicos, lo que resalta la importancia de analizar la creatividad culinaria y la innovación en la cocina del país (Suárez, 2023). En el caso del Cantón Riobamba, se ha determinado que no se han realizado suficientes estudios sobre el tema propuesto, y ninguno cubre completamente las estrategias de marketing turístico necesarias para la promoción de las huecas gastronómicas donde se comercializan productos típicos y la gastronomía local, siendo la identidad de marca corporativa un factor relevante (González, G.; Pérez, J., 2020).

## **1.2. Desarrollo de Teorías y Conceptos**

La investigación se centra en conceptos clave como turismo gastronómico, gastronomía, producto turístico, ruta turística y huecas. El turismo gastronómico se define como una actividad vinculada con la comida y actividades afines, mientras que una ruta turística es un itinerario continuo que conecta áreas específicas. Las huecas gastronómicas son unidades de venta de alimentos que ofrecen platillos típicos de una región a precios asequibles, reconocidas por los residentes como lugares tradicionales que reflejan la identidad de un lugar.

### **Variable dependiente: Ruta de huecas**

Según Suárez et al. (2020), las huecas son pequeños negocios con gran afluencia de clientes que ofrecen platos típicos locales, cada uno con elementos distintivos como precio, calidad, presentación, sabor, ambiente y cantidad. En esta investigación, basándose en los resultados de las encuestas, se determinaron como platos representativos el encebollado, el ceviche, los bolones, el arroz con menestra acompañado de chuleta, pollo o carne asada, y el banderazo.

Hall (2000) define la creación de una ruta turística como un itinerario en un área seleccionada, en este caso, el Cantón La Libertad, que muestra diferentes lugares, como las huecas gastronómicas, ofreciendo platos típicos distintivos y auténticos.

### **Variable independiente: Turismo culinario**

La gastronomía es un elemento cultural que distingue a una localidad, donde factores como los ingredientes utilizados y la tradición de cada plato típico son fundamentales (Suárez et al., 2020).

#### **1.2.1. Turismo cultural**

Según ONU Turismo (2022), el turismo cultural implica que el viajero esté dispuesto a “aprender, descubrir, disfrutar y consumir los productos materiales e inmateriales de un destino turístico”. Las huecas tradicionales no solo ofrecen comida,

sino una experiencia cultural vinculada a las tradiciones de la comunidad. Los productos culturales incluyen artes, arquitectura, patrimonio histórico y cultural, gastronomía, literatura, música, industrias creativas y culturas vivas. En términos amplios, la cultura es un estilo de vida y un sistema de valores, creencias y tradiciones.

Sin embargo, José (2022) señala que el turismo cultural o etnoturismo puede crear nuevas oportunidades laborales para la población local, pero su relación con el desarrollo puede tener efectos mixtos. Los establecimientos gastronómicos generan empleo y preservan tradiciones locales, aunque la infraestructura necesaria (carreteras, hoteles, electricidad) puede tener consecuencias negativas al dañar o destruir el patrimonio cultural que se busca preservar.

### **1.2.2. Turismo gastronómico**

De acuerdo con Campos & Castillo (2024; citado en Vásquez et al., 2025), el turismo gastronómico, aunque tiene un gran potencial, enfrenta dificultades como la falta de planificación y cooperación con otros sectores y entidades públicas. Por lo tanto, las rutas turísticas deben planificarse cuidadosamente para evitar desorden organizativo que afecte la autenticidad o sostenibilidad de las huecas gastronómicas.

Herrera et al. (2024) destacan que el turismo gastronómico está vinculado con la identidad cultural de un lugar, donde los visitantes buscan experiencias auténticas que reflejen la historia y tradiciones de los destinos visitados. Las huecas, al conservar técnicas y tradiciones en la preparación de platillos, se convierten en pilares fundamentales para la localidad.

### **1.2.3. Tendencias del turismo gastronómico**

Según la Universidad Internacional de Ecuador (2021), el turismo gastronómico se caracteriza por la búsqueda de experiencias auténticas donde el turista no solo consume el plato típico, sino que conoce su historia y proceso de elaboración. Esta tendencia es crucial para la investigación, ya que las huecas gastronómicas representan lugares donde los turistas pueden degustar la gastronomía tradicional local.

Actualmente, los turistas valoran los productos de origen y las preparaciones que combinan tradición e innovación. Las huecas podrían potenciar su atractivo mediante la historia detrás de cada receta e innovando en la presentación o servicio, sin perder la esencia cultural. Esto permite comprender las costumbres de una localidad. COMPDEST (2025) detalla que los turistas buscan destinos que ofrezcan experiencias culinarias de calidad, identificando tendencias relevantes para los próximos años: conexión con la naturaleza y la tierra, experiencias culinarias participativas, destinos especializados en alimentos orgánicos, rutas gastronómicas, innovación culinaria y turismo responsable.

#### **1.2.4. Rutas turísticas**

Pesántez (2020) considera que una ruta turística es un itinerario continuo definido geográficamente, conectado a un área específica con objetos originales y caracterizados a varios niveles de configuración. Se distinguen como estructuras lineales de acceso que organizan los paseos. Desde la perspectiva de esta investigación, una ruta de huecas solicitará una estructura espacial que enlace cada establecimiento de manera accesible y atractiva para los turistas.

Pesántez (2020) también destaca que una ruta necesita una planificación efectiva que garantice accesibilidad y experiencias auténticas. La ruta de huecas debe planificarse estratégicamente, seleccionando huecas que cumplan con estos requerimientos, evitando desorden o pérdida de valor cultural.

#### **1.2.5. Gastronomía**

Según ONU Turismo (2022), la gastronomía es un arte culinario que va más allá de cocinar; es la expresión del patrimonio cultural, la tradición y el sentido de comunidad de cada pueblo, fomentando el entendimiento intercultural y la unión de las personas con sus identidades.

En el marco de la campaña “#ViajaMañana” de ONU Turismo, chefs de todo el mundo muestran cómo preparar platos característicos locales en casa, enseñando recetas sencillas mientras planean el próximo viaje para degustar en su esplendor el

lugar de origen. Esta investigación busca destacar las huecas gastronómicas, atrayendo turistas interesados en experiencias auténticas más allá de disfrutar un plato típico.

Taheri & Gannon (2021) determinan que el turismo gastronómico es impulsado por el patrimonio culinario tradicional, nuevo o inusual, lo que influye en las decisiones de los destinos turísticos. Las huecas, al ofrecer platos típicos e innovar en su presentación, potencian su atractivo.

### **1.2.6. Oferta gastronómica**

Burbano (2017) define la oferta gastronómica como las posibilidades en el mercado en un momento determinado para consumir comidas y bebidas, incluyendo locales donde se puede degustar alimentos, ya sea en el establecimiento o fuera de él, a un precio determinado.

Carrasco (2017) destaca que la oferta gastronómica está compuesta por el sector de alimentos y bebidas, desde restaurantes hasta diversos puntos que ofrecen comida a residentes. En esta investigación, las huecas gastronómicas, al dedicarse a la venta de platos típicos locales, se distinguen como un atractivo turístico.

### **1.2.7. Huecas gastronómicas**

Lescano (2020) considera que las huecas son unidades de venta de alimentos que ofrecen platos típicos de la región a precios bajos, reconocidas por los residentes como lugares tradicionales con un impacto en la comunidad. Este argumento es fundamental para la investigación, ya que las huecas, al ofrecer platos típicos a precios accesibles, han ganado reconocimiento local por su experiencia y autenticidad. La integración de una ruta turística preservará la cultura y será un atractivo para turistas interesados en la gastronomía.

Kovalenko (2023) analiza la correlación entre las experiencias de platos típicos y la conducta de la población, destacando que estos platos son un factor clave en la atracción de turistas y la distinción de un destino. Las huecas ofrecen experiencias únicas e inolvidables.

Mejía et al. (2017) aportan datos sobre el perfil de los consumidores de huecas en Guayaquil, donde la mayoría, de entre 20 y 39 años, prefiere la gastronomía tradicional como el encebollado, el ceviche y el arroz con menestra. Estos datos ayudarán a diseñar estrategias de promoción para brindar una experiencia cultural a los turistas.

### **1.2.8. Espacios turísticos**

Boullón (2006) considera que el espacio turístico es un territorio que satisface las necesidades de los turistas, compuesto por atractivos, infraestructura y servicios. En esta investigación, se identificaron los espacios de la localidad para evaluar accesibilidad, infraestructura, seguridad, ubicación y atractivos turísticos. La ruta de huecas se considera un elemento cultural, tomando en cuenta accesibilidad, seguridad, infraestructura y calidad.

Mendoza (2022) determina que el espacio turístico resulta de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos, que son la materia prima del turismo, junto con la infraestructura turística.

### **1.2.9. Promoción turística**

Dávila-Maldonado et al. (2021) consideran la promoción turística como un conjunto integrado de acciones e instrumentos destinados a estimular el desplazamiento turístico, posicionar destinos y mejorar la operación económica de la industria. La falta de promoción de las huecas limita su impacto económico, lo que aplica directamente a este caso, ya que sus ingresos dependen mayormente de clientes locales. La creación de una ruta de huecas mediante Google Earth potenciará estos establecimientos reconocidos localmente.

Vásquez et al. (2025) se enfocan en estrategias como el uso de redes sociales para crear eventos temáticos y articular con actores sociales una estrategia que resalte la identidad cultural y la gastronomía de una región. Estas acciones diversifican la oferta turística y atraen visitantes mediante experiencias culinarias. La ruta de huecas

destacada en Google Earth visualizará la ubicación de cada establecimiento, resaltando su autenticidad, variedad y accesibilidad.

#### **1.2.10. Motivación del turista**

Según Crompton (1979, citado en Moreno & Barragán, 2020), la motivación del turista es el conjunto de necesidades internas y externas que incentivan a una persona a viajar por intereses personales, culturales, descanso, formación o aventura. En esta investigación, se identifica la motivación de los turistas hacia las huecas gastronómicas, ya sea por sabor auténtico, accesibilidad, calidad o experiencia.

Pereira & Gosling (2017) consideran que la motivación impulsa a una persona a actuar, generando un deseo de viajar basado en necesidades, intereses o deseos personales. En este caso, la ruta de huecas satisface las necesidades de turistas y residentes, promoviendo el consumo de platos típicos locales.

#### **1.2.11. Experiencia del visitante**

Fuentes et al. (2015) definen la experiencia del visitante como un proceso subjetivo, emocional y multidimensional que abarca las fases previas, durante y posteriores al destino, considerando autenticidad, participación y espacios. En esta investigación, las huecas ofrecen una experiencia gastronómica donde el sabor se entrelaza con la historia de los ingredientes y su preparación.

Pine & Gilmore (1998, citado en Fuentes et al., 2015) consideran la experiencia como una forma de aprender nuevas recetas, sentirse parte de la comunidad y disfrutar de presentaciones auténticas. La ruta de huecas permitirá a los turistas conocer más sobre la localidad, degustar nuevos sabores y adquirir conocimientos sobre los platos típicos.

### **1.2.12. Satisfacción del cliente**

Kotler & Armstrong (2017, citado en Sagbay-Llivichuzhca et al., 2021) determinan que la satisfacción del cliente es un elemento esencial, definido como el nivel de conformidad que experimenta un consumidor al comparar el rendimiento de un producto o servicio turístico con sus expectativas previas. La satisfacción está influenciada por factores como atención al cliente, calidad del producto, precio, ambiente y experiencias. Franco et al. (2015) consideran la satisfacción como una evaluación que realiza el turista al comparar sus expectativas con la experiencia obtenida durante el consumo de la oferta gastronómica. En esta investigación, las encuestas a turistas y residentes determinaron que los elementos clave al consumir en una hueca son sabor, servicio, precio y cantidad, lo que permitió seleccionar huecas que cumplan con estos factores.

### **1.2.13. Gasto turístico**

Según ONU Turismo (2020), el gasto turístico abarca los recursos económicos desembolsados por los turistas durante su viaje, incluyendo transporte, alojamiento, alimentación, actividades recreativas, compras locales y otros servicios relacionados con la estancia. El Banco Central del Ecuador (2025) detalla que el turismo genera un ingreso anual de 1,788.6 millones de dólares. Oliveira (2007) define el gasto turístico como el desembolso económico realizado por los visitantes en alimentación, bebidas, servicios de restauración y actividades relacionadas con la experiencia. La ruta de huecas generará gastos desde el desplazamiento a los establecimientos hasta el consumo de los platos.

### **1.2.14. Impacto económico**

Las huecas gastronómicas generan un gran impacto económico en las comunidades. Coelho (2025) destaca que atraen visitantes e impulsan la economía local mediante la creación de empleos y el apoyo a agricultores y artesanos (p. 5). Guerrero et al. (2023) determinan que el impacto económico incluye aspectos directos e indirectos de la actividad turística, como generación de empleo, ingresos, inversión

en infraestructura y dinamización de sectores relacionados. La ruta de huecas generará empleos, promoverá la compra de insumos locales, mejorará la infraestructura y reconocerá las huecas de la localidad.

### **1.2.15. Google Earth**

El Observatorio de Tecnología Educativa (2023) define Google Earth como una plataforma de información geográfica que permite la visualización tridimensional del territorio terrestre, facilitando la creación y documentación de rutas turísticas mediante funcionalidades interactivas. Google Earth permite viajar por el planeta, descubrir lugares y crear rutas enriquecidas con textos, imágenes o videos. En esta investigación, se marcaron los puntos de seis huecas en el Cantón La Libertad. Castro (2020) considera el turismo disruptivo como una tendencia que combina tecnología para el desarrollo de rutas turísticas. Google Earth cumple esta función al crear una ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el Cantón La Libertad.

### **1.3. Fundamentos Legales**

La investigación se fundamenta en los siguientes artículos de la **Constitución de la República del Ecuador**, la **Ley de Turismo**, el **Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)**, la **Ley Orgánica de Cultura**, las **Normativas Sanitarias para Establecimientos de Alimentos**, el **Plan Nacional de Turismo 2030** y las **Ordenanzas Municipales del Cantón La Libertad**.

- **Constitución de la República del Ecuador (2008):**
  - **Art. 3.7:** Establece la protección de patrimonios naturales y culturales, impulsando proyectos turísticos sostenibles que integren estos elementos sin afectar el entorno.
  - **Art. 14:** Reconoce el derecho a un ambiente sano, exigiendo sostenibilidad, prácticas ecológicas y el buen vivir.

- **Art. 21-23:** Garantizan la cooperación de las comunidades en la gestión turística, preservando su identidad y beneficiándose económicamente de sus tradiciones.
- **Ley de Turismo:**
  - **Art. 3:** Promueve la generación de empleos y la participación de gobiernos provinciales y cantonales para impulsar el desarrollo turístico, mejorando la infraestructura y los servicios públicos básicos.
  - **Art. 4:** Establece el uso correcto de recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos.
  - **Art. 5:** Considera actividades turísticas aquellas realizadas por personas naturales o jurídicas que presten servicios de alojamiento, transporte, actividades turísticas, y alimentos y bebidas.
- **Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021:** Busca garantizar derechos a largo plazo, afirmando la interculturalidad y plurinacionalidad para revalorizar identidades, promoviendo productividad y competitividad para un crecimiento económico sustentable y equitativo.
- **Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria:**
  - **Art. 30:** Incentiva el consumo nacional mediante convenios para abastecer programas de protección alimentaria y campañas que promuevan el consumo de productos locales.
- **Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD):**
  - **Art. 54:** Destaca que los GAD municipales promueven el desarrollo sostenible a nivel cantonal, implementando la participación de los habitantes, ejecutando planes de desarrollo y ordenamiento territorial, prestando servicios públicos y fomentando la economía local.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **Diseño de la investigación**

En referencia el diseño de esta investigación, se utilizó un enfoque mixto ya que se utilizan tanto métodos cualitativos como cuantitativos esto logró una comprensión integral de las huecas gastronómicas en el cantón la libertad de manera que, se pudo extraer la información completa de las mismas, el alcance de la investigación fue descriptiva y exploratoria, ya que se enfocó en determinar las características de una situación actual y así mismo proponer una mejora con respecto a las huecas en el cantón la libertad, además, se determinó la percepción de turistas y residentes sobre las huecas.

El diseño de la investigación se dirigió a un enfoque no experimental transversal, lo que implicó que los datos se recopilaron en un solo momento en el tiempo sin manipular ninguna variable independiente, este enfoque fue adecuado para detallar lo que sucede en un contexto real.

#### **Métodos de la investigación**

Se aplicó un método descriptivo y exploratorio para especificar las propiedades y características de las huecas gastronómicas, proporcionando una visión detallada y ordenada de la realidad observada. Además, se utilizó el método histórico-lógico para determinar el desarrollo histórico de las tendencias culinarias y su evolución en la industria del turismo gastronómico, mediante fuentes secundarias como libros, artículos y trabajos de grado que investigaron la historia de las huecas y su impacto cultural.

Para el análisis de datos, se empleó el método inductivo, basado en observaciones obtenidas durante la recolección de datos, permitiendo identificar patrones y tendencias emergentes en las percepciones y experiencias de residentes y turistas. También se utilizó el método deductivo, partiendo de principios generales establecidos en la literatura sobre turismo culinario.

### **Población**

La investigación utilizó varias técnicas de recolección de datos, incluyendo encuestas dirigidas a habitantes y turistas del Cantón La Libertad, para obtener información detallada que beneficie el estudio y la propuesta basada en huecas gastronómicas. Estas técnicas incluyeron encuestas, entrevistas y fichas de observación. Las muestras para las encuestas se detallan a continuación:

Residentes locales: Incluye a los habitantes del Cantón La Libertad que interactúan regularmente con las huecas y conocen la gastronomía tradicional. Según el Censo de Población de 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población es de aproximadamente 112,247 habitantes, cifra utilizada para definir la muestra (INEC, 2022).

Turistas: Compuesto por visitantes nacionales e internacionales que se desplazan al Cantón La Libertad, representando clientes potenciales de las huecas. Se tomaron como referencia los datos del Boletín No. 1 del Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, correspondiente al período del 28 de febrero al 4 de marzo de 2025. Según este boletín, la Provincia de Santa Elena recibió aproximadamente 330,000 visitantes durante el feriado, de los cuales se estima que el 5% visitó el Cantón La Libertad, equivalente a unos 16,500 turistas.

### **Muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra de ambos grupos, se empleó un enfoque metodológico que garantiza la representatividad de los datos obtenidos, considerando el tiempo de estudio y recursos posibles dentro del mismo. Se detallan entonces los procesos de resolución de fórmulas.

Dado que la población de habitantes del cantón La Libertad es considerablemente grande se optó por un muestreo probabilístico para poblaciones

grandes, se utiliza una fórmula para determinar una muestra con un nivel de confianza del 95% y además un 5% para el margen de error.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Donde:

- n: Tamaño de la muestra
- Z: Valor correspondiente al nivel de confianza del 95% (1.96)
- p: Proporción estimada de la población con la característica de interés (se asume p=0.5 para máxima variabilidad)
- q: Proporción complementaria (q=1-p=0.5)
- E: Margen de error (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416^2 * (0,25)}{0.0025}$$

$$n = 384,16$$

Por lo tanto, se determinó un tamaño de muestra de aproximadamente 384 habitantes. Así mismo para la muestra correspondiente a turistas, se considera la población finita estimada de 16,500 turistas que visitaron el cantón La Libertad durante el feriado de Carnaval de 2025 según el Boletín del Observatorio Turístico de la UPSE (Observatorio Turístico Sostenible UPSE, 2025). Se aplicó la fórmula para poblaciones finitas.

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población (16,500)

Z: Valor correspondiente al nivel de confianza del 95% (Z=1.96)

P: Proporción estimada de la población con la característica de interés (p=0.5)

q: Proporción complementaria (q=0.5)

E: Margen de error (E=0.05)

$$n = \frac{16500 * (1.96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (16500 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{16,500 * 0,9604}{41,2475 + 0,9604}$$

$$n = 375$$

Por lo tanto, se establece que, el tamaño de muestra será de 375 turistas o visitantes.

De este modo se pretende aplicar dichas encuestas en puntos turísticos clave del cantón La Libertad, además de en las propias huecas gastronómicas durante períodos de alta afluencia, como feriados y fines de semana para lograr recolectar la información en el tiempo adecuado.

### **Recolección y procesamiento de los datos**

Se emplearon diversas técnicas e instrumentos de recolección de datos para obtener una comprensión profunda de las huecas gastronómicas en el Cantón La Libertad, incluyendo entrevistas semiestructuradas, encuestas y observación directa. A continuación, se describen estas técnicas, sus objetivos, destinatarios y composición:

- Entrevistas semiestructuradas: Su objetivo fue obtener información detallada sobre las experiencias y percepciones de los propietarios de las huecas. Contaron con preguntas abiertas para permitir que los entrevistados expresaran libremente sus opiniones y experiencias, centrándose en la historia de las huecas, los platos característicos y su importancia en la gastronomía local.
- Observación directa: Se llevó a cabo en varias huecas del Cantón La Libertad, registrando la ubicación, el entorno y la interacción entre clientes y propietarios. Esto permitió documentar las características físicas y la experiencia general de las huecas.
- Procesamiento de datos: Los datos obtenidos se procesaron utilizando la herramienta Excel con fórmulas automatizadas. Los datos cuantitativos se ordenaron y analizaron estadísticamente, mientras que los datos cualitativos se analizaron mediante la identificación de temas y opiniones similares, buscando patrones en las respuestas de las entrevistas.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

En este apartado se presentan los resultados analizados a partir de las encuestas realizadas a habitantes y turistas del Cantón La Libertad.

##### Pregunta 1: Género

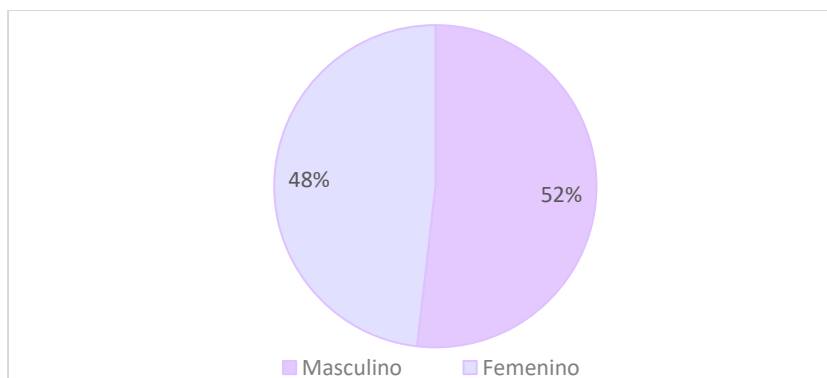
**Tabla 1.** *Género*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Masculino</b>	199	51,8%
<b>Femenino</b>	185	48,2%
<b>TOTAL</b>	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 1.** *Género*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

##### Análisis e interpretación

Los resultados reflejan que, en relación con el género de los habitantes encuestados, hay una distribución equilibrada: 51.8% masculino y 48.2% femenino. Este balance es favorable para analizar la percepción del turismo gastronómico, ya que diversos estudios muestran que hombres y mujeres tienen preferencias y motivaciones distintas. Esta distribución equilibrada es crucial, ya que las diferencias de género influyen en la percepción y valoración de las experiencias gastronómicas turísticas.

## Pregunta 2: Residencia

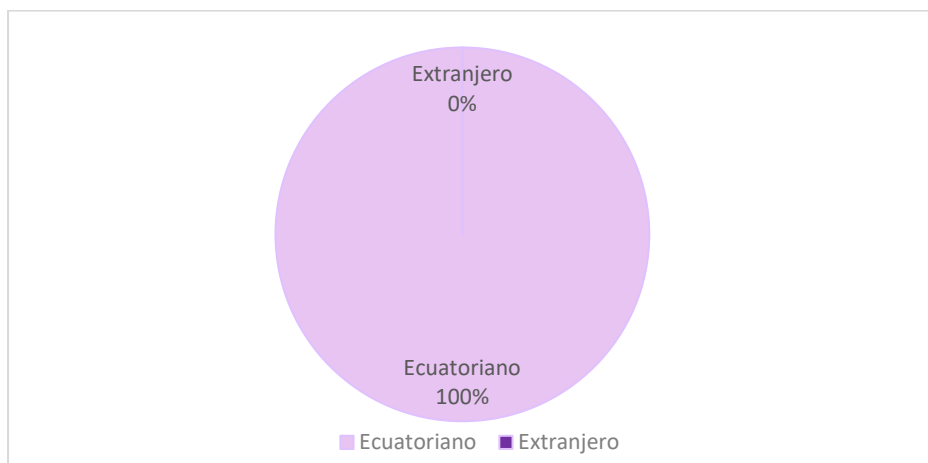
**Tabla 2. Residencia**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Ecuatoriano</b>	384	100,00%
<b>Extranjero</b>	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 2. Residencia**



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

Estos resultados de la segunda pregunta sobre la residencia de los encuestados, reflejan información que podría haber sido predecible, ya que como en este caso la muestra corresponde a habitantes, se debía obtener un 100% de encuestados que viven en el cantón de estudio. Esto en cuanto a la nacionalidad resulta favorable para obtener información valiosa sobre la perspectiva local con la idea de una nueva forma de hacer turismo de tipo gastronómico, ya que los habitantes son los que conocen de mejor manera los platillos y son los principales comensales. La participación de habitantes resulta fundamental en la ejecución de productos turísticos gastronómicos estos actúan como protectores del patrimonio culinario local y su percepción determina la realidad de lo que oferta.

### Pregunta 3: Edad

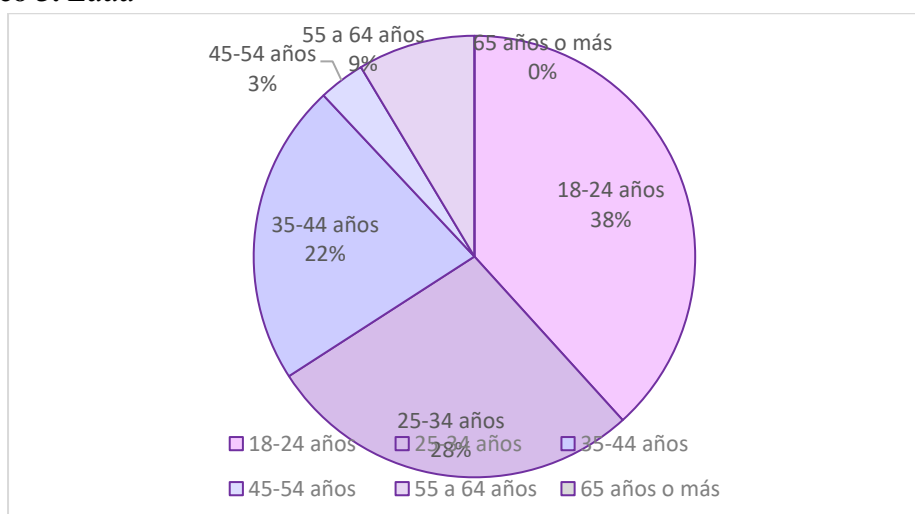
**Tabla 3. Edad**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
18-24 años	147	38,3%
25-34 años	106	27,6%
35-44 años	85	22,1%
45-54 años	13	3,4%
55 a 64 años	33	8,6%
65 años o más	0	0,0%
TOTAL	384	100,0%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 3. Edad**



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

El análisis de la pregunta que corresponde a la edad, muestra que predominaron los participantes que se encuentran en el rango de 18-24 años de edad con un porcentaje de 38,3%, seguido por un 27,6% que corresponde al rango de 25-34%, Este resultado es importante para el estudio ya que se muestra que, la población económica activa y con mayores índices de propensión hacia el consumo en establecimientos del cantón.

#### Pregunta 4: ¿Cuál es su plato favorito del cantón La Libertad?

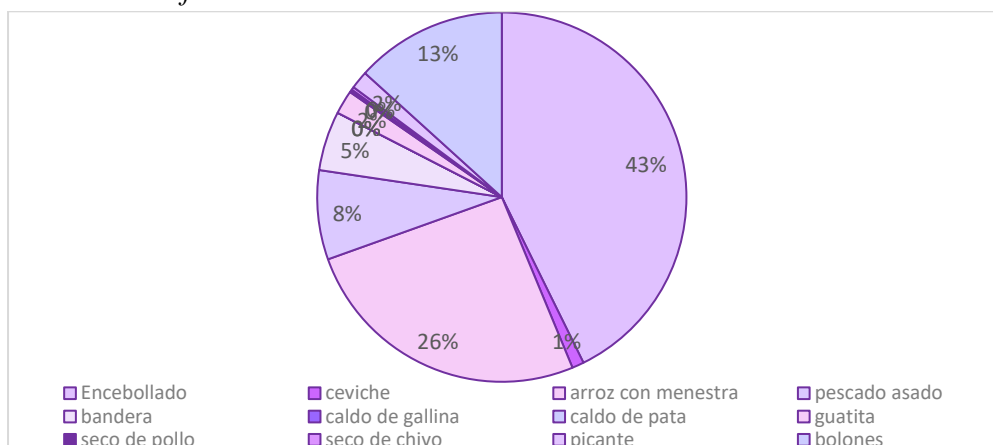
**Tabla 4.** Plato favorito del cantón La Libertad

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Encebollado	164	42,7%
Ceviche	4	1,0%
Arroz con menestra	99	25,8%
Pescado asado	30	7,8%
Bandera	20	5,2%
Caldo de gallina	0	0,0%
Caldo de pata	0	0,0%
Guatita	8	2,1%
Seco de pollo	1	0,3%
Seco de chivo	1	0,3%
Picante	6	1,6%
Bolones	51	13,3%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 4.** Plato favorito del cantón La Libertad



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

#### Análisis e interpretación

Los resultados sobre el platillo favorito del cantón, se obtuvo un 42,7%, mayoría bastante marcada al encebollado, en segundo lugar, con un 25,8% el arroz con menestra, luego un 13,3% que corresponde a bolones, estos resultados conforman el 80%. Luego se encuentra el pescado asado y la bandera. Esta organización de los datos resulta útil al planificar el recorrido de los restaurantes típicos, dado que reconocer los platos más representativos es clave para crear rutas culinarias exitosas; los alimentos más populares de la zona actúan como principal gancho y establecen la personalidad gastronómica del lugar.

**Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia visita huecas en el cantón La Libertad?**

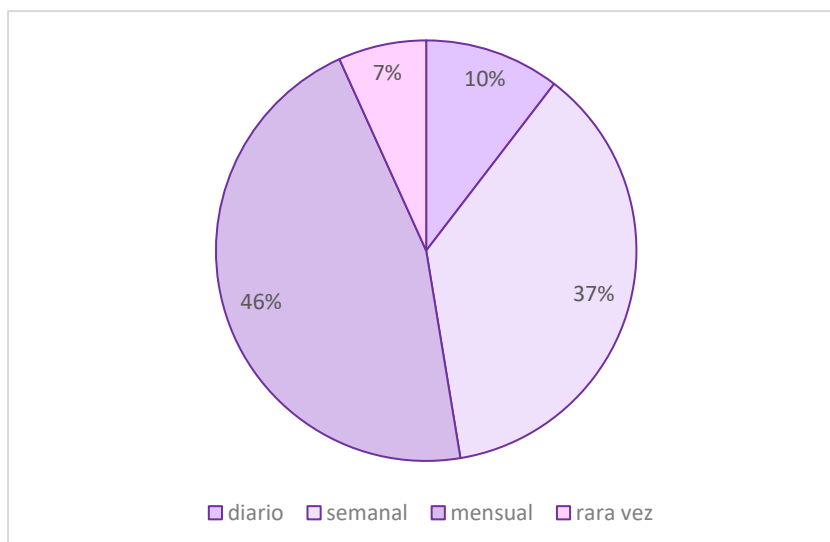
**Tabla 5.** Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Diario	40	10,4%
Semanal	142	37,0%
Mensual	176	45,8%
Rara vez	26	6,8%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 5.** Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta el análisis de frecuencia en la que los habitantes visitan y consumen en las huecas del cantón La Libertad, expone un comportamiento regular en donde el 45,8% acude mensualmente a estos establecimientos, seguido de un porcentaje correspondiente al 37% de habitantes que visitan las huecas de manera semanal. Estos resultados son altamente favorables para el estudio y luego para la propuesta ya que, se evidencia una cultura de consumo bastante frecuente. El hecho de que la gente suele ir seguido a los restaurantes de la zona es una buena señal para que una ruta gastronómica funcione.

**Pregunta 6: ¿Qué elementos considera más importantes en una hueca?**

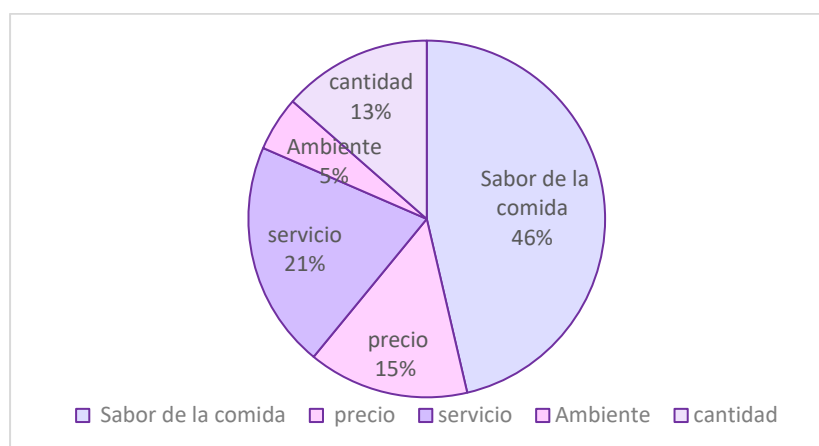
**Tabla 6.** Elementos más importantes en las huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Sabor de la comida	178	46,4%
Precio	56	14,6%
Servicio	79	20,6%
Ambiente	19	4,9%
Cantidad	52	13,5%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 6.** Elementos más importantes en las huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

Los resultados de esta pregunta que corresponde a los elementos más importantes en una hueca, evidencia que, los habitantes valoran en su gran mayoría al sabor de la comida con un 46,4%, seguido de un 20,6% que corresponde al servicio que ofrecen dentro de las huecas, luego consideran al precio y a la cantidad de comida. Estos resultados evidencian de manera clara que una iniciativa que se enmarque en los elementos más importantes de las huecas puede llegar a ser exitosa sin descuidar aspectos menos valorados. El que el gusto sea lo más importante para los visitantes va de la mano con lo que se encuentra dentro del establecimiento, destaca que, al viajar por comida, lo que más llama la atención es lo auténtico y lo bien que sabe todo.

**Pregunta 7: ¿Qué tan satisfecho está con la oferta gastronómica de las huecas en el cantón La Libertad?**

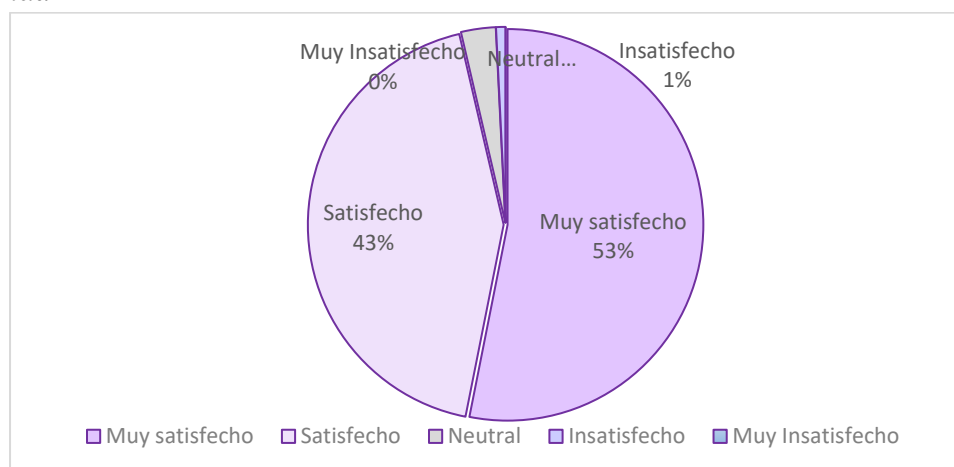
**Tabla 7.** Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	204	53,1%
Satisfecho	166	43,2%
Neutral	11	2,9%
Insatisfecho	3	0,8%
Muy Insatisfecho	0	0,0%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 7.** Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

Los resultados de esta pregunta sobre la satisfacción en las huecas del cantón La Libertad refleja como resultado que, un 53,1% considera que se encuentra muy satisfecho, un 43,2% están satisfechos con lo que consumen y el servicio en general de las huecas, la satisfacción encontrada en la encuesta representa una ventaja para impulsar la ruta culinaria que se pretende proponer publicidad y aceptación de nuevas ideas turísticas y gastronómicas, pues se apoya en fidelidad de otros clientes.

**Pregunta 8: ¿Qué tan probable es que recomiende las huecas de La Libertad a un turista?**

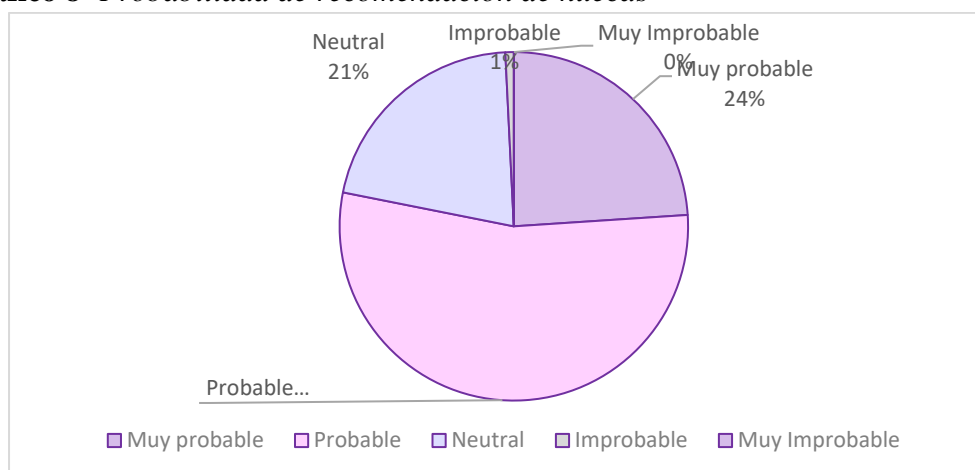
**Tabla 8.** Probabilidad de recomendación de huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	92	24,0%
Probable	208	54,2%
Neutral	81	21,1%
Improbable	3	0,8%
Muy Improbable	0	0,0%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 8-** Probabilidad de recomendación de huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

Con respecto a esta pregunta sobre la probabilidad de recomendar una hueca refleja en sus resultados que, un 24% considera muy probable realizar dicha recomendación, un 54,2% percibe que sería probable que esto suceda. Estos resultados más predominantes evidencian que, existe una gran posibilidad de que al implementar la propuesta que pretende reflejar este proyecto exista una alta predisposición de los habitantes en recomendar la ruta siempre y cuando se mantengan los niveles de satisfacción, que podría aprovecharse en la posible implementación de la propuesta.

**Pregunta 9: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las huecas en el cantón La Libertad?**

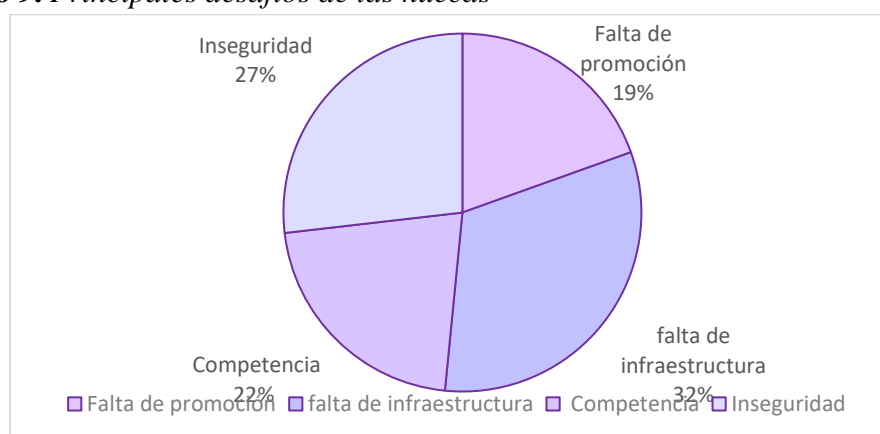
**Tabla 9.** Principales desafíos de las huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Falta de promoción	75	19,53%
Falta de infraestructura	123	32,03%
Competencia	83	21,61%
Inseguridad	103	26,82%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 9.** Principales desafíos de las huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

La pregunta sobre los principales desafíos que enfrentan las huecas ubicadas en el cantón La Libertad evidencian que, la falta de infraestructura junto a la inseguridad son los mayores desafíos los cuales constituyen un porcentaje de 58,85%, el cual es bastante importante y en cuyos aspectos se detecta la mayor cantidad de problemas que podrían presentar al momento de que un habitante consuma, lo que indica que, aquellas iniciativas como el caso de rutas turísticas de tipo culinario deberán manejarse y priorizar estos aspectos. Las carencias en la infraestructura y la inseguridad representan obstáculos importantes para que el turismo gastronómico crezca de forma sostenible, por lo que se necesitan acciones conjuntas tanto del gobierno como de las empresas.

**Pregunta 10: ¿Considera que una ruta de huecas mejoraría la experiencia gastronómica en el cantón La Libertad?**

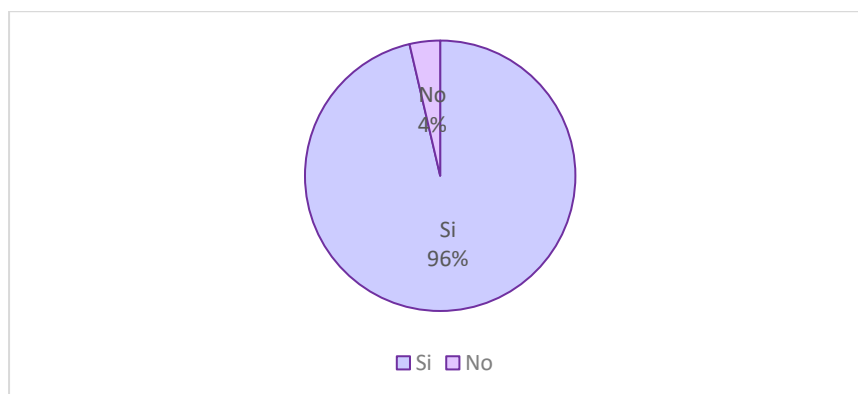
**Tabla 10.** *Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	96,35%
No	14	3,65%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 10.** *Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### **Análisis e interpretación**

Los resultados de esta pregunta sobre la percepción del habitante en la mejora de la experiencia gastronómica con ayuda de una ruta de huecas muestran que, un 96,35% de los encuestados expresa apoyo a la idea de llevar a cabo esta iniciativa, de manera contraria. El resultado positivo da a entender que la idea se encuentra bien encaminada, y lo que corresponde al resultado negativo que aunque refleja una minoría puede considerarse que se debe a la incertidumbre de iniciativas de nivel turístico. Esta sólida confirmación se alinea con lo expuesto, los itinerarios gastronómicos organizados impulsan el realce del legado culinario autóctono y amplían las alternativas turísticas en lugares que normalmente no lo son.

**Pregunta 11: ¿Qué medios de promoción considera más efectivos para dar a conocer las huecas?**

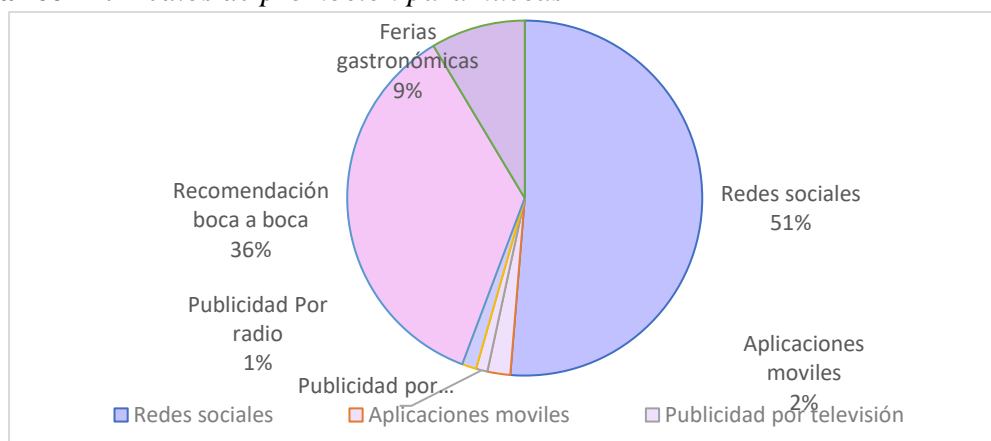
**Tabla 11.** Medios de promoción para huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	197	51,3%
Aplicaciones móviles	8	2,1%
Publicidad por televisión	4	1,0%
Publicidad Por radio	5	1,3%
Recomendación boca a boca	137	35,7%
Ferias gastronómicas	33	8,6%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 11.** Medios de promoción para huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

En cuanto a esta pregunta referente a los medios de promoción de las huecas, se aprecia que, existe una gran preferencia por obtención de promoción e información en redes sociales con un 51,3%, seguido por las recomendaciones boca a boca con un 35,7% lo que presupone que, un habitante acudiría a consumir cuando otro se lo recomienda. Estos datos dan a entender que, debido a que actualmente el mundo se muestra a través de la tecnología se debe priorizar el uso de redes sociales. Según estos datos, se reafirma la línea observada del marketing digital, sobre todo en plataformas sociales, junto con las tácticas clásicas de marketing.

**Pregunta 12: ¿Qué tipo de actividades adicionales le gustaría encontrar en una ruta de huecas?**

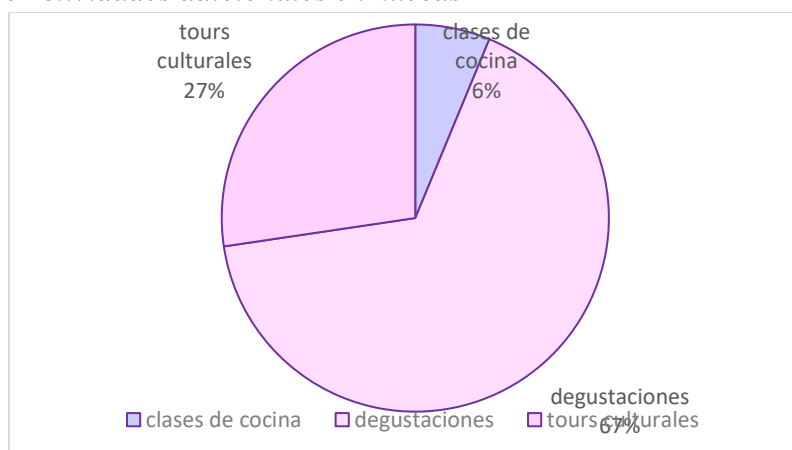
**Tabla 12.** *Actividades adicionales en huecas*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Clases de cocina	24	6,3%
Degustaciones	255	66,4%
Tours culturales	105	27,3%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 12.** *Actividades adicionales en huecas*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

Los resultados de esta pregunta con respecto a la preferencia de los habitantes en diferentes actividades que pueden realizarse de manera adicional en las huecas del cantón, muestran que, las degustaciones son las que tienen mayor acogida con un 66,45, seguido de un 27,3% que corresponde a tours culturales. Esto puede dar a entender que, una ruta de tipo gastronómica debe brindar la experiencia de degustación para que pueda tener mayor acogida, esto podría complementarse con los aspectos culturales que representen diversidades locales que muestren la cultura local.

### Pregunta 13: ¿Qué motiva su visita a las huecas?

**Tabla 13.** Motivación de visita a huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación	190	49,48%
Curiosidad	35	9,11%
Experiencia	94	24,48%
Publicidad	45	11,72%
Ambiente	20	5,21%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 13.** Motivación de visita a huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

En cuanto a esta pregunta sobre motivaciones para que el habitante visite huecas en el cantón La Libertad, se revela que, la recomendación de otros es la opción y motivación que la gran mayoría de habitantes describe como su principal razón por la cual visita las huecas con un porcentaje de 49,48%, seguido por la búsqueda de experiencia con un 24,48%. Todo esto hace que se comprenda que, el marketing boca a boca aun posee un gran índice de motivación para que una persona visite un establecimiento como las huecas del cantón La Libertad. Por lo tanto, la confianza en las sugerencias de conocidos sigue siendo clave al elegir, incluso más que las campañas de marketing online, sobre todo al referirnos a lugares muy arraigados en la zona.

**Pregunta 14: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato?**

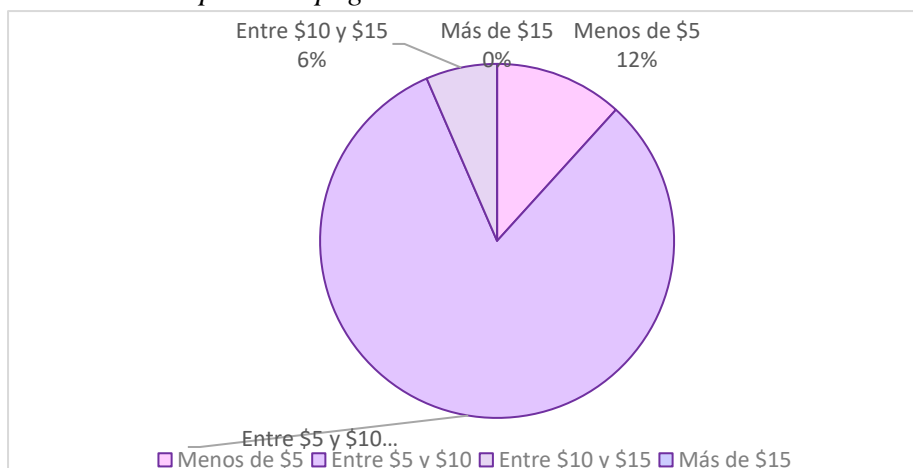
**Tabla 14.** Valor dispuesto a pagar

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$5	45	11,7%
Entre \$5 y \$10	314	81,8%
Entre \$10 y \$15	25	6,5%
Más de \$15	0	0,0%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente:** Habitantes del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 14.** Valor dispuesto a pagar



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

Esta pregunta sobre la disposición que tienen los habitantes para pagar por un plato en las huecas del cantón, obtiene resultados que reflejan que, existe una mayor concentración en que están dispuestos a pagar entre \$5 y \$10 con un porcentaje de 81,8%, mientras que una gran minoría de 11,7% prefiere pagar menos de \$5. Esto revela una variedad de costos manejados por la gente del cantón. De manera que, el equilibrio de precios resulta esencial al idear alternativas turísticas de comida que generen beneficios; esto facilita que los residentes puedan acceder a las mismas, mientras se garantiza que los comercios logren los ingresos requeridos.

A continuación se muestran los resultados que se obtuvieron en las encuestas con respecto a la percepción de los turistas del cantón La Libertad.

### Pregunta 1: Género

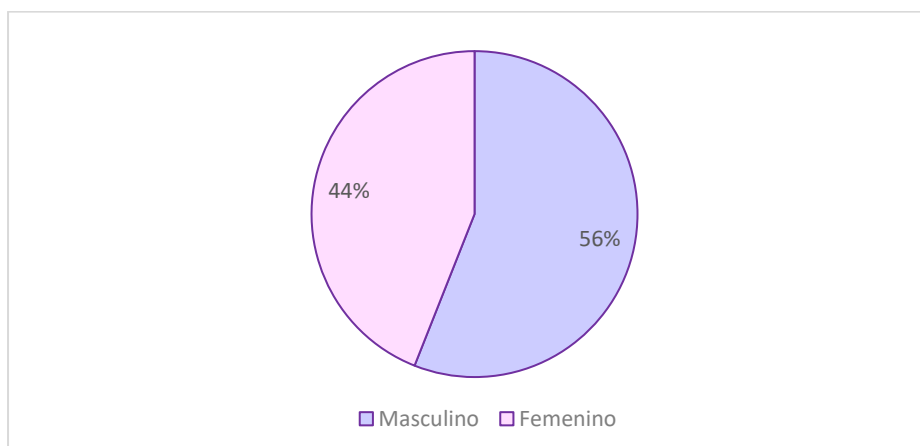
**Tabla 15. Género**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	210	56,0%
Femenino	165	44,0%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 15. Género**



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

Los datos recabados muestran que, en La Libertad, un 56% de los turistas encuestados son hombres, mientras que el 44% son mujeres. Esta proporción muestra un buen equilibrio, lo que permite obtener una visión más completa e igualitaria a lo con respecto a los resultados, capturando las ideas y opiniones particulares de ambos géneros. No obstante, contar con un grupo de estudio que refleje un equilibrio entre hombres y mujeres contribuye a que los resultados sean más fiables al crear productos turísticos innovadores

## Pregunta 2: Residencia

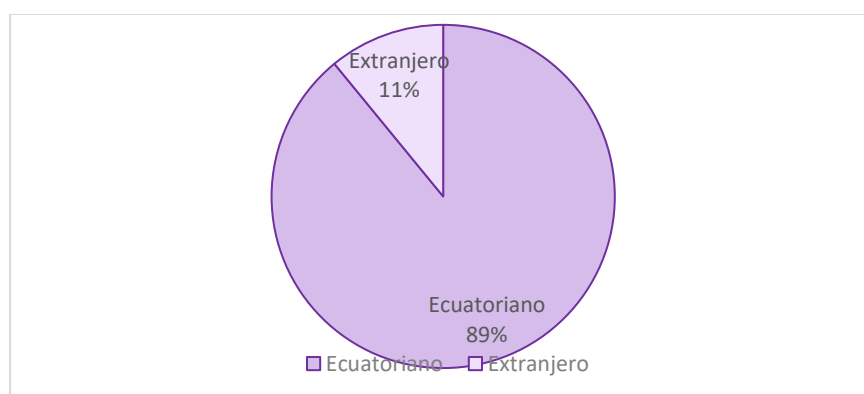
**Tabla 16.** *Residencia*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriano	334	89,07%
Extranjero	41	10,93%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 16.** *Residencia*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

La pregunta que refleja el lugar de residencia de los turistas encuestados en el cantón La Libertad muestra una inclinación hacia turistas nacionales con una gran mayoría de 89,07%, mientras con una minoría los turistas de origen internacional con un 10,93%, esto indica que el cantón es visitado mayormente por turistas nacionales por lo cual el desarrollo de una propuesta con iniciativa de ruta de huecas deberá priorizar las requerimientos y percepciones del turistas nacional, sin embargo no se descarta motivar la visita de turistas internacionales. De manera que, el turismo interno es clave deberían poner el acento en la singularidad y la riqueza cultural de la gastronomía.

### Pregunta 3: Edad

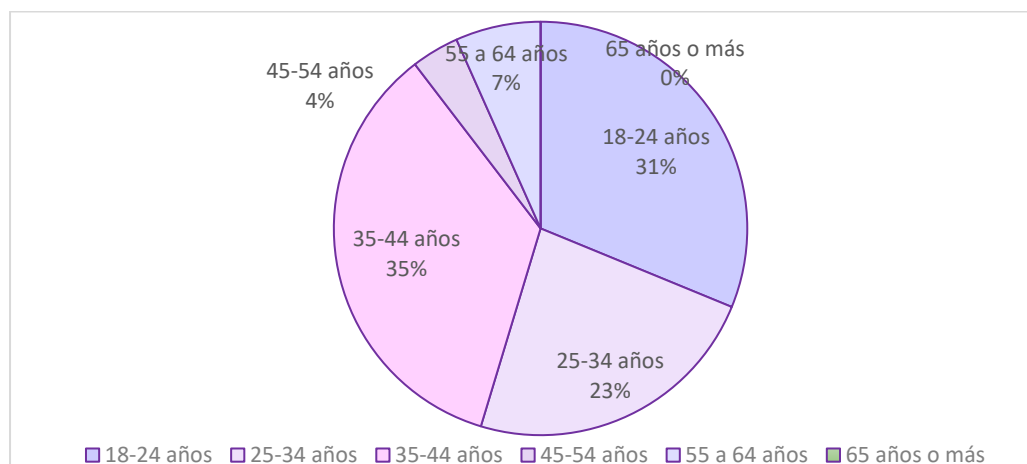
**Tabla 17. Edad**

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
18-24 años	117	31,2%
25-34 años	88	23,5%
35-44 años	131	34,9%
45-54 años	14	3,7%
55 a 64 años	25	6,7%
65 años o más	0	0,0%
TOTAL	375	100,0%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 17. Edad**



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

En esta pregunta se reflejan datos y resultados sobre la edad de los turistas encuestados en el cantón, de lo cual se obtuvo un mayor porcentaje entre los rangos de 35 a 44 años además de 18 a 24 años que corresponde a un 66,1% lo cual representa un valor significativo. Estos resultados, muestran que el turismo en La Libertad atrae mayormente a turistas entre adultos jóvenes y de mediana edad lo que también muestra que, las diferentes iniciativas e ideas referente al turismo en el cantón podrían dirigirse hacia este segmento que se puede considerar como un público mayormente activo por los rangos de edad. Además, esta concentración en segmentos jóvenes y de mediana edad representa una oportunidad para el desarrollo de rutas gastronómicas, ya que estos grupos valoran experiencias culinarias auténticas.

#### Pregunta 4: ¿Cuál es su plato favorito del cantón La Libertad?

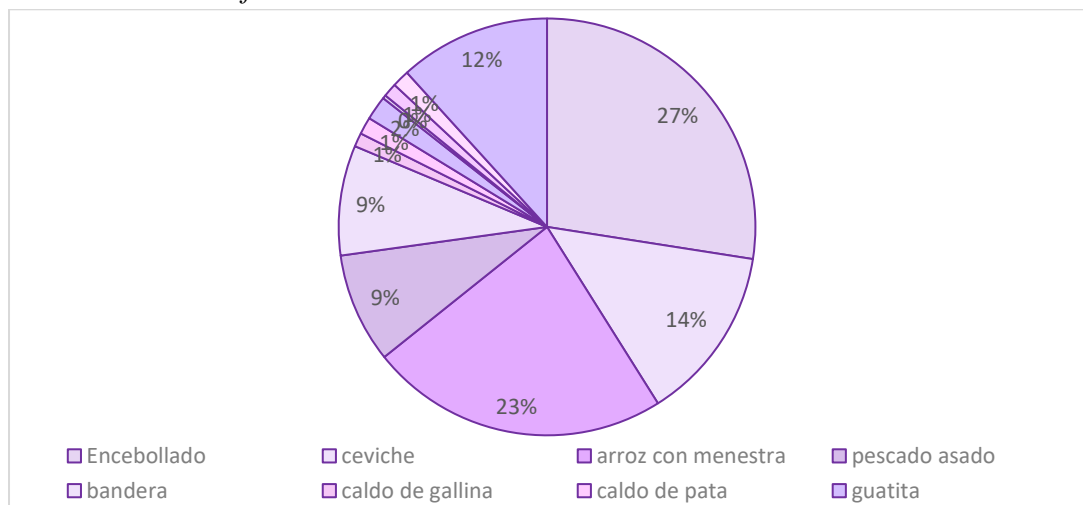
**Tabla 18.** Plato favorito del cantón La Libertad

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Encebollado	103	27,5%
Ceviche	51	13,6%
Arroz con menestra	87	23,2%
Pescado asado	32	8,5%
Bandera	32	8,5%
Caldo de gallina	4	1,1%
Caldo de pata	5	1,3%
Guatita	7	1,9%
Seco de pollo	1	0,3%
Seco de chivo	4	1,1%
Picante	5	1,3%
Bolones	44	11,7%
TOTAL	375	100%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 18.** Plato favorito del cantón La Libertad



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

#### Análisis e interpretación

Con respecto a esta pregunta, pueden reflejarse que los resultados arrojan que, el encebollado lidera los porcentajes con un 27,5% seguido del arroz con menestra, y ceviche, para continuar con los bolones, la bandera y pescado asado. Estos datos obtenidos hacen que se comprenda que, una ruta gastronómica debería implementarse con los platos con mayores porcentajes. A fin de identificar los platos preferidos por los visitantes permite estructurar rutas gastronómicas que respondan efectivamente a las expectativas culinarias de los turistas.

**Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia visita huecas en el cantón La Libertad?**

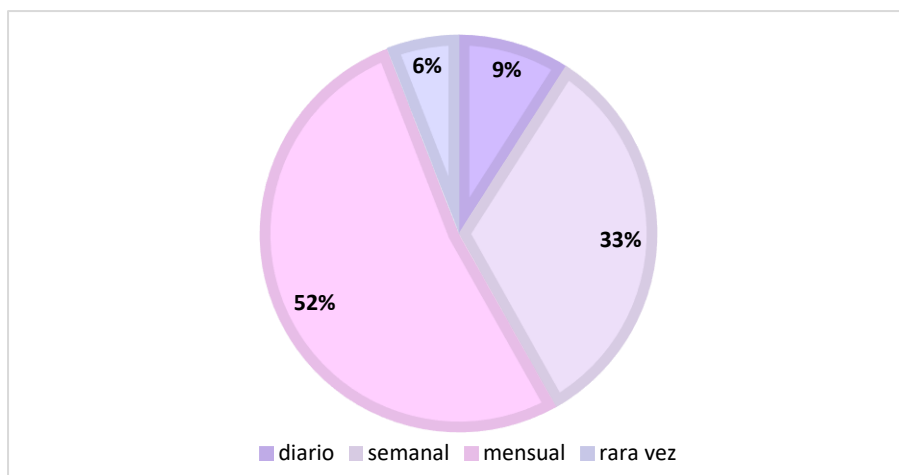
**Tabla 19.** *Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Diario	34	9,1%
Semanal	123	32,8%
Mensual	196	52,3%
Rara vez	22	5,9%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 19.** *Frecuencia de visita de huecas en el cantón La Libertad*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta referente a la frecuencia con la que los turistas visitan las huecas del cantón La Libertad, se evidencia que, en su mayoría, las visitan de manera mensual con un porcentaje correspondiente al 52,3%, luego un 32,8% las visita semanalmente. Estos resultados indican que existe un patrón de visitas definido de manera mensual, regular, aunque no cotidiano, esta información es valiosa debido a que posiblemente se necesite de ideas innovadoras o nuevas maneras de realizar turismo en el cantón, como el caso de una ruta de huecas que podrían generar más visitas a las mismas con mayor frecuencia.

**Pregunta 6: ¿Qué elementos considera más importantes en una hueca?**

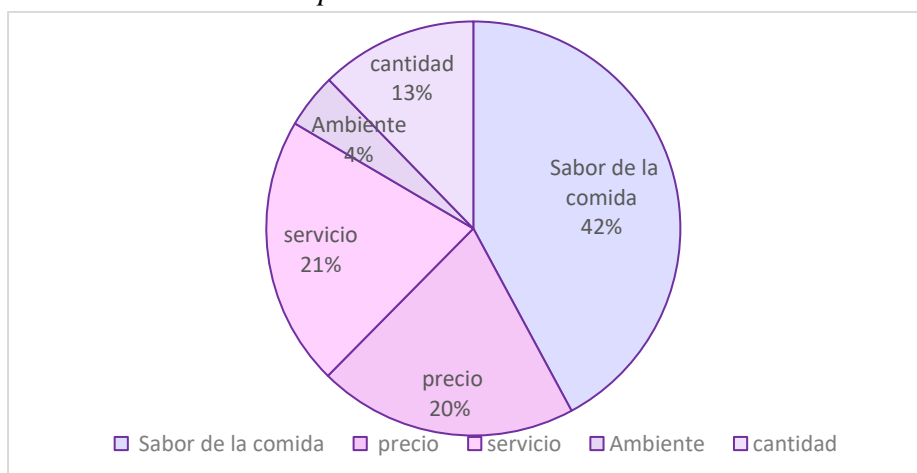
**Tabla 20.** Elementos más importantes en las huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Sabor de la comida	158	42,1%
Precio	76	20,3%
Servicio	79	21,1%
Ambiente	16	4,3%
Cantidad	46	12,3%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 20.** Elementos más importantes en las huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta que hace referencia a los elementos que los turistas consideran más importantes dentro de una hueca del cantón La Libertad se obtienen resultados que muestran que el sabor de la comida es prioridad para los turistas ya que se obtuvo un porcentaje de 42,1%, seguido del servicio con un 21,1% y luego el precio. Estos datos sugieren que, para ejecutar una ruta gastronómica exitosa deben enfocarse las estrategias de aplicación en no descuidar estos aspectos. Este aspecto se convierte en la característica clave a la hora de seleccionar qué restaurantes formarán parte de los itinerarios culinarios.

**Pregunta 7: ¿Qué tan satisfecho está con la oferta gastronómica de las huecas en el cantón La Libertad?**

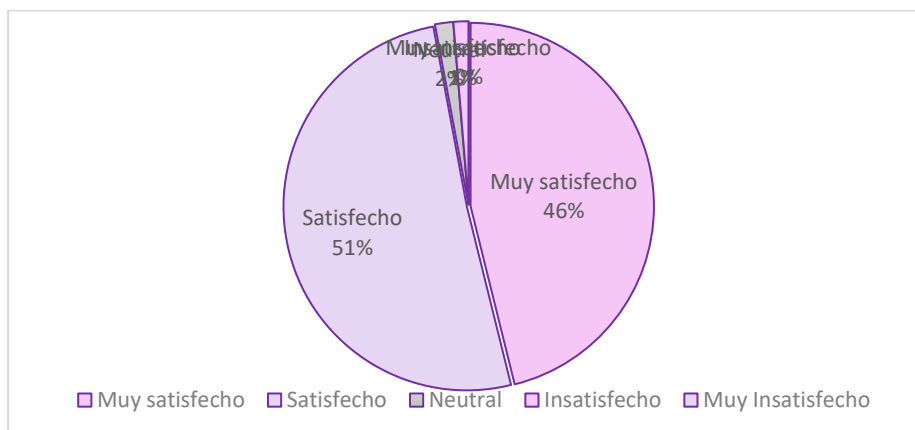
**Tabla 21.** Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	173	46,1%
Satisfecho	191	50,9%
Neutral	6	1,6%
Insatisfecho	5	1,3%
Muy Insatisfecho	0	0,0%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 21.** Satisfacción de la oferta gastronómica en las huecas del cantón La Libertad



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta que refleja el nivel de satisfacción de los visitantes del cantón La Libertad en cuanto a la oferta de huecas del mismo. Estos resultados denotan que, un 97% es información positiva que muestra que estos turistas se encuentran entre satisfechos y muy satisfechos. Los resultados pueden interpretarse en que, el nivel de aceptación y satisfacción en las huecas del cantón es actualmente bueno lo cual representa una base sólida para la propuesta, hacia una ejecución futura exitosa. No obstante, un elevado grado de contentamiento representa un factor primordial en la creación de itinerarios culinarios, ya que asegura que los turistas aconsejen y vuelvan a frecuentar estos lugares.

**Pregunta 8: ¿Qué tan probable es que recomiende las huecas de La Libertad a un turista?**

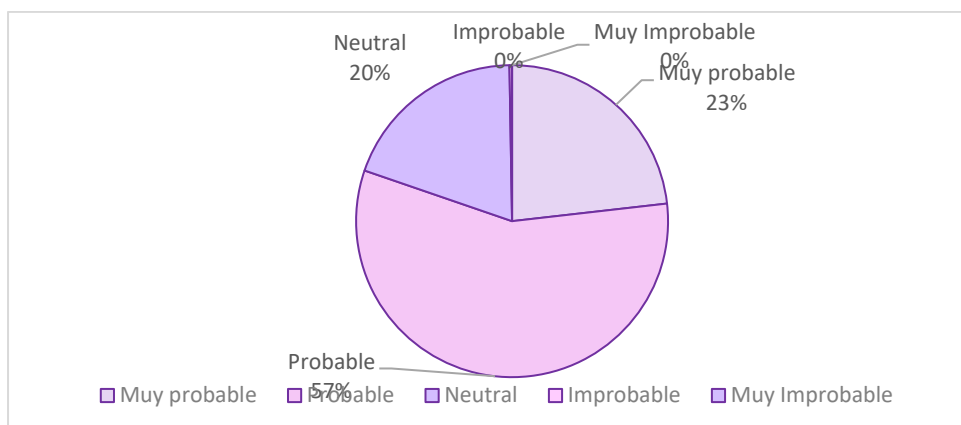
**Tabla 22.** Probabilidad de recomendación de huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	87	23,2%
Probable	214	57,1%
Neutral	73	19,5%
Improbable	1	0,3%
Muy Improbable	0	0,0%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 22.** Probabilidad de recomendación de huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta que analiza la probabilidad en la que los turistas puedan recomendar las huecas del cantón de estudio se evidencia que, existe una tendencia marcada en gran mayoría hacia la predisposición para recomendarlas con un 80,3%. Estos datos evidencian una idea de que el turista por diferentes razones podría considerar recomendar las huecas en el cantón y puede darse una idea de que de la misma manera será si existiera una ruta de huecas en La Libertad. Por último, la alta disposición a recomendar establecimientos gastronómicos constituye un indicador fundamental del potencial de marketing boca a boca, factor determinante para el éxito sostenible de rutas gastronómicas.

**Pregunta 9: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las huecas en el cantón La Libertad?**

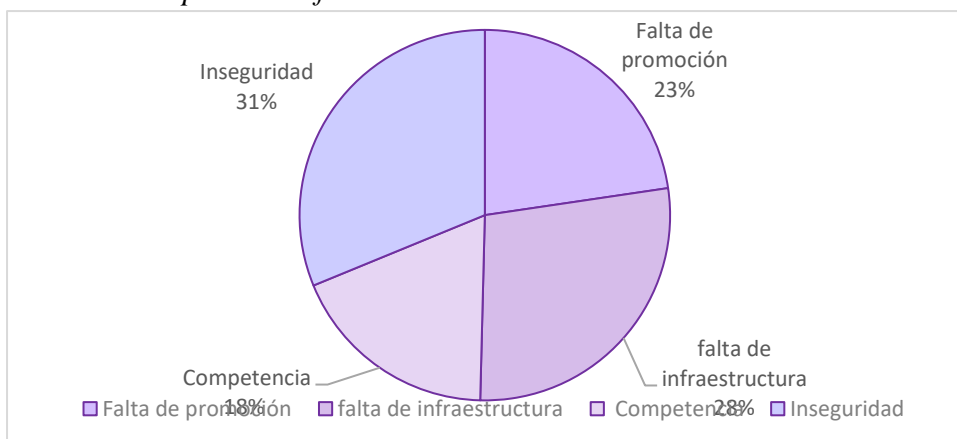
**Tabla 23.** Principales desafíos de las huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Falta de promoción	85	22,67%
falta de infraestructura	104	27,73%
Competencia	69	18,40%
Inseguridad	117	31,20%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 23.** Principales desafíos de las huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta que corresponde a los principales desafíos que enfrentan las huecas del cantón, se obtuvo los resultados que, muestran que, los turistas en su mayoría con un 31,20% consideran que el mayor desafío es la inseguridad que se vive actualmente en el cantón, además también consideran la falta de infraestructura y la falta de promoción como los siguientes factores predominantes. Esto puede dar a entender que existen factores externos a la oferta gastronómica que también afectan el consumo de los establecimientos como las huecas ya que estos son la seguridad que muchas veces falta en ciertas partes del cantón. Como resultado, la inseguridad demuestra la mayor inquietud en lugares culinarios que están despegando; esta sensación de peligro puede afectar de manera importante el empuje turístico de las rutas de gastronómicas.

**Pregunta 10: ¿Considera que una ruta de huecas mejoraría la experiencia gastronómica en el cantón La Libertad?**

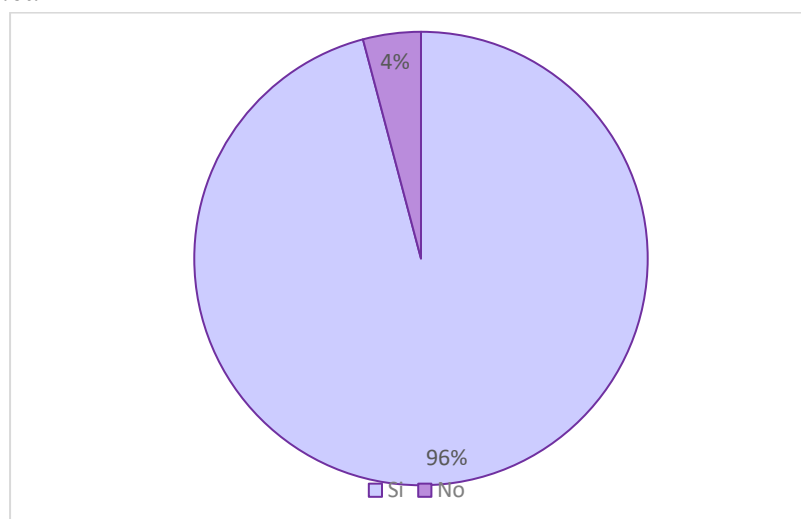
**Tabla 24-** *Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	95,88%
No	15	4,12%
TOTAL	364	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 24-** *Percepción sobre ruta de huecas para mejora de experiencia gastronómica*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta referente a como percibe el turista el hecho de la mejora de la experiencia gastronómica en el cantón de estudio con ayuda de una ruta de huecas, muestra que, un 95,88% considera que, la propuesta podría ser positiva ya que considera que esto si mejoraría la experiencia. Además, la notable inclinación favorable hacia un itinerario gastronómico bien definido revela una moda en ascenso entre los viajeros actuales, quienes aprecian las vivencias culinarias planificadas.

**Pregunta 11: ¿Qué medios de promoción considera más efectivos para dar a conocer las huecas?**

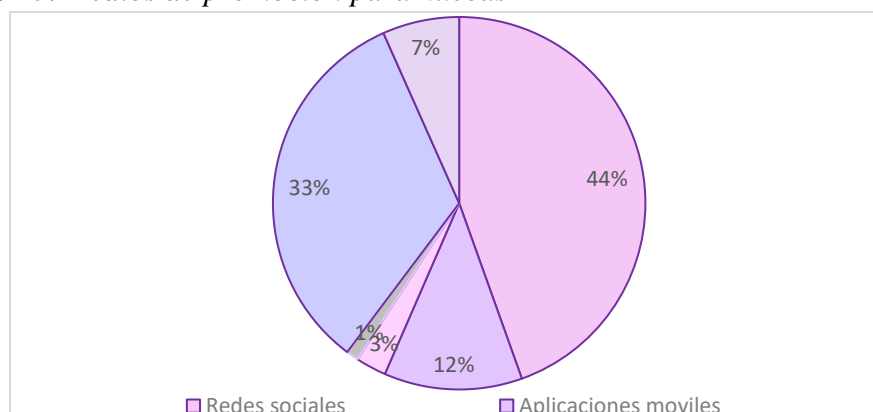
**Tabla 25.** Medios de promoción para huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	167	44,5%
Aplicaciones móviles	45	12,0%
Publicidad por televisión	10	2,7%
Publicidad Por radio	4	1,1%
Recomendación boca a boca	124	33,1%
Ferias gastronómicas	25	6,7%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 25.** Medios de promoción para huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En esta pregunta que resalta los medios que los turistas consideran más adecuados para dar a conocer las huecas del cantón La Libertad, se encontró que las redes sociales se destacan con un porcentaje de 44,55%, seguido de un 33,1% de recomendación boca a boca, luego se destaca el uso de aplicaciones móviles, estos datos pueden comprenderse debido a que un turista al visitar un sitio realiza búsquedas en su dispositivo como método de información. La preferencia por canales digitales como redes sociales y aplicaciones móviles refleja la transformación digital del turismo gastronómico, donde la experiencia del visitante comienza virtualmente antes del viaje físico, siendo fundamental para el posicionamiento estratégico de rutas gastronómicas emergentes.

**Pregunta 12: ¿Qué tipo de actividades adicionales le gustaría encontrar en una ruta de huecas?**

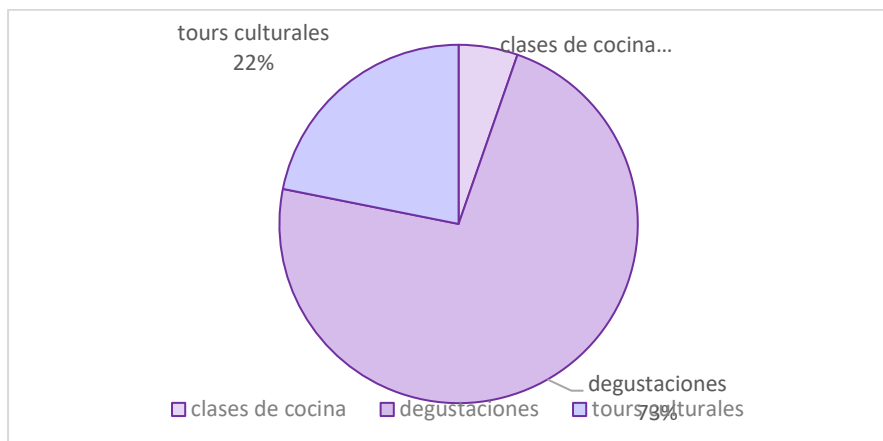
**Tabla 26.** *Actividades adicionales en huecas*

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Clases de cocina	20	5,3%
Degustaciones	273	72,8%
Tours culturales	82	21,9%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 26.** *Actividades adicionales en huecas*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

Esta pregunta muestra los resultados de la perspectiva de los turistas sobre la preferencia de que actividades adicionales podrían agradales más en una hueca en el cantón La Libertad. Estos resultados evidencian que, el 72,8% de los turistas consideran que las degustaciones son la mejor opción en actividades adicionales, mientras un 21,9% creen que pueden ser tours culturales. Esto nos muestra que los turistas valoran mucho el hecho de poder degustar un platillo, sin embargo, las demás actividades podrían implementarse de manera paulatina.

### Pregunta 13: ¿Qué motiva su visita a las huecas?

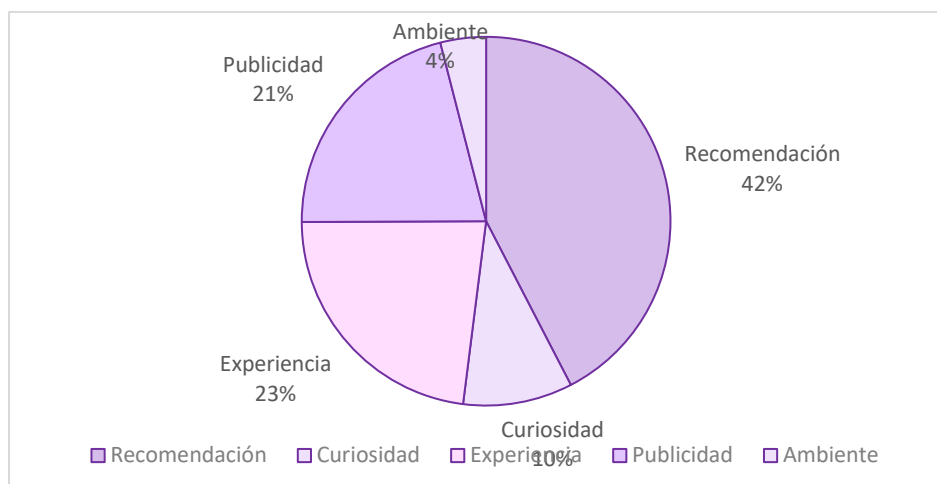
**Tabla 27.** Motivación de visita a huecas

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación	159	42,40%
Curiosidad	36	9,60%
Experiencia	86	22,93%
Publicidad	79	21,07%
Ambiente	15	4,00%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 27.** Motivación de visita a huecas



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Análisis e interpretación

El análisis de esta pregunta con respecto a los factores que motivan al turista a visitar y consumir en las huecas, refleja que, el turista visitaría el sitio por recomendación principalmente con un 42,40%, seguido de un 22,93% que se motivan por la experiencia. Estos datos dan a entender que una experiencia con niveles altos de satisfacción podría significar recomendación y eso a su vez una mayor referencia del establecimiento para con los turistas lo que en gran medida los haría visitar una hueca.

**Pregunta 14: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato?**

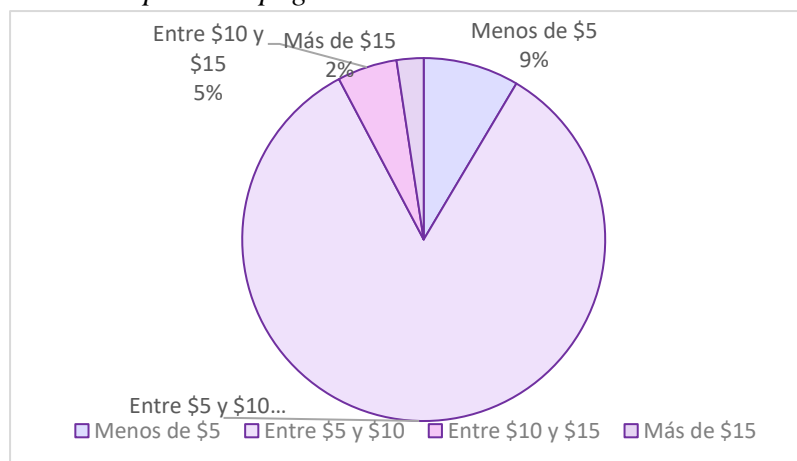
**Tabla 28.** Valor dispuesto a pagar

Respuesta	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$5	32	8,5%
Entre \$5 y \$10	314	83,7%
Entre \$10 y \$15	20	5,3%
Más de \$15	9	2,4%
TOTAL	375	100,00%

**Fuente:** Turistas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Gráfico 28.** Valor dispuesto a pagar



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Análisis e interpretación**

En cuanto a esta pregunta que refleja los resultados de los precios que un turista está dispuesto a pagar por un plato, se encontró que, un turista está dispuesto a pagar en un porcentaje de 83,7% un valor entre \$5 y \$10. Esto evidencia que, el turista no considera que tiene poco valor un platillo en las huecas, lo que puede darse a entender que, mientras se tenga equilibrio entre calidad y precio el turista mostrará aceptación hacia el precio. Además, la preferencia por un rango de precios específico refleja un punto de equilibrio entre accesibilidad económica y percepción de calidad en el turismo gastronómico local.

## **3.2. RESULTADOS DE ANÁLISIS CUALITATIVO**

En esta sección se presentan los resultados cualitativos obtenidos de las fichas de observación dirigidas a las huecas seleccionadas, las entrevistas a sus propietarios y las entrevistas a expertos, proporcionando una visión amplia para una propuesta sólida.

### **3.2.1. Análisis de las fichas de observación**

Las fichas de observación revelan que los establecimientos seleccionados para la ruta de huecas ofrecen una oferta variada y rica en sabores, pero enfrentan desafíos en promoción, inseguridad y aspectos como la imagen del establecimiento o el tiempo de espera.

Las huecas destacan por platillos como la bandera, el encebollado, el ceviche, los asados y los bolones. La atención al cliente se calificó entre buena y muy buena, y la accesibilidad fue uno de los aspectos mejor evaluados, indicando ubicaciones adecuadas. Sin embargo, los propietarios consideran necesario implementar mejoras como aire acondicionado para enfrentar la competencia y mantenerse en el mercado.

### **3.2.2. Análisis de las entrevistas**

Entrevistas a propietarios de establecimientos

Las entrevistas a propietarios de huecas revelan una rica diversidad de experiencias y desafíos para atraer y fidelizar clientes. Estos establecimientos se destacan por la tradición culinaria y la calidad de sus productos, consolidándose como referentes en la preparación de platillos locales. Sin embargo, enfrentan una creciente competencia que exige diferenciarse en sabor, presentación y servicio. También expresan la necesidad de mejorar la infraestructura y los medios de promoción.

Entrevistas a expertos

Las entrevistas a expertos en gastronomía destacan que las huecas deben combinar autenticidad en recetas y un ambiente acogedor. El chef Osvaldo Valero enfatiza la importancia de la autenticidad y la presentación adecuada. Roberto Rabotti subraya que la interacción entre comensales y ofertantes enriquece la experiencia, integrando aspectos culturales y sociales. Los expertos coinciden en que una ruta gastronómica generaría empleo, revitalizaría espacios públicos y promovería técnicas culinarias locales, utilizando ingredientes frescos para atraer visitantes con experiencias únicas.

Las estrategias de promoción, como campañas en redes sociales y colaboraciones con influencers, son esenciales para dar a conocer la ruta.

### **3.3. Discusión**

El análisis cuantitativo revela que los habitantes y turistas valoran la oferta de las huecas, con un 96.35% considerando que una ruta de huecas mejoraría la experiencia gastronómica. Esto se alinea con Suárez et al. (2020), quienes destacan el impacto positivo de las rutas gastronómicas en la percepción del turismo.

La distribución equilibrada de género en las encuestas asegura una visión completa de las preferencias y motivaciones, corroborando estudios como Guerrero (2023) sobre la influencia del género en la percepción de servicios gastronómicos.

Los platos favoritos identificados (encebollado, arroz con menestra, bolones) son clave para la propuesta, ya que, como señala Pesántez (2020), los platos populares son un factor esencial para la promoción y creación de identidad del destino.

La frecuencia de visita (45.8% mensual, 37% semanal) sugiere una cultura de consumo establecida, que puede aprovecharse para estrategias de atracción, según Herrera et al. (2024). La alta satisfacción (53.1% muy satisfechos) respalda la viabilidad de la propuesta, ya que las percepciones positivas fomentan recomendaciones (Suárez et al., 2020).

Los principales desafíos (inseguridad e infraestructura, 58.85%) deben abordarse para garantizar un crecimiento sostenible, como enfatiza Santos (2021). Las observaciones cualitativas confirman la autenticidad de los platillos, pero destacan la necesidad de mejorar promoción y seguridad.

Las entrevistas a propietarios reflejan la importancia de innovar en presentación y servicio para mantenerse competitivos. Los expertos enfatizan la autenticidad y el ambiente acogedor, alineándose con Dávila et al. (2021), quienes destacan la necesidad de publicaciones periódicas en redes sociales para conectar con la audiencia.

### **3.4. Propuesta**

#### **Ruta de Huecas Culinarias en el Cantón La Libertad**

El Cantón La Libertad, reconocido por su actividad comercial, tiene un gran potencial gastronómico que puede impulsar el turismo gracias a la diversidad de sus huecas. Desde ceviches de pangora hasta bolones, encebollados y asados, estos establecimientos han cautivado a comensales locales y visitantes. Esta propuesta diseña una ruta de huecas basada en un estudio que abarca las percepciones de residentes y turistas.

Tras un análisis cualitativo y cuantitativo, se identificó el beneficio de una ruta de huecas que permita disfrutar de la variedad gastronómica. Los visitantes buscan experiencias auténticas que conecten con la historia y tradición del lugar. La ruta beneficiará a los trabajadores y la comunidad al generar empleo y oportunidades indirectas, impulsando el desarrollo turístico del cantón.

#### **Objetivos**

- Diseñar una ruta de huecas que potencie el turismo culinario del cantón La Libertad.

#### **Objetivo específico**

- Crear una ruta de huecas culinaria en el cantón La Libertad.
- Unificar luego de su identificación las huecas del cantón La Libertad con mayor potencial para ser incorporadas en la ruta turística.
- Promover el turismo culinario en el cantón para acaparar turistas en un cantón categorizado como un sector comercial, en búsqueda de reconocimiento a nivel turismo.

#### **Justificación**

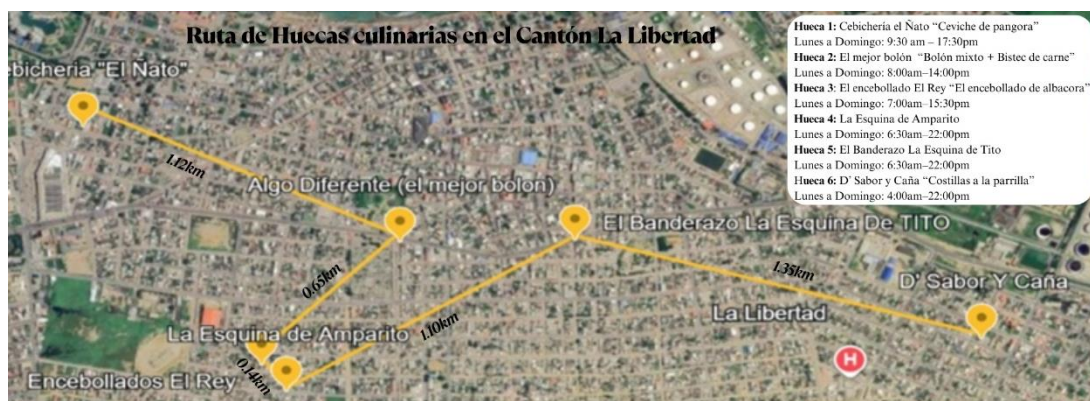
Se optó por diseñar la ruta, con cuya herramienta se pudo evidenciar que el recorrido contiene aproximadamente 5 kilómetros que conecta a 6 huecas que fueron escogidas, de acuerdo a representatividad, ubicación, seguridad, accesibilidad y sobretodo que incluyan los platillos encontrados en los resultados de instrumentos aplicados a habitantes y a turistas.

1. Cevichería El Ñato: Reconocido por sus exquisitos ceviches de pangora, plato insignia de la gastronomía local.

2. Algo Diferente (El Mejor Bolón): Famoso por su bolón de verde, una delicia típica de la región.
3. Encebollados El Rey: Ofrece encebollados, un plato de pescado y cebolla que que es altamente reconocido
4. La Esquina de Amparito: Destaca por sus asados y parrilladas, con recetas que han pasado de generación en generación en donde destacan platillos como el pescado asado.
5. El Banderazo La Esquina de Tito: Conocido por su tradicional banderazo, un plato a base de la combinación de arroz, menestra, carne y patacones con diferentes sabores ya que se coloca con varios tipos de proteínas.
6. D' Sabor y Caña: Brinda una experiencia completa, con sus deliciosos platos y la oportunidad de disfrutar de música y bebidas típicas, en donde el recorrido culmina con un buen ambiente, asados en donde resalta el de costilla y demás proteínas.

### Diseño de ruta de huecas culinarias en el cantón La Libertad

Este recorrido ha sido diseñados para ofrecer a los visitantes, una variedad y originalidad de sabores, en el que se podría conocer las preparaciones de los mismos, así como también combinar en una ruta varios ingredientes, que sustentando en los resultados de esta investigación se degustarán formando parte de la experiencia y el



conocimiento.

### Gráfico 29- Diseño de ruta huecas del cantón La Libertad

Fuente: Google Earth

Elaborado por: Martin Muñoz Ana Cristina

### 4.5. Criterios de sostenibilidad en la implementación de la ruta

La sostenibilidad es un pilar fundamental para la implementación y creación de la oferta turística responsable es por ello que la ruta de huecas de cantón La Libertad

busca mantener criterios y acciones que permitan garantizar su permanencia, para ello se debe tomar en cuenta los factores, sociales, económicos, culturales y ambientales para mantener la sostenibilidad dentro de este producto.

#### **4.5.1. Renovación periódica de la ruta**

Se plantean renovar las rutas gastronómicas de forma semestral debido a que el perfil del cliente es cambiante y con ello sus gustos y necesidades por eso la oferta turística debe adaptarse en criterios de calidad tomando en cuenta las buenas prácticas.

Se propone realizar un comité que permita evaluar los cumplimientos de las buenas prácticas para ello es necesario tomar en cuenta a los representantes del GAD municipal, delegados de instituciones educativas y a las asociaciones gastronómicas locales, debido a que si mencionamos la sostenibilidad debemos hacer partícipes a las personas de la localidad.

Se sugiere utilizar los medios digitales para evaluar el desempeño de los establecimientos entorno a la calidad y la integración de las buenas prácticas dentro de su oferta turística ya que los visitantes no solo adquieren un producto si no tan bien la experiencia que les ofrece el lugar.

#### **4.5.2. Promoción sostenible**

Se pretende utilizar herramientas como (Google Earth, redes sociales, blogs) para la difusión de la información a más de mantenernos en las tendencias de la promoción turística en la era digital el uso de material físico disminuye causando impactos positivos entorno al ambiente.

Realizar campañas promocionales para ofertar el producto resaltará los elementos culturales de la zona para dar a conocer las costumbres y tradiciones que tiene el cantón La Libertad ayudando así a potencializar y enmarcar la cultura a las futuras generaciones.

Se plantea realizar alianzas con promotores locales en busca del bienestar de la localidad tomando en cuenta la utilización de los recursos sin causar impactos dentro de la zona.

#### **4.5.3. Participación comunitaria e inclusión**

Para tener un perfil sostenible es indispensable tener la participación de los propietarios y trabajadores que laboran dentro de las huecas mediante capacitaciones que orienten a brindar un mejor servicio se tomará en cuenta como puntos

fundamentales a tratar la atención al cliente, prácticas sanitarias, sostenibilidad e innovación gastronómica.

Se incluirá la participación de personas que no laboran dentro de la oferta gastronómica, por lo tanto, son emprendedores ya sea mujeres o jóvenes que oferten otro tipo de servicio, que complemente la oferta gastronómica (artesanías, guías, músicos) que brinden una experiencia auténtica.

#### **4.5.4. Conservación del patrimonio gastronómico**

Con respecto a documentar las recetas tradicionales y prácticas culinarias locales para la conservación del patrimonio inmaterial y de la misma manera las futuras generaciones puedan conocer de sus costumbres y tradiciones.

Además, el uso de ingrediente locales de temporada no solo ayudará a la circulación de la economía dentro de la localidad, sino que también promueve la conservación de productos autóctonos.

Se establecerán certificación para las huecas que mantienen su autenticidad lo que permitirá que las mismas se incentiven a mantener sus costumbres y tradiciones al momento de preparar sus platos.

#### **4.5. 5. Indicadores de sostenibilidad y seguimiento**

Se implementará un sistema básico de monitoreo que permita evaluar:

- Satisfacción al cliente
- Beneficio económico para las huecas
- Participación comunitaria
- Cumplimiento de normas ambientales y sanitarias

Las estrategias que se detallan a continuación permiten orientar y mejorar el desarrollo de las rutas de huecas gastronómicas, asegurando la sostenibilidad de la misma.

1. Diseñar una ruta de huecas georreferenciada con Google Earth: es el eje principal del presente proyecto, su ejecución permitió representar de manera interactiva la localización y datos de suma importancia como horarios de atención y oferta gastronómica representativa del establecimiento, proporcionando la facilidad a los turistas y consumidores locales planificar su recorrido. A su vez, contará con la renovación e inclusión de nuevas huecas de manera progresiva.

2. Identificar y seleccionar huecas con mayor potencial: esta estrategia permite que los establecimientos que se encuentren dentro de la ruta ofrezcan experiencias culinarias de calidad. Es por ello la importancia de seleccionar los establecimientos que brinden ofertas gastronómicas representativas, así también basándose en criterios como tradición, sabor, presentación, atención al cliente, buena higiene.
3. Implementar campañas de promoción: A fin de incrementar la visibilidad de la **Ruta de Huecas culinarias en el Cantón La Libertad**, y lograr atraer la atención del público objetivo mediante medios de comunicación tradicionales y digital, con el fin de posicionar a la propuesta turística a nivel local y regional.
4. Capacitación a propietarios: con el fin de realzar la calidad del servicio brindado en las huecas gastronómicas, se debe formar a los propietarios y personal sobre temas enfocados en la atención al cliente, manipulación de los alimentos, promoción, y prácticas de higiene; a fin de garantizar una experiencia satisfactoria.
5. Diseñar material promocional: consiste en la constante creación y actualización del contenido de promoción y comunicación como mapas, folletos, entre otros. Con el objetivo de ofrecer información atrayente y clara al público en general, lo que contribuye a la fidelización de los clientes.
6. Articular propuesta con el GAD municipal y actores locales del sector turístico: promover la colaboración interinstitucional es de suma importancia para lograr que el proyecto sea sostenible y también para evaluar y mejorar el estado físico de las huecas, la seguridad, la iluminación y el entorno.
7. Organizar eventos o ferias culinarias vinculadas a la ruta: con la finalidad de fortalecer la promoción y dinamización de la economía local, se establecen ferias gastronómicas que permiten visibilizar a las huecas incluidas en la ruta, a la vez que crea espacios de encuentro entre la demanda y oferta.
8. Monitorear la satisfacción al cliente por medio de encuestas digitales: esta estrategia plantea la importancia de la constante retroalimentación mediante el uso de encuestas en línea, la herramienta permite ejecutar ajustes con la base de datos en tiempo real, los indicadores sugeridos encierran satisfacción de los visitantes, frecuencia de visitas, mejorar infraestructura y seguridad, percepción del propietario.

Como resultado, serán aplicados para encaminar la ruta y proponer mejoras continuas.

**Tabla 29.** *Jerarquización de Estrategias para la implementación*

N	Estrategia	Prioridad	Impacto esperado	Justificación
1	<b>Diseñar una ruta de huecas georreferenciada con Google Earth</b>	Alto	Muy Alto	Considerar la renovación de rutas para mantener la experiencia ampliamente atractiva, a través de un plan de renovación que incluya inclusión de nuevas huecas, actualización de información de las huecas actuales, así como también la mejora de atención, además del uso de ingredientes locales y orgánicos en apoyo a la economía local.
2	<b>Identificar y seleccionar huecas con mayor potencial</b>	Alto	Alto	Garantizar calidad y autenticidad en la experiencia al turista, con el fin de organizar un ruta auténtica y representativa del destino.
3	<b>Implementar campañas de promoción</b>	Alto	Alto	Incrementar la visibilidad al atractivo turístico. De bajo presupuesto y alto alcance, direccionado a un público objetivo.
4	<b>Capacitación a propietarios</b>	Alto	Alto	Llevar a cabo capacitaciones dirigidas a dueños y personal de las huecas, enfocándose en mejorar la atención al cliente y asegurar un servicio excelente, enseñar el manejo adecuado de

				alimentos y promover la higiene, instruir sobre estrategias de promoción y marketing en línea.
5	<b>Diseñar material promocional</b>	Medio	Medio-Alto	Crear material promocional (mapas, folletos, redes sociales), así mismo se plantea renovar el material de promoción con el fin de mantener continuidad en las redes sociales con la información compartida al público.
6	<b>Articular la propuesta con el GAD municipal y actores locales del sector turístico</b>	Alto	Medio	Efectuar evaluación de la seguridad en las huecas seleccionadas. Asegurar aspectos como iluminación o ubicación adecuada de alumbrado pública en funcionamiento óptimo.
7	<b>Organizar eventos o ferias culinarias vinculada a la ruta</b>	Baja	Medio	Impulsar la económica local y aumentar visibilidad de las huecas integradas en la ruta.
8	<b>Monitorear la satisfacción al cliente por medio de encuestas digitales</b>	Baja	Medio	Implementar sistema de monitoreo y evaluación, Considerar indicadores como satisfacción de visitantes, incremento de visitas, mejoras en infraestructura y seguridad, retroalimentación de propietarios

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

Se recomienda establecer las estrategias en 3 fases para poder obtener los resultados deseados:

**Fase 1:** Para obtener resultados a corto plazo con el fin de posicionar las huecas y fortalecer la oferta turística de la propuesta se ha tomado en consideración concentrar las estrategias 1, 2, 3, 4 y 6

**Fase 2:** para tener resultados a mediano plazo es fundamental tomar en cuenta las estrategias 4 y 5 ya que estas están orientadas a conservar un progreso efectivo de la propuesta.

**Fase 3:** Los resultados a largo plazo buscan mantener la sostenibilidad y la innovación en la oferta turística es por eso que se toma en consideración las estrategias 7 y 8.

Posteriormente, el cronograma de aplicación está orientado en un periodo de cinco meses con una distribución progresiva de actividades acorde a los objetivos estratégicos para implementar una ruta de huecas en el cantón La Libertad.

**Tabla 30.** *Cronograma de aplicación*

Actividad	Responsable	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Fortalecimiento de Capacidades	Equipo de Turismo del GAD, Ministerio de Turismo	X	X			
Mejora de Seguridad	Seguridad Ciudadana del GAD		X	X		
Diseño y Promoción de la Ruta Gastronómica	Equipo de Turismo del GAD, Huecas Participantes	X	X	X		
Monitoreo y Mejora Continua	Equipo de Turismo del GAD, Huecas Participantes				X	X
Sostenibilidad en la ruta gastronómica	Equipo de Turismo del GAD- Propietarios de las huecas				X	X

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

Con respecto al presupuesto estimado se distribuyó una variedad de actividades para la implementación de la ruta de huecas en el cantón La Libertad. A continuación se detallan los aspectos más relevantes:

**Tabla 31-** *Presupuesto estimado*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Talleres de Capacitación	4 días	\$500	\$2,000
Honorarios de capacitadores	4 días	\$1,000	\$4,000
<b>Diseño y Promoción de la Ruta Gastronómica</b>			
Impresión de Mapas y Folletos	500 unidades (implementación)	\$0,50	\$250
Campaña de Promoción en Redes Sociales	Mensual	\$300	\$1,500
Sistema de Monitoreo (Encuestas, registros)	Mensual	Herramienta gratuita online	-
Sostenibilidad en la ruta gastronómica	Mensual		\$1000
Total			\$8750

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

Gráfico 30. Infografía propuesta



Elaborado por: Martín Muñoz Ana Cristina

## CONCLUSIONES DE PROPUESTA

- En conclusión, la implementación de una ruta de huecas turística en el cantón La Libertad es una estrategia innovadora debido a que no solo se centra en el fortalecimiento del turismo culinario del sector sino que permite dar a conocer la riqueza gastronómica que representa el lugar con el fin de fortalecer la identidad cultural de la zona permitiendo incentivar el desarrollo turístico sostenible, esta creación de rutas turística permitirá que el sector brinde experiencias auténticas a los visitantes y ayudará a diversificar la oferta de la localidad.
- En consecuencia, se proceso la caracterización y selección de las huecas permitió garantizar la autenticidad de su oferta, se determinó identificar los siguientes factores de tradición, accesibilidad y calidad ya que es indispensable que as huecas estén debidamente organizadas para brindar un excelente servicio, se seleccionaron seis huecas representativas con los siguientes criterios ubicación, seguridad y preferencias del cliente.
- Con el fin de garantizar practicas sostenibles, tomando en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales para mantener principios de sostenibilidad. Además, incluir la participación de las personas locales, el uso de las herramientas diigtales para no utilizar material físico, documentación de recetas culinarias para futuras generaciones.

## RECOMENDACIONES DE PROPUESTA

- Con respecto a la propuesta se recomienda la creación de un comité con los miembros de asociaciones gastronómicas locales y la participación de Gobierno autónomo centralizado para el trabajo en conjunto y dar supervisión a los cumplimientos de los estándares.
- Es indispensable la implementación de un plan de capacitaciones constante a los propietarios y trabajadores que laboran dentro de la oferta gastronómica de las huecas los puntos a tratar son los siguientes atención al cliente, gestión de residuos y salubridad, practicas sostenibles y marketing digital todas estos puntos con el fin de brindar un servicio sostenible.
- Se recomienda implementar un sistema de monitoreo y evaluación constante de las rutas que permita conocer la satisfacción del turista, los impactos económicos que proporcionan las huecas, el cumplimiento de las normativas sanitarias y el uso de los productos locales, con el fin de mantener el cambio constante de acuerdo a las expectativas del visitante y la dinámica que tiene la oferta turística.

## CONCLUSIONES

- Para concluir, basado en el desarrollo de un diagnóstico del cantón en cuanto a las huecas del cantón La Libertad puede apreciarse que, se encontraron 6 huecas que incluyen entre sus platillos aquellos de preferencia encontrados en las encuestas que los conforman; el encebollado, el ceviche, los bolones, la bandera, los asados con menestra y el pescado asado, con estos platillos se plantean las delicias incluidas en la propuesta de ruta de huecas diseñado para el cantón La Libertad.
- Se analizaron así también los elementos distintivos de la gastronomía del Cantón La Libertad por lo cual se destacaron los platillos mencionados con todas sus características que como tal se reflejan en los instrumentos cualitativos, destacando que, los establecimientos escogidos y evaluados tienen un potencial turístico por su experiencia, por sus preparaciones y por aspectos claves como promoción, presencia en redes, en aplicaciones de dirección, seguridad, accesibilidad entre otros que hicieron posible su consideración.
- Consecuente a lo encontrado se concluye con la creación y diseño de una ruta de huecas utilizando la herramienta google earth en la que se evidencia el recorrido, los sitios seleccionados, la medición de la distancia que hicieron posible considerar la ubicación como otro justificativo de los establecimientos seleccionados, de este modo se diseñó la ruta estableciendo los lugares, lo más representativo de los mismos, se toma en cuenta estrategias que ayudarán a implementarlo como la capacitación, las alianzas necesarias y el presupuesto estimado inicial para ejecutar durante unos primeros meses.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a partir de las huecas seleccionadas que exista una predisposición de trabajo para ejecutar esta propuesta, ya que aunque presenta beneficios se necesita de mucha perseverancia para lograr éxito e ir hacia un cantón visto también desde un foco turístico, considerando que siempre ha sido visto como un cantón comercial.
- Considerando los elementos distintivos encontrados, se recomienda planificar en conjunto a las entidades reguladores, el mejorar aspectos como seguridad que se enmarca entre los principales indicadores a mejorar, si bien es cierto y es de conocimiento que a nivel nacional no se pasa por el mejor momento en seguridad, es imprescindible figurar la idea de colocar todo el empeño en crear alianzas con entidades de regulación que de la mano de los establecimientos mejorarían para recibimiento de turistas, pero a su vez para la misma comunidad, mejorando además la imagen del cantón en este ámbito.
- Se considere la idea de estudiar demás potencialidades que el cantón posee para encaminarse a convertirse en un sitio por el que un turista quisiera regresar, y se ubique en el mapa turístico de la provincia y en la mente de los visitantes locales e internacionales.

## REFERENCIAS

- Andrada, L., Celemín, M., & Berlanga, M. (2024). *Diferencias de género en las preferencias de rutas turísticas culturales. un caso aplicado a Madrid*. *Rev. Tourism and Heritage Research*, 7(1), 87-106. Recuperado el 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9537252.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial* 449. [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (15 abril 2025). *Turismo en cifras: Balanza de pagos turísticas*. Recuperado el 9 de julio del 2025 de, <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/balanza-turistica/>
- Boullón, R. (2002). *Planificación del espacios turísticos*. <https://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico/robertoc.boullon.pdf>
- Burbano, P., Paspuel, A., & Del Rocío, S. (2022). *Desarrollo de una investigación a través de un plan de estudio*. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2649>
- Calderón, C. (2023). *Turismo. Diagnóstico de los recursos con potencial turístico del cantón Pichincha, provincia de Manabí*. Universidad Laica de Manabí, Manabí. Recuperado el 2025, de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4496/1/ULEAM-HT-0163.pdf>
- Cantos, L. (2024). *Turismo. Gastronomía ancestral y su aporte al desarrollo turístico sostenible en la comuna Agua Blanca del cantón Puerto López*. Universidad Estatal de Manabí, Jipijapa. Recuperado el 2025, de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/6747/1/Cantos%20Plua%20Lissy%20Carla.pdf>
- Catalano, B. (2019). *Movilidad turística e integración: teoría y métodos para su abordaje*. *Rev. Área de estudios urbanos* (11), 259-280. doi:<https://www.redalyc.org/journal/5596/559666676013/html/>
- Castro, P. (2020). *Turismo disruptivo: rutas turísticas inteligentes*. *Revista Publicando*, 7(25). <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2100/2121>
- COMPDEST. (2024, October 31). *Tendencias del turismo gastronómico*. *Compdest*. <https://compdest.com/tendencias-del-turismo-gastronomico/>

- Coelho, R. (2025). Culinary tourism: The role of local cuisine in enhancing destination appeal. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 9(2), 1-6. <https://doi.org/10.55041/IJSREM41482>
- Comisión legislativa y de fiscalización. (2009). *Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria*. Gobierno de la República. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-04/LEY%20ORG%20C3%81NICA%20DEL%20R%20C3%89GIMEN%20DE%20LA%20SOBERAN%20C3%8DA%20ALIMENTARIA%20-%20LORSA.pdfA.pdf>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo (Ley No. 97)*. Registro Oficial Suplemento 733. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Consejo nacional de planificación. (2017). *Plan nacional buen vivir para el 2017-2021*. Gobierno de la República del Ecuador. <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Cordero-Ahiman, Otilia Vanessa. (2022). *Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria de Ecuador*. *Revista chilena de nutrición*, 49(Supl. 1), 34-38. <https://dx.doi.org/10.4067/s0717-75182022000400034>
- Chang, P. (2021). *Arquitectura. Propuesta arquitectónica de equipamiento turístico comunitario para la parroquia de Punín*. Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato.
- Choez, M. (2021). Gestión de empresas turísticas. *La Gastronomía Ancestral y el Desarrollo Turístico Sostenible en el Área Urbana del Cantón Jipijapa, Provincia Manabí*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 2025, de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1457/La%20Gastronom%C3%ADa%20Ancestral%20y%20el%20Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20Sostenible%20en%20el%20C3%81rea%20Urbana%20del%20Cant%C3%B3n%20Jipijapa%20C%20Provincia%20Manab%C3%AD.pdf?sequenc>
- Dávila-Maldonado, J., Morocho-Loja, K., & Noblecilla-Grunauer, M. (2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(3), 57-75. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.542>
- Fuentes, R. C., Moreno-Gil, S., González, C. L., & Ritchie, J. R. B. (2017). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, 35, 71. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221511>

- Franco, M. C., Franco, W. C., Flores, F. Z., & Mejía, M. O. (2015). Satisfacción y Motivación: La gastronomía de Guayaquil. *TURYDES: Revista Sobre Turismo y Desarrollo Local Sostenible*, 10(22), 36. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7932264.pdf>
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2019). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Rev. Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359,. Recuperado el 2025, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- García. (3 de Junio de 2023). *Linkedin sitio web*. Obtenido de Linkedin sitio web: <https://www.linkedin.com/pulse/5-pasos-en-el-dise%C3%B1o-de-experiencias-tur%C3%ADsticas-garc%C3%ADa-turismo/>
- Gómez, C. (12 de Mayo de 2025). *blog hubspot sitio web*. Recuperado el 2025, de blog hubspot sitio web: <https://blog.hubspot.es/marketing/herramientas-promocion-ventas>
- González, G.; Pérez, J., (2020). Marketing turístico para la creación de una imagen de marca de las huecas gastronómicas patrimoniales del cantón Riobamba. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba*. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13986/1/42T00558.pdf>
- Guerra, B. (2020). Analisis de la oferta gastronomica y las tendencias de consumo en el sector de San Carlos para la propuesta de un plan de mejoras dentro del patio de comidas del centro comercial Parque Ingles. *Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Catolica del Ecuador*. Repositorio PUCE. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/21908>
- Guerrero, S.; Paternina, K. & Pachecho, C. (2023). Revisión bibliométrica del impacto económico del turismo. *GADE: Revista Científica*, 3(3), 45-67. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9016079.pdf>
- Gutierrez, O., & Berbel, G. (2022). Impacto del marketing sensorial en decisiones del turista gastronómico en restaurantes. *Rev. Red Marka*, 26(2), 136-154. Recuperado el 2025, de <https://www.redalyc.org/journal/7077/707777597010/html/>
- Herrera, C., Villalva, M., & Villalva, S. (2024). Turismo Gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un Análisis del Perfil del visitante. *Rev. Polo del Conocimiento*, 9(8), 747-773. doi:<https://doi.org/10.23857/pc.v9i8.7723>
- INEC. (2022). *Censoecuador sitio web*. Obtenido de Censoecuador sitio web: [https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info\\_Santa\\_Elena.pdf](https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_Santa_Elena.pdf)
- José, M. A. M. (2022). *El turismo cultural y la vestimenta tradicional en Salasaka*. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35669>
- Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L., & Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing the Influence on Destination Image. *Foods*, 12(2), 315. <https://doi.org/10.3390/foods12020315>

- Lescano, C. (2020). Las Huecas en la oferta turística-gastronómica en el cantón Ambato. *Universidad Técnica De Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31043/1/Lescano%20Jordan%20Cristian%20Sebastian%20Proyecto%20Final.pdf>
- Ley de Turismo, (2023). *Descarga del Ley de Turismo*. Lexis S.A. <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/ley-turismo>
- Loor, A. (2024). *Marketing Experiencial: Incidencia en la Fidelización de Clientes en Restaurantes de la Parroquia Santa Marianita, Manta*. Obtenido de [Tesis de pregrado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]: <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/6823/1/ULEAM-MKT-0176.pdf>
- Mares, M. G. (2019). Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *Revista Universitaria Digital de Ciencias Sociales*, 10(18), 92-95. <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Mejia, M., Franco, W., Franco, M., & Flores, F. (2017). Perfil y Preferencias de los Visitantes en Destinos Con Potencial Gastronómico: Caso ‘Las Huecas’ de Guayaquil [Ecuador] / Profile and Visitors Preferences in Destinations with Gastronomic Potential: Case ‘The Huecas’ in Guayaquil [Ecuador]. , 9. <https://doi.org/10.18226/21789061.V9I2P200>.
- Meza Vélez Nayeli Elizabeth (2024)“Oferta gastronómica tradicional y su aporte al desarrollo turístico del cantón Rocafuerte” . JIPIJAPA-UNESUM.FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. 113 PG. <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6402>
- Moreno, M., & Barragán, S. (2020). Análisis de los factores motivacionales del turista en destinos patrimoniales: el caso de Quito. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Ciencias Sociales*, 9(35), 18–27. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4035396>
- Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Rev. Encuentros*(16), 406–422. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>
- Navarro, D. (2019). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Rev. Cuadernos de turismo*, 189-200. doi:[https://www.researchgate.net/publication/277567804\\_Recursos\\_turisticos\\_y\\_atractivos\\_turisticos\\_conceptualizacion\\_clasificacion\\_y\\_valoracion](https://www.researchgate.net/publication/277567804_Recursos_turisticos_y_atractivos_turisticos_conceptualizacion_clasificacion_y_valoracion)
- Nieto, A. (2020). Gastronomía y turismo: una reflexión cultural. *Rev. San Mateo*, 4(1), 147. doi:<https://doi.org/10.7476/9786289558210>
- Observatorio Turístico Sostenible UPSE. (2025). *Datos estadísticos del feriado de carnaval 2025 Provincia de Santa Elena*. Universidad Península de Santa Elena. La Libertad: Universidad Península de Santa Elena. Recuperado el 2025, de


- [https://www.upse.edu.ec/images/2025/MARZO/Boletin\\_1\\_CARNAVAL\\_25\\_compressed.pdf](https://www.upse.edu.ec/images/2025/MARZO/Boletin_1_CARNAVAL_25_compressed.pdf)
- Observatorio de Tecnología Educativa. (2023). Google Earth. Nos vamos de ruta (No. 100). Ministerio de Educación y Formación Profesional. [https://www.libreria.educacion.gob.es/libro/observatorio-de-tecnologia-educativa-no-100-google-earth-nos-vamos-de-ruta\\_183923/](https://www.libreria.educacion.gob.es/libro/observatorio-de-tecnologia-educativa-no-100-google-earth-nos-vamos-de-ruta_183923/)
- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo: Un ejemplo de Mealhada - Portugal. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 16(3), 261-280. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6890651.pdf>
- ONU Turismo. (2022). *Gastronomía*. <https://www.unwto.org/es/gastronomia>
- ONU Turismo. (2022). *Ética, cultura y responsabilidad social*. <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social#:~:text=El%20turismo%20cultural%20es%20un,inmateriales%20de%20un%20destino%20tur%C3%ADstico.>
- Ortiz, Y. (2022). Turismo . *Gastronomía típica y la cultura de las huecas de la zona centro de la provincia de Esmeraldas*. Universidad Estatal de Manabí, Jipijapa . Recuperado el 2025, de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4648/1/ORTIZ%20ORTEGA%20YURI%20JULITZA.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2020) *Glosario de términos clave de turismo*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Ostelea. (21 de Junio de 2022). *Ostelea sitio web*. Obtenido de Ostelea sitio web: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-alternativo-que-es-tipos-y-ejemplos>
- Pérez, L., & Martínez, A. (2021). *Evaluación y monitoreo de la seguridad alimentaria en huecas gastronómicas*. *International Journal of Food Safety*, 15(4), 102-117.
- Pereira, G. A., & Gosling, M. de S. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 163–180. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322017000100004](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000100004)
- Pesantez, S. P. P., Echeverria, A. L. O., & Pacheco, K. P. C. (2020). Turismo disruptivo: rutas turísticas inteligentes. *Revista Publicando*, 7(25), 160-169. <https://doi.org/10.51528/rp.vol7.id2100>
- Pibaque, M., & Macias, J. (2022). Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo. *Rev. Ciencias y líderes*, 1(1), 16-26. doi:<https://doi.org/10.47230/revista.ciencia-lideres.v1.n1.2022>

- Pita, E., & Choez, M. (2023). Propuesta de diseño de ruta ciclística para desarrollar actividades turísticas en una zona de Ecuador. *Rev. Reicomunicar*, 6(12), 160-175. doi:<https://doi.org/10.46296/rc.v6i12.0149>
- Porto, N. (2020). ACCESIBILIDAD EN TURISMO Diagnóstico, voluntad política y acciones. *Rev.*, 28(4), 1032-1062. doi:<https://www.redalyc.org/journal/1807/180762638010/html/>
- Resmi, I. C., Dhewanto, W., & Dellyana, D. (2023). Gastronomy Tourism: Local Food and Tourism Experience in Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 10(2), 195-202. <https://doi.org/10.17509/gastur.v10i2.63659>
- Rivas, W. (2025). Turismo. *Marketing digital como aporte al posicionamiento de la gastronomía tradicional del cantón Portoviejo*. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa. Recuperado el 2025, de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/7555/1/Rivas%20Rivas%20Wilter%20Andr%C3%A9s.pdf>
- Roura, M. (8 de Octubre de 2024). *Easy promos sitio web*. Obtenido de Easy promos sitio web: <https://www.easypromosapp.com/blog/turismo-y-redes-sociales-5-ejemplos-de-promociones-online/>
- Rodríguez, D. (2015). Desarrollo y aplicación de un modelo para el diseño de rutas turísticas personalizadas. Editorial Síntesis. <https://www.sintesis.com/libro/desarrollo-y-aplicacion-de-un-modelo-para-el-diseno-de-rutas-turisticas-personalizadas>
- Rosero, F. A., Rosado, F. M., & Rivas, F. M. (2019). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad Técnica de Machala. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Rubio, E. (30 de Septiembre de 2024). *Nutrimente sitio web*. Recuperado el 2025, de Nutrimente sitio web: <https://nutrimente.es/item/154-el-conocimiento-a-traves-de-la-comida-reflexiones-de-viaje.html>
- Santos, L. (2021). Hotelería y Turismo . *Servicios gastronómicos para el mejoramiento de la atención al cliente en el sector "Los Cerritos" cantón Quinsaloma en el año 2019*. Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo. Recuperado el 2025, de <https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8178/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000118.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sagbay-Llivichuzhca, M., Bermeo-Pazmiño, K. V., & Ochoa-Crespo, J. D. (2021). Determinación del nivel de satisfacción de los consumidores en los supermercados del Cantón Sígfig. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 277-309. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.430>

- Solís, L. D. M. (2020). *Entrevistas semiestructuradas en investigación cualitativa*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/entrevistas-semiestructuradas-en-investigacion-cualitativa-entrevista-focalizada-y-entrevista-semiestandarizada/>
- Suárez, N. F. R. (2023). Impacto de las nuevas tendencias gastronómicas del siglo XXI en la gastronomía Ecuatoriana. *Latam*, 4(1). <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.578>
- Taheri, B., & Gannon, M. (2021). Contemporary issues and future trends in food tourism. *International Journal of Tourism Research*, 23, 147-149. <https://doi.org/10.1002/JTR.2446>.
- Universidad Internacional De Ecuador. (2021). *Turismo Gastronómico*. <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>
- Vallejo, R. (2025). *Turismo. Inversión y Desarrollo de Turismo Gastronómico del cantón Guano provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba . Recuperado el 2025, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14851/3/Vallejo%20T.%2C%20Renny%20J.%20%282025%29%20Inversion%20y%20Desarrollo%20de%20Turismo%20Gastron%20C3%B3mico%20del%20cant%20C3%B3n%20Guano%20provincia%20de%20Chimb%20%281%29.pdf>
- Vásquez, N., Mullo, E., & Cajo, M. (2025). El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible. *Esprint Investigación*, 4(1), 196-208. <https://doi.org/10.61347/ei.v4i1.105>
- Villagómez, K. (2024). *Turismo . Las tendencias culinarias y la identidad cultural de la población de la ciudad del puyo, provincia de Pastaza*. Universidad Técnica de Ambato , Ambato. Recuperado el 2025, de <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5d78c44e-9431-4687-a226-c8c78ec3c785/content>
- Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19, 100482. <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2020.100482>.



## APÉNDICES

### Apéndice 1: Formato de encuesta

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b>		Cuestionario N °:
		Fecha:
<p><b>Objetivo:</b> Recolectar datos sobre las percepciones, preferencias y experiencias de los residentes y turistas respecto a las hueecas en el cantón La Libertad, con el fin de identificar los establecimientos con mayor potencial para ser incluidos en una ruta turística gastronómica.</p> <p><b>Hueeca:</b> Las hueecas gastronómicas son sitios en los que pueden degustar exquisitos platos de comida tradicional de cada provincia. Estos platos son elaborados con productos del medio y de acuerdo a la demanda del cliente.</p>		
<p><b>A. Género</b>      Femenino ( )    Masculino ( )</p> <p><b>B. Residencia</b>    Nacional ( )    Internacional ( )</p>	<p><b>C. Edad</b></p> <p><input type="checkbox"/> 18-24 años                      <input type="checkbox"/> 45-54 años</p> <p><input type="checkbox"/> 25-34 años                      <input type="checkbox"/> 55-64 años</p> <p><input type="checkbox"/> 35-44 años                      <input type="checkbox"/> 65 años o más</p>	
<p><b>1. ¿Cuál es su plato favorito del cantón La Libertad?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Encebollado</p> <p><input type="checkbox"/> Ceviche</p> <p><input type="checkbox"/> Arroz con menestra (Pollo/ Chuleta/Carne asada)</p> <p><input type="checkbox"/> Pescado asado</p> <p><input type="checkbox"/> Bandera</p> <p><input type="checkbox"/> Caldo de gallina</p> <p><input type="checkbox"/> Caldo de pata</p> <p><input type="checkbox"/> Guatita</p> <p><input type="checkbox"/> Seco de pollo</p> <p><input type="checkbox"/> Seco de chivo</p> <p><input type="checkbox"/> Picante</p> <p><input type="checkbox"/> Bolones (Chicharrón/ Queso/ mixto)</p> <p><b>2. ¿Con qué frecuencia visita hueecas en el cantón La Libertad?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Diario</p> <p><input type="checkbox"/> Semanal</p> <p><input type="checkbox"/> Mensual</p> <p><input type="checkbox"/> Rara vez</p> <p><b>3. ¿Qué elementos considera más importantes en una hueeca?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sabor de la comida</p> <p><input type="checkbox"/> Precio</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Ambiente</p> <p><input type="checkbox"/> Cantidad</p> <p><b>4. ¿Qué tan satisfecho está con la oferta gastronómica de las hueecas en el cantón La Libertad?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Neutral</p> <p><input type="checkbox"/> Insatisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Muy insatisfecho</p> <p><b>5. ¿Qué tan probable es que recomiende las hueecas de La Libertad a un turista?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muy probable</p> <p><input type="checkbox"/> Probable</p> <p><input type="checkbox"/> Neutral</p> <p><input type="checkbox"/> Improbable</p> <p><input type="checkbox"/> Muy improbable</p>	<p><b>6. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las hueecas en el cantón La Libertad?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Falta de promoción</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de infraestructura</p> <p><input type="checkbox"/> Competencia</p> <p><input type="checkbox"/> Inseguridad</p> <p><b>7. ¿Considera que una ruta de hueecas mejoraría la experiencia gastronómica en el cantón La Libertad?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><b>8. ¿Qué medios de promoción considera más efectivos para dar a conocer las hueecas?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, entre otros.)</p> <p><input type="checkbox"/> Aplicaciones móviles como Google Maps o TripAdvisor</p> <p><input type="checkbox"/> Publicidad por televisión</p> <p><input type="checkbox"/> Publicidad por radio</p> <p><input type="checkbox"/> Recomendación boca a boca</p> <p><input type="checkbox"/> Ferias gastronómicas</p> <p><b>9. ¿Qué tipo de actividades adicionales le gustaría encontrar en una ruta de hueecas?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Clases de cocina</p> <p><input type="checkbox"/> Degustaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Tours culturales</p> <p><b>10. ¿Qué motivó su visita a las hueecas?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Recomendación</p> <p><input type="checkbox"/> Curiosidad</p> <p><input type="checkbox"/> Experiencia</p> <p><input type="checkbox"/> Publicidad</p> <p><input type="checkbox"/> Ambiente</p> <p><b>11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Menos de \$5</p> <p><input type="checkbox"/> Entre \$5 y \$10</p> <p><input type="checkbox"/> Entre \$10 y \$15</p> <p><input type="checkbox"/> Más de \$15</p>	



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 2: Formato de ficha de observación a huecas**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS</b>			
<b>1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>Nombre del establecimiento:</b>		<b>Fecha de observación:</b>	
<b>Ubicación:</b>		<b>Horario de atención:</b>	
<b>2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>3. OFERTA GASTRONÓMICA</b>		<b>4. EXPERIENCIA AL CLIENTE</b>	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Bolón completo (mixto con queso y chicharrón)	Bolón de queso Bolón de chicharrón Bolón mixto (completo) Café Jugos naturales	<input type="checkbox"/> <b>Malo</b> <input type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Excelente</b>	<input type="checkbox"/> <b>Muy lento</b> <input type="checkbox"/> <b>Lento</b> <input type="checkbox"/> <b>Aceptable</b> <input type="checkbox"/> <b>Rápido</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy rápido</b>
<b>5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN</b>			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> <b>Malo</b> <input type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Excelente</b>	<input type="checkbox"/> <b>Malo</b> <input type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Excelente</b>	<input type="checkbox"/> <b>Malo</b> <input type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Excelente</b> <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> <b>Malo</b> <input type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Excelente</b>	<input type="checkbox"/> <b>Malo</b> <input type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> <b>Excelente</b>
<b>Observaciones adicionales</b>			



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 3: Formato entrevista a propietarios**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 	
<b>Entrevistados:</b>	<b>Fecha:</b>
<b>Nombre del experto:</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. Desde su experiencia, ¿qué características considera que debe tener una hueca gastronómica para ser atractiva?	
2. ¿Qué criterios recomendaría para seleccionar las huecas que integren una ruta gastronómica en el Cantón La Libertad?	
3. ¿De qué manera la implementación de una ruta de huecas gastronómicas podría contribuir al desarrollo del Cantón La Libertad? Considerando desde el aspecto económico, social y cultural.	
4. ¿Qué platos típicos del Cantón La Libertad cree que tienen mayor potencial para atraer clientes? ¿Por qué?	
5. ¿Qué estrategias de promoción serían más efectivos para dar a conocer esta ruta de huecas gastronómica?	
6. Desde su perspectiva, ¿Qué elementos son indispensables al diseñar una ruta de huecas como potenciador del turismo gastronómico en el Cantón La Libertad?	
7. ¿Qué desafíos prevé en la implementación de esta ruta? ¿Cómo cree que podrían superarse?	
8. Si tuviera que priorizar tres elementos clave para que esta ruta sea sostenible a largo plazo, ¿Cuáles serían?	

**Elaborado por:** Martín Muñoz Ana Cristin




**Apéndice 4: Formato entrevista a expertos**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 	
<b>Entrevistados:</b>	<b>Fecha:</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	

**Elaborado por:** Martín Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 5: Ficha de observación aplicada a huecas**

**Tabla 32. Ficha de observación – El mejor bolón**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS</b>			
<b>1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>Nombre del establecimiento:</b>	El mejor Bolón	<b>Fecha de observación:</b>	12/06/2025
<b>Ubicación:</b>	Cantón La Libertad, diagonal cementerio de la Libertad.	<b>Horario de atención:</b>	8am-2pm
<b>2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
			
<b>3. OFERTA GASTRONÓMICA</b>		<b>4. EXPERIENCIA AL CLIENTE</b>	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Bolón completo (mixto con queso y chicharrón)	Bolón de queso Bolón de chicharrón Bolón mixto (completo) Café Jugos naturales	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Muy lento <input type="checkbox"/> Lento <input type="checkbox"/> Aceptable <input checked="" type="checkbox"/> <b>Rápido</b> <input type="checkbox"/> Muy rápido
<b>5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN</b>			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente
<b>Observaciones adicionales</b>			
<p>Ha logrado posicionarse como un referente en la preparación de bolones en La Libertad. Inicialmente el local pertenecía a un ciudadano colombiano que por razones familiares decidió venderlo. Los actuales propietarios pasaron por un período difícil durante los primeros seis meses, con ventas mínimas, pero gracias a la calidad de sus productos lograron ganar clientela.</p>			

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina


**Tabla 33.** Ficha de observación - Encebollado El Rey

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b>			
<b>FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS</b>			
<b>1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>Nombre del establecimiento:</b>	El encebollado El Rey	<b>Fecha de observación:</b>	12/06/2025
<b>Ubicación:</b>	Cantón La Libertad, Av. 20 Calle 16	<b>Horario de atención:</b>	7am-3:30pm
<b>2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
			
<b>3. OFERTA GASTRONÓMICA</b>		<b>4. EXPERIENCIA AL CLIENTE</b>	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Encebollado albacora de	Encebollado mixto con camarón Arroz marinero Ceviches variado	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Muy lento <input type="checkbox"/> Lento <input checked="" type="checkbox"/> <b>Aceptable</b> <input type="checkbox"/> Rápido <input type="checkbox"/> Muy rápido
<b>5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN</b>			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input checked="" type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente
<b>Observaciones adicionales</b>			
La ubicación actual era una casa familiar que decidió aprovechar para el negocio. El sabor característico y la frescura de sus ingredientes son aspectos destacados por los clientes.			

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina




Tabla 34. Ficha de observación - El Banderazo

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS</b>			
<b>1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>Nombre del establecimiento:</b>	El Banderazo	<b>Fecha de observación:</b>	13/06/2025
<b>Ubicación:</b>	Avenida Eleodoro Solorzano. Diagonal a mueblería Avila, La Libertad,	<b>Horario de atención:</b>	6:30pm-11pm
<b>2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
			
<b>3. OFERTA GASTRONÓMICA</b>		<b>4. EXPERIENCIA AL CLIENTE</b>	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Bandera completa	Bandera completa Bandera con pollo Bandera con carne Bandera con chuleta Jugos naturales	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Muy lento <input type="checkbox"/> Lento <input type="checkbox"/> Aceptable <input type="checkbox"/> Rápido <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy rápido</b>
<b>5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN</b>			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input checked="" type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Excelente</b>
<b>Observaciones adicionales</b>			
La relación calidad-precio es uno de los aspectos más valorados por los clientes, así como la autenticidad de sus preparaciones que mantienen el sabor tradicional de la región.			

Fuente: Huecas del cantón La Libertad

Elaborado por: Martin Muñoz Ana Cristina

Tabla 35. Ficha de observación - Sabor y Caña

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS			
1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
<b>Nombre del establecimiento:</b>	Sabor y Caña	<b>Fecha de observación:</b>	13/06/2025
<b>Ubicación:</b>	Cdla. Enriquez Gallo Av.16 entre calles 37 y 38, La Libertad, Ecuador	<b>Horario de atención:</b>	<b>4:00pm-11:00pm</b>
2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO			
			
3. OFERTA GASTRONÓMICA		4. EXPERIENCIA AL CLIENTE	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Costilla a la parrilla con menestra	Pollo asado Carne asada Chuleta Pescado asado (Todos acompañados de arroz y menestra)	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Muy lento <input type="checkbox"/> Lento <input checked="" type="checkbox"/> <b>Aceptable</b> <input type="checkbox"/> Rápido <input type="checkbox"/> Muy rápido
5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Excelente</b>	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Excelente</b> <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Excelente</b>
<b>Observaciones adicionales</b>			
Según lo mencionado por el personal, la competencia es uno de sus principales desafíos debido al creciente número de emprendimientos en la zona.			

Fuente: Huecas del cantón La Libertad

Elaborado por: Martin Muñoz Ana Cristina

**Tabla 36.** Ficha de observación - Cevichería El Ñato

 UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE TURISMO 			
<b>FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS</b>			
<b>1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>Nombre del establecimiento:</b>	Cebichería el Ñato	<b>Fecha de observación:</b>	13/06/2025
<b>Ubicación:</b>	La Libertad, Avenida novena	<b>Horario de atención:</b>	9:30am-5:30pm
<b>2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
			
<b>3. OFERTA GASTRONOMICA</b>		<b>4. EXPERIENCIA AL CLIENTE</b>	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Ceviche de pangora	Ceviches (camarón, pescado, mixto, concha) Arroz marineró Cazuela de mariscos	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Muy lento <input type="checkbox"/> Lento <input type="checkbox"/> Aceptable <input checked="" type="checkbox"/> <b>Rápido</b> <input type="checkbox"/> Muy rápido
<b>5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN</b>			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> <b>Muy bueno</b> <input type="checkbox"/> Excelente
<b>Observaciones adicionales</b>			
El propietario tiene planes de implementar aire acondicionado para mejorar la experiencia del cliente en épocas de calor.			

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

Tabla 37. Ficha de observación - Asadero La Esquina De Amparito



 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
FICHA DE OBSERVACION PARA HUECAS			
1. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
<b>Nombre del establecimiento:</b>	La Esquina de Amparito	<b>Fecha de observación:</b>	13/06/2025
<b>Ubicación:</b>	La Libertad, Avenida novena	<b>Horario de atención:</b>	<b>6:00pm-11:00pm</b>
2. FOTOGRAFIA DEL ESTABLECIMIENTO			
			
3. OFERTA GASTRONÓMICA		4. EXPERIENCIA AL CLIENTE	
<b>Plato estrella</b>	<b>Platos</b>	<b>Atención al cliente</b>	<b>Tiempo de espera</b>
Arroz con menestra y carne asada	Arroz con menestra y pollo Arroz con menestra y chuleta Seco de pollo Seco de carne	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Muy lento <input type="checkbox"/> Lento <input checked="" type="checkbox"/> <b>Aceptable</b> <input type="checkbox"/> Rápido <input type="checkbox"/> Muy rápido
5. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN			
<b>Imagen del establecimiento</b>	<b>Imagen personal</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Accesibilidad</b>
<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input checked="" type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente <b>Promoción</b> <input type="checkbox"/> Malo <input checked="" type="checkbox"/> <b>Regular</b> <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno</b> <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente
<b>Observaciones adicionales</b>			
La Esquina de Amparito es un establecimiento tradicional que ha ganado reconocimiento por la sazón casera de sus platos, especialmente el arroz con menestra.			

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 6: Ficha de observación aplicada a huecas**



**Tabla 38. Entrevista - El mejor bolon**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>Entrevistados:</b>	Propietarios de las huecas gastronómicas	<b>Fecha:</b>	12/06/25
<b>Nombre del establecimiento:</b>	El Mejor Bolón		
<b>Preguntas</b>		<b>Respuestas</b>	
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	Tiene 11 años de presencia en el mercado local; siempre ha sido uno de los lugares de referencia en la preparación de bolones en La Libertad.		
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	Originalmente, el local fue cerrado por un ciudadano colombiano que, debido a ciertos problemas familiares, dejó el país; los actuales propietarios lo compraron a un precio muy accesible. Durante los seis primeros meses se enfrentaron a las ventas mínimas, pero los propietarios no tiraron la toalla y lograron que los residentes locales apreciaran la calidad de su producto.		
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	La tienda es conocida como por las 2 recetas principales, estos son el bolón tradicional con queso, luego el bolón con chicharrón. Ambos son pedidos con mucha frecuencia; sin embargo, los clientes piden con mayor frecuencia el bolón con chicharrón; les encanta la receta por el equilibrio de los sabores tradicionales, receta que pueden combinar con bebidas frías o calientes.		
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	Los principales desafíos a los que se enfrentan como establecimiento es que existen muchas alternativas para en el mercado con las que deben competir, siendo esto el mayor desafío ya que tiene que buscar estrategias, medios de promoción, publicidad y ampliar recetas pero sobretodo mantener la calidad de las preparaciones.		
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	Es una idea brillante, no solo para el negocio de ellos, porque estos unificarían a los mejores lugares y permitirán que los clientes tengan variedad y visiten varios lugares en un recorrido ya diseñado. Se expresó que tiene planes de ingresar a un curso relacionado al turismo gastronómico ya que esto beneficiaría en su conocimiento no solo en cómo tratar y servir a sus comensales actuales sino prepararse para nuevos clientes y potenciales turistas.		
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	Ellos combinan varios modos, unifican referencias boca a boca, publicidad en redes sociales, publican y mantienen al público activo y consciente de que se encuentran laborando, además se encargan de mantener siempre información actualizada en redes y en google maps en lo que respecta a horarios y platillos.		
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	El sitio tiene planeado amentar la cantidad de variedad de desayunos sobretodo tradicional y variar en productos con frutas que impliquen bebidas. Al hacerlo, les garantizaría más éxito y aseguraría mas variedad y atracción de clientes nuevos.		

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina



**Tabla 39. Entrevista - Encebollado El Rey**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>Entrevistados:</b>	Propietarios de las huecas gastronómicas	<b>Fecha:</b>	12/06/25
<b>Nombre del establecimiento:</b>	Encebollado El Rey		
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>		
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	El establecimiento tiene 8 años operando en la ubicación actual, sus inicios se remontan hace poco más de 10 años, pero este fue en un pequeño lugar como tipo emprendimiento con una carretilla y luego pudieron formalizarse.		
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	El propietario que fue una coincidencia que al final resultó favorable, ya que tenía en mente otras ideas que no se llevaron a cabo. La propiedad donde funcionan y brindan servicios es un sitio donde vivían sus padres que ya fallecieron, que inicialmente era alquilada sin embargo decidió que ya que tenía un sitio podría crear un negocio.		
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	Su especialidad es el encebollado de albacora, este es considerado su platillo insignia, aunque oferta variedad de encebollado como el mixto, el que contiene camarón y además oferta en días específicos el arroz marinero y algunos tipos de ceviches.		
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	El principal desafío es la competencia ya que este platillo se vende en varios locales a nivel cantón y provincia, sin embargo se reconoce que el sitio es uno de los más conocidos y además uno de los que más tiempo tiene en el mercado. También se trabaja constantemente en mantener la calidad y frescura de sus ingredientes, especialmente los mariscos, para garantizar la satisfacción de sus clientes.		
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	El propietario cree que es una iniciativa valiosa que a los establecimientos que formen parte del mismo los hará más visibles y más aún si se realiza de manera oficial en donde se promueva el turismo en el cantón en el que aún no se realiza mucha actividad de este tipo.		
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	El establecimiento combina la promoción tradicional de boca a boca con presencia en redes sociales y participación ocasional en ferias gastronómicas locales. Está estrategia les permite mantener contacto con clientes habituales mientras atraen a nuevos consumidores.		
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	Entre las mejoras contempladas se encuentra la renovación del mobiliario para ofrecer mayor comodidad a los comensales y posibles ajustes en la presentación de los platos para hacerlos visualmente más atractivos sin alterar su sabor tradicional.		

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martín Muñoz Ana Cristina



**Tabla 40. Entrevista - El Banderazo**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>Entrevistados:</b>	Propietarios de las huecas gastronómicas	<b>Fecha:</b>	13/06/25
<b>Nombre del establecimiento:</b>	Banderazo		
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>		
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	El establecimiento funciona hace aproximadamente 7 años ha evolucionado desde un pequeño negocio familiar, hasta lo que es hoy que se ha convertido en un punto referente en la zona.		
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	La propiedad donde actualmente funciona el local pertenecía a su familia y, aunque inicialmente consideró otros usos, finalmente decidió aprovecharla para un emprendimiento gastronómico. Comenzó con una pequeña carretilla que gradualmente evolucionó hasta convertirse en el establecimiento actual.		
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	El establecimiento se especializa en el platillo llamado bandera un plato tradicional que combina arroz, guatallarin, seco de pollo, pescado esta ofrece variaciones con diferentes proteínas como pollo, pescado, también se puede combinar con guatita la bandera completa es el plato más solicitado ya que es el que más porciones y más sabor tiene.		
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	El desafío mencionado es la competencia además de la variedad de muchos establecimientos que brindan los mismos platillos como el banderazo. El propietario trabaja constantemente en mantener la calidad de sus ingredientes y la originalidad de las recetas que ha logrado obtener clientes fieles a lo largo de los años.		
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	El propietario indica que le aprece una idea buena e innovadora que haría que noten más la actividad gastronómica en el cantón ya que no es considerado turístico o al menos se piensa que es mayormente comercial.		
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	El establecimiento utiliza principalmente el boca a boca de clientes satisfechos, además siempre trata de mantenerse activo en redes.		
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	El pretende ampliar el espacio ya que actualmente aunque se encuentran cómodos, considera que necesita un poco más de espacio para tener un espacio óptimo para el recibimiento de los usuarios y mayormente por seguridad que el espacio se amplíe dentro del sitio.		

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina



**Tabla 41. Entrevista - Sabor y Caña**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>Entrevistados:</b>	Propietarios de las huecas gastronómicas	<b>Fecha:</b>	13/06/25
<b>Nombre del establecimiento:</b>	Sabor y Caña		
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>		
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	El establecimiento tiene aproximadamente 6 años de funcionamiento. El entrevistado menciona que lleva 3 años trabajando allí, pero el local ya operaba 2 años antes de su incorporación y ya estaban establecidos.		
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	El establecimiento nació de la unificación de ideas de varias personas que se dedicaban al sector de alimentos y bebidas. Los propietarios, motivados por el deseo de tener su propio negocio, decidieron aplicar su experiencia y conocimientos para ofertar asados de calidad.		
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	Se especializa en asados, ofrece variedad en esto como; costillas, pollo, carne, chuleta y pescado. La costilla a la parrilla destaca como el plato más solicitado, de modo que, se convierte en su especialidad principal por su sabor y preferencia de los comensales.		
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	El principal desafío es la competencia creciente en la provincia y ya que mucha gente opta por vender comida es complicado mantenerse por eso siempre tratan de mantenerse fieles a todos sus aspectos que los han hecho conocidos en estos años como el sabor, el precio, los ingredientes, el servicio y siempre la presentación de platos y establecimiento.		
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	El entrevistado considera que una ruta de restaurantes sería una iniciativa muy beneficiosa, especialmente para los visitantes que desconocen al cantón que actualmente es más comercial. Destaca que este tipo de proyecto permitiría que cada establecimiento participante tenga más clientes y de esa manera publicitarse.		
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	El establecimiento usa redes sociales como Facebook y tik Tok que consideramos que son los principales así promocionamos nuestros diferentes platos, estas plataformas permiten mostrar visualmente las preparaciones y conectar con los potenciales clientes es decir que vía redes sociales observen el platillo su presentación y la calidad de los ingredientes que se usan y luego visitar el establecimiento, los clientes hoy en día valoran mantenerse actualizados del cómo se ve y cómo se crean los platillos mediante redes.		
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	El establecimiento contempla diversas mejoras orientadas a enriquecer la experiencia del cliente, como la ampliación de su carta para incluir nuevas opciones de asados y acompañamientos. También consideran mejorar aspectos del servicio y la presentación de los platos para destacar.		

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina



**Tabla 42. Entrevista - Cebichería El Ñato**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>Entrevistados:</b>	Propietarios de las huecas gastronómicas	<b>Fecha:</b>	13/06/25
<b>Nombre del establecimiento:</b>	Cebichería El Ñato		
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>		
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	El establecimiento inició con padre del actual propietario, cuenta con 15 años de funcionamiento logrando ser muy conocido en el sector a nivel cantón y provincia.		
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	La idea surgió del padre del actual propietario, quien durante un viaje a Canadá conoció una preparación similar a un cóctel de camarones. Esta experiencia lo inspiró a investigar sobre diferentes preparaciones y adaptarlas al gusto local. El propietario explica que existe una diferencia la cual en otros sitios que pudo visitar y luego de investigación conoció que, entre el "ceviche" tradicional con "v" chica, es preparado con limón, y el "cebiche" con "b" grande, incorpora jugo de naranja y salsa de tomate, siendo este último la especialidad que los caracteriza ya que con esa preparación se hicieron conocidos.		
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	Se especializa en cebiches, ofrece variedad en esto como; cebiche de camarón, pescado, churo, pulpo, calamar, cangrejo, langosta, pangora y mixtos. El cebiche de pangora destaca como el plato más solicitado, de modo que, se convierte en su especialidad principal por su sabor y preferencia de los comensales.		
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	El principal desafío es la cantidad de personas que ofertan ceviche en varias modalidades porque al ser mucha la clientela ellos corren el riesgo de disminuir no tanto por el sabor sino por ubicación o precios que pueden ser competitivos, sin embargo confían en que su clientela es fiel y seguirá manteniéndose debido a los largos años que tienen en el mercado.		
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	El propietario considera que es una excelente iniciativa. Menciona que anteriormente existió un proyecto similar en La Libertad que incluía recorridos en chiva donde cada establecimiento presentaba sus productos con pancartas promocionales, proyecto que debido a pandemia no se concretó más allá de una prueba piloto.		
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	El establecimiento utiliza principalmente redes sociales como Instagram, Facebook y recientemente abrió una cuenta de TikTok para promocionar sus productos. El propietario afirma que estar presente en todas las redes o al menos en las de tendencia es cada vez más importante.		
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	Entre las mejoras planificadas destaca la instalación de aire acondicionado para brindar mayor comodidad a los clientes, especialmente durante la época de calor cuando los ventiladores resultan insuficientes, esta mejora está programada para finales de año ya que actualmente la época está un poco más fría.		

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martín Muñoz Ana Cristina

**Tabla 43. Entrevista - La esquina de Amparito**


 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b> 			
<b>Entrevistados:</b>	Propietarios de las huecas gastronómicas	<b>Fecha:</b>	13/06/25
<b>Nombre del establecimiento:</b>	La esquina de Amparito		
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>		
1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su establecimiento?	El establecimiento cuenta con aproximadamente 9 años de trayectoria en La Libertad, consolidándose como un referente en la preparación de platos tradicionales, especialmente el bandera que es lo que buscan la mayoría de los comensales, como el guatallarin.		
2. ¿Cómo surgió la idea de abrir su establecimiento?	La propietaria llamada Amparito, relata que el negocio surge por una vocación nata hacia la cocina, esto comenzó con preparaciones en reuniones familiares, luego evolucionó a un negocio más formal con el apoyo de su familia, además su ubicación le sirvió mucho debido a su visibilidad ya que es una calle muy transitada.		
3. ¿Qué platos típicos ofrece su establecimiento? ¿Cuál es el de más salida?	El establecimiento se especializa en la oferta de bandera acompañado de diferentes opciones de proteína como guatita, pollo o también pescado, sin embargo también ofrecemos secos de pollo preparados con recetas tradicionales.		
4. ¿Qué desafíos enfrenta su establecimiento para atraer clientes?	Entre los principales desafíos que enfrentamos como establecimiento es la competencia en el sector gastronómico además de mantener la calidad del servicio y en la calidad de los ingredientes usados para las preparaciones ya que de eso depende fidelizar a los clientes y luego atraer nuevos.		
5. ¿Qué opina sobre la idea de crear una ruta turística gastronómica?	Se considera que es una iniciativa valiosa que permitiría crear visibilidad a los establecimientos locales además se promueve la gastronomía entre los visitantes y podríamos empezar a considerar al cantón como un sitio de gastronomía tradicional para compartirlas con un público más amplio ya no solo comensales locales sino visitantes de otras provincias.		
6. ¿Qué medios de promoción utiliza para dar a conocer su establecimiento?	El establecimiento se apoya principalmente en el boca a boca de clientes satisfechos, además también participan en ciertos eventos gastronómicos, tienen presencia en cuanto a su ubicación en google maps, sin embargo no poseen redes lo cual es algo que deben mejorar.		
7. ¿Qué mejoras cree que podrían implementarse en su establecimiento para atraer clientes?	Entre las mejoras contempladas se encuentra la renovación gradual del mobiliario para ofrecer mayor comodidad a los comensales, posibles mejoras en la fachada para aumentar la visibilidad del local, además de la creación de una red social que manejarán parte de su personal.		

**Fuente:** Huecas del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Martín Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 7: Entrevista aplicadas a expertos**


**Tabla 44. Entrevista - Experto 1**

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b>		
<b>Entrevistados:</b>	Expertos en la gastronomía	<b>Fecha:</b> 14/06/25
<b>Nombre del experto:</b>	Chef Oswaldo Valero	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	
1. Desde su experiencia, ¿qué características considera que debe tener una hueca gastronómica para ser atractiva?	Una hueca atractiva debe combinar autenticidad en sus recetas ancestrales un ambiente acogedor que refleje la cultura local y una presentación higiénica de los alimentos, la condición emocional con los comensales mediante algunas historias detrás de los platos también es clave al momento de diferenciarse entre las diferentes huecas del cantón.	
2. ¿Qué criterios recomendaría para seleccionar las huecas que integren una ruta gastronómica en el Cantón La Libertad?	Yo considero que se debe priorizar los locales contradictoria mínima de 6 años que estos presenten técnicas tradicionales y el uso de ingredientes locales, además deben ubicarse en zonas accesibles es decir en donde el visitante tenga facilidad de acceso y no se le ha complicado llegar, así como demostrar el compromiso con la mejora continua como por ejemplo capacitaciones sanitarias.	
3. ¿De qué manera la implementación de una ruta de huecas gastronómicas podría contribuir al desarrollo del Cantón La Libertad? Considerando desde el aspecto económico, social y cultural.	En el aspecto económico se encargaría de generar empleo directo e indirecto, en el ámbito social se revitalizaría los espacios más concurrentes cercanos ya que esto influiría en el flujo de personas conociendo el cantón lo que haría que tengan más visibilidad los establecimientos en el recorrido de estas huecas, sin embargo, el principal beneficio social sería el intercambio cultural y la relación que establece el visitante con la comunidad local que es el personal del establecimiento.	
4. ¿Qué platos típicos del Cantón La Libertad cree que tienen mayor potencial para atraer clientes? ¿Por qué?	Fritada (por su singularidad), choclo con cuerito (texturas contrastantes), y pescado asado (emblema costeño). Estos platos, al ser difíciles de replicar fuera de la zona, generan exclusividad turística.	
5. ¿Qué estrategias de promoción serían más efectivas para dar a conocer esta ruta de huecas gastronómicas?	Campañas en TikTok/Instagram con cocineros locales mostrando procesos artesanales, además de alianzas con influencers de turismo rural, y paquetes combinados con touroperadores que incluyan degustaciones guiadas.	
6. Desde su perspectiva, ¿Qué elementos son indispensables al diseñar una ruta de huecas como potenciador del turismo gastronómico en el Cantón La Libertad?	Infraestructura: Calles sin baches y doble vía. Seguridad: Rondas policiales y alumbrado público. Experiencia: Señalización bilingüe y mapas interactivos con rutas peatonales.	
7. ¿Qué desafíos prevé en la implementación de esta ruta? ¿Cómo cree que podrían superarse?	La resistencia de dueños a cambios y la competencia desleal, para lo que se puede establecer soluciones como talleres demostrativos de beneficios económicos y creación de un sello de calidad que diferencie a esta ruta de otras.	
8. Si tuviera que priorizar tres elementos clave para que esta ruta sea sostenible a largo plazo, ¿Cuáles serían?	1) App integrada con geolocalización de huecas y horarios. 2) Circuito temático vinculado a atractivos históricos. 3) Certificación sanitaria básica para generar confianza en visitantes.	

**Fuente:** Expertos en gastronomía

**Elaborado por:** Martín Muñoz Ana Cristina


Tabla 45. Entrevista - Experto 2

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b>		
<b>Entrevistados:</b>	Expertos en la gastronomía	<b>Fecha:</b> 14/06/25
<b>Nombre del experto:</b>	Roberto Rabotti	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	
1. Desde su experiencia, ¿qué características considera que debe tener una hueca gastronómica para ser atractiva?	El sitio deberá guardar costumbres, en las preparaciones, debe reconocer aquello la comunidad y permitir que los comensales dialoguen con las cocineras. La memoria oral manda sería importante que los cocineros den a conocer sobre la comida que venden en una ruta de huecas.	
2. ¿Qué criterios recomendaría para seleccionar las huecas que integren una ruta gastronómica en el Cantón La Libertad?	Es importante priorizar aquellos locales que tengan más de 6 años de experiencia o como un mínimo, que mantengan técnicas y utilicen ingredientes locales. Además, deben estar situados en áreas accesibles y mostrar un verdadero compromiso con la mejora continua.	
3. ¿De qué manera la implementación de una ruta de huecas gastronómicas podría contribuir al desarrollo del Cantón La Libertad? Considerando desde el aspecto económico, social y cultural.	El impacto económico sería notable, ya que crearía tanto empleo directo como indirecto. En el ámbito social, revitalizaría lugares. Desde el punto de vista cultural, ayudaría a preservar técnicas culinarias únicas, además de presentar al cantón como un destino turístico ya que hasta el momento es más comercial.	
4. ¿Qué platos típicos del Cantón La Libertad cree que tienen mayor potencial para atraer clientes? ¿Por qué?	Pescado asado, arroz con menestra acompañado con carne asada y encebollado. Estos platos, al ser difíciles de replicar en zonas diferentes hace que estos sean aún más especiales.	
5. ¿Qué estrategias de promoción serían más efectivos para dar a conocer esta ruta de huecas gastronómicas?	Yo creería que las campañas en TikTok/Instagram con cocineros locales o alianzas con influencers.	
6. Desde su perspectiva, ¿Qué elementos son indispensables al diseñar una ruta de huecas como potenciador del turismo gastronómico en el Cantón La Libertad?	Es indispensable que el exterior o infraestructura de las huecas esté en buenas condiciones como las calles sin baches, en cuanto a seguridad es necesario que sean huecas ubicadas en alumbrado público y además en calles donde existan las mejores condiciones de seguridad.	
7. ¿Qué desafíos prevé en la implementación de esta ruta? ¿Cómo cree que podrían superarse?	Pienso que podría influir la resistencia de los dueños a los cambios ya que crear una ruta puede tener actividades o preocupaciones extras, además la existencia de acciones o falencias en cuanto a lo diferente que puede ser recibir comensales a recibir turistas.	
8. Si tuviera que priorizar tres elementos clave para que esta ruta sea sostenible a largo plazo, ¿Cuáles serían?	Que todo este actualizado en la dirección vía Google Maps, en que exista un orden adecuado de recorrido y que se cuente con todos los aspectos necesarios para recibir turistas en cuanto a servicio, atención, explicación de platillos para completar la experiencia.	

**Fuente:** Expertos en gastronomía

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

Tabla 46. Entrevista - Experto 3

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b>	
<b>Entrevistados:</b> Expertos en la gastronomía	<b>Fecha:</b> 15/06/25
<b>Nombre del experto:</b>	Ing. Sergio Suarez especialista en turismo de diferentes tipos entre ellos gastronómico
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. Desde su experiencia, ¿qué características considera que debe tener una hueca gastronómica para ser atractiva?	Debe contar con sabor único, diferenciador, una buena ubicación y años de reconocimiento mínimo 5 años.
2. ¿Qué criterios recomendaría para seleccionar las huecas que integren una ruta gastronómica en el Cantón La Libertad?	Priorizar los que usen ingredientes que se consigan en el cantón mismo, por varias razones no solo facilidad sino rapidez, frescura de los platillos, aquellos que tengan una gran acogida y en lugares estratégicos
3. ¿De qué manera la implementación de una ruta de huecas gastronómicas podría contribuir al desarrollo del Cantón La Libertad? Considerando desde el aspecto económico, social y cultural.	Esto contribuiría a generar empleo sea de manera directa o indirecta. Además, permitirá abrirse camino hacia un cantón hacia el sector turismo.
4. ¿Qué platos típicos del Cantón La Libertad cree que tienen mayor potencial para atraer clientes? ¿Por qué?	En mi parecer podría incluir, el bolón, el banderazo, incluso el ceviche o el encebollado que se realizan con mariscos que se encuentran rápidamente y de manera cercana garantizando la buena calidad de las preparaciones.
5. ¿Qué estrategias de promoción serían más efectivos para dar a conocer esta ruta de huecas gastronómica?	Primero se debería contar con apoyo oficial como de una entidad pública como el GAD ya que solo así esta iniciativa tendría mayor alcance además de crear lazos y tener posibilidad de llevar a cabo estrategias que ayuden a darla a conocer.
6. Desde su perspectiva, ¿Qué elementos son indispensables al diseñar una ruta de huecas como potenciador del turismo gastronómico en el Cantón La Libertad?	Precisamente con la ayuda de las alianzas los elementos importantes pueden ser establecer publicidades originales y creativas que a su vez se presenten en sitios oficiales. Además, se debe contar con elementos que colaboren a la seguridad de las huecas.
7. ¿Qué desafíos prevé en la implementación de esta ruta? ¿Cómo cree que podrían superarse?	El principal desafío es la inseguridad que se vive a nivel nacional, pero en mayor escala, como sabemos el cantón vive dificultades en este aspecto y esto debe controlarse de alguna manera dentro o en el establecimiento tomado en cuenta para las huecas.
8. Si tuviera que priorizar tres elementos clave para que esta ruta sea sostenible a largo plazo, ¿Cuáles serían?	Capacitación para el personal que atenderá a los consumidores, es decir adecuación en la experiencia del usuario considerando que no solo serán huecas sino parte de una ruta turística, además del punto de la seguridad que es un aspecto esencial, finalmente la apariencia del establecimiento y su publicidad con esa apariencia en redes, o aplicaciones móviles.

**Fuente:** Expertos en gastronomía

**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 8:** *Evidencia de aplicación de entrevista*

**Apéndice.9** *Entrevista a propietarios de huecas* **Apéndice.10** *Entrevista a propietarios de huecas*



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina  
Cristina



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Apéndice.11** *Entrevista a propietarios de huecas*



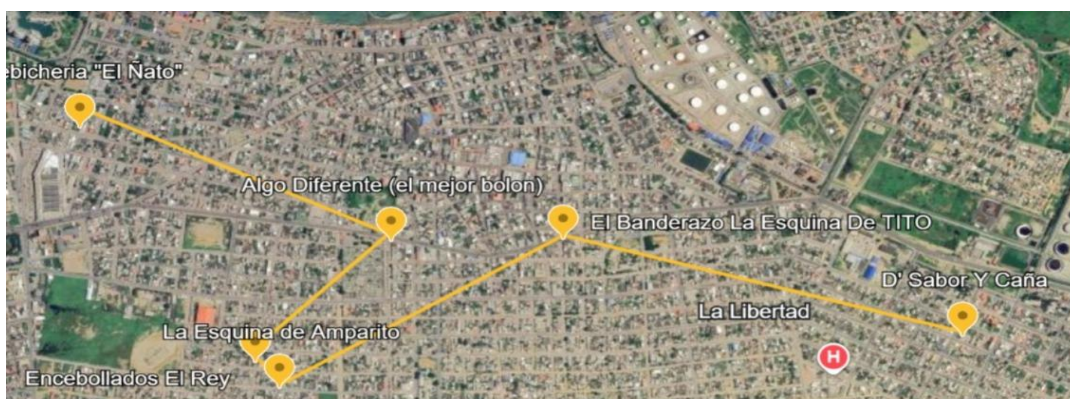
**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Apéndice.12 Entrevista a expertos



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Apéndice 13: Evidencia creación de ruta en Google Earth



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

### Apéndice.14 Creación ruta de huecas en Google Earth



**Elaborado por:** Martin Muñoz Ana Cristina

**Apéndice 16: Matriz de consistencia**

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	METODOLOGIA
Ruta de huecas como potenciador del turismo culinario en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, 2025	Problema General: ¿Cómo puede la implementación de una ruta de huecas potenciar el turismo culinario en el cantón La Libertad?	Objetivo General: Diseñar una ruta de huecas que potencie el turismo culinario del cantón La Libertad.	Variable Independiente: Ruta de huecas	Identificación de huecas	Reconocimiento de las huecas en el cantón	¿Cuál es su plato favorito del cantón La Libertad?	Enfoque: Mixto (cualitativo y cuantitativo)
		1. Identificar las huecas del cantón La Libertad con potencial turístico.			Elementos distintivos de las huecas	¿Qué elementos considera más importantes en una hueca?	Diseño: No experimental, transversal
		2. Analizar los elementos distintivos de la gastronomía local y su atractivo para los turistas.			Atractivo para los turistas	¿Con qué frecuencia visita huecas en el cantón La Libertad?	Alcance: Descriptivo
					Estrategias de promoción para la ruta de huecas	¿Qué tipo de actividades adicionales le gustaría encontrar en una ruta de huecas?	Técnicas: Revisión bibliográfica, encuestas, entrevistas, ficha de observación
				¿Qué motivó su visita a las huecas?	Procesamiento: Análisis cualitativo y estadístico descriptivo, Google Earth		
		3. Diseñar una ruta de huecas utilizando Google Earth para promover el turismo culinario.	Variable Dependiente: Promoción	Promoción de la ruta	Percepción de la experiencia gastronómica	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato?	Población: Turistas y residentes del cantón La Libertad – propietarios de huecas – expertos en gastronomía
		¿Qué medios de promoción considera más efectivos para dar a conocer las huecas?					
¿Tan probable es que recomiende las huecas de La Libertad a un turista?							
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las huecas en el cantón La Libertad?							
¿Considera que una ruta de huecas mejoraría la experiencia gastronómica en el cantón La Libertad?							