



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

**TEMA DEL ENSAYO “GASTRONOMÍA TÍPICA: UNA ALTERNATIVA AL
CATERING DE EVENTOS DEL CANTÓN SALINAS”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTORA:

IDROVO PACHECO CARMEN LISSETTE

PROFESOR GUÍA:

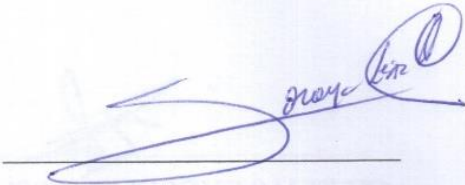
**ING. SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSC
LA LIBERTAD – ECUADOR**

2022

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “Gastronomía típica: una alternativa al catering de eventos del cantón salinas”, elaborado por la Srta. Carmen Lissette Idrovo Pacheco, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “Gastronomía típica: una alternativa al catering de eventos del cantón salinas” provincia de Santa Elena, elaborado por la Srta. Carmen Lisette Idrovo Pacheco, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa **Transferencia de los derechos autorales**. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,


CARMEN LISSETTE IDROVO PACHECO

C.I. 0924277486

CARMEN LISSETTE IDROVO PACHECO

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme brindado la oportunidad de ilustrarme de manera responsable en todo el camino de carrera estudiantil.

A Dios por ser la mano que me guio durante los momentos más difíciles y me mostro su amor dándome la fe que se requiere para conquistar las metas propuesta, colocando a docentes comprometidos con su profesión que me dieron las directrices a seguir para conquistar mis propios miedos.

A mi profesora guía, la Ing. Soraya Linzán por su gran aporte en la instrucción y la motivación que me brindo para culminar este ensayo y poder acceder a la profesionalización, como aspiración de mejores días los cuales beneficiaran a mi entorno familiar.

A mis padres por el apoyo incondicional y los consejos de seguir instruyéndome para obtener una profesión, a mis hijos quienes son el instrumento de motivación por los cuales tome la decisión de continuar preparándome y transformarme en un referente para que ellos sigan mis pasos.

CARMEN LISSETTE IDROVO PACHECO

DEDICATORIA

El siguiente trabajo es dedicado a toda mi familia quienes fueron un pilar incondicional de mi carrera profesional y en especial a dos personas que me motivaron y apoyaron e impulsaron a estudiar una profesión, aunque no están en vida, pero desde el cielo ellos ven felices mi logro en este momento, también a mis hijos por ser los motores impulsores a continuar mejorando como persona, como madre hija y nieta ya que siempre tendré presente cada palabra de aliento para no decaer frente a las vicisitudes que se presentan en el proceso de mejoramiento, y conquista de mis metas propuestas.

“El esfuerzo es la suma de muchos momentos en los cuales renunciamos al confort para lograr llegar a la meta trazada”.

CARMEN LISSETTE IDROVO PACHECO

TRIBUNAL DE GRADO

INDICE

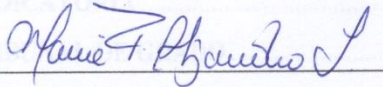
APROBACION DEL PROFESOR GUIA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

TR



Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.

**DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Lcda. Tannia K. Aguirre Suárez, MSc.

**DIRECTORA CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

CAPITULO I

MARCO TEORICO

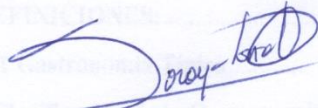
1.1 ESTADO DEL ARTE

1.2 DESARROLLO DE TEORIA Y CONCEPTOS

1.2.1 ORIGEN

1.3 DEFINICIONES

1.3.1



Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.

DOCENTE TUTOR



Lcda. Narcisa B. Vásquez Farfán, MSc.

DOCENTE ESPECIALISTA

1.4.1

1.4.2 Enfoque de la transición económica Egipc.

1.4.3 Precedente histórico en la gestión pública

1.4.4 Plata tradicional y gestión pública

1.4.5

1.4.6

1.4.7

1.4.8

1.4.9

1.4.10

1.4.11

1.4.12

1.5

1.5

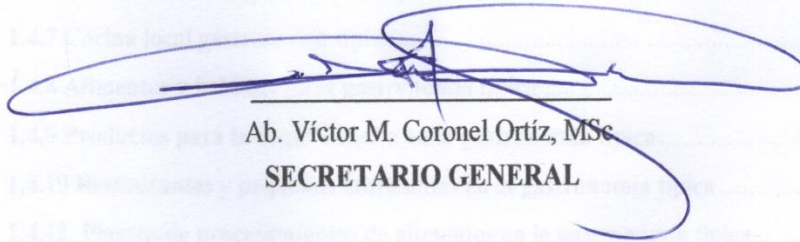
1.5

1.5

1.5

1.5

1.5



Ab. Víctor M. Coronel Ortiz, MSc.

SECRETARIO GENERAL

INDICE

AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
INTRODUCCIÓN	XI
CAPITULO I	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 ESTADO DEL ARTE	1
1.2 DESARROLLO DE TEORÍA Y CONCEPTOS	3
1.2.1 ORIGEN	3
1.3 DEFINICIONES:	3
1.3.1 Gastronomía Típica	3
1.3.2 Clasificación de la Gastronomía Típica	3
1.4 ELEMENTOS GASTRONOMÍA TÍPICA	3
1.4.1 DIMENSIONES	3
1.4.2 Gastronomía Regional	3
1.4.3 Enfoque de la tradición gastronomía típica	4
1.4.5 Precedente histórico gastronomía típica	4
1.4.6 Plato tradicional gastronomía típica	4
1.4.7 Cocina local gastronomía típica	4
1.4.8 Alimentos y bebidas en la gastronomía típica	4
1.4.9 Productos para la venta o hecho en la gastronomía típica	4
1.4.10 Restaurantes y pequeños fabricantes en la gastronomía típica	4
1.4.12. Plantas de procesamientos de alimentos en la gastronomía típica	5
1.5 INDICADOR	5
1.5.1 TIPOLOGÍAS DEL TURISMO.	5
1.5.2 Turismo cultural en la gastronomía típica	5
1.5.3 Turismo de negocio en la gastronomía típica	5
1.5.4 Ecoturismo	5
1.5.5 Turismo en la gastronomía típica	5
1.5.6 Turismo rural en la gastronomía típica	5
1.5.8 Turismo urbano en la gastronomía típica	5
1.5.9 Turismo de salud en la gastronomía típica	6
1.6 CARACTERÍSTICAS EN LA GASTRONOMÍA TÍPICA	6
CAPITULO II	7

MATERIALES Y MÉTODO	7
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	7
2.2.1 Investigación Exploratoria	7
2.2 MÉTODO	7
2.2.1 Inductivo	7
2.3 DISEÑO DE MUESTREO	7
2.3.1 No Probabilístico (Por Conveniencia)	7
2.4 DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	7
2.4.1 Muestra	7
2.4.2 Población	8
2.4.3 Encuestas	8
2.4.4 Entrevistas	8
CAPITULO III	9
RESULTADOS	9
3.1 ENCUESTAS A LOS TURISTAS	9
3.1.1 Tabla 1 GÉNERO	9
3.1.1 Figura1 GÉNERO	9
3.1.2 Tabla 2 EDAD	10
3.1.2 Figura 2 EDAD	10
3.1.3 Tabla 3 ESTADO CIVIL	11
3.1.3 Figura 3 ESTADO CIVIL	11
3.1.4 Tabla 4 NIEL DE ESTUDIO	12
3.1.4 Figura 4 NIVEL DE ESTUDIO	12
3.1.5 Tabla 5 SITUACIÓN LABORAL	13
3.1. 5 Figura 5 SITUACIÓN LABORAL	13
3.1.6 Tabla 6 INGRESO PROMEDIO MENSUAL	14
3.1.6 Figura 6 INGRESO PROMEDIO MENSUAL	14
3.1.7 Tabla 7 LUGAR DE PROCEDENCIA	15
3.1.7 Figura 7 LUGAR DE PROCEDENCIA	15
3.1.8 Tabla 8 MOTIVO DE VISITA	16
3.1.8 Figura 8 MOTIVO DE VISITA	16
3.1.9 Tabla 9 EPOCA PREFIERE VISITAR SALINAS	17
3.1.9 Figura 9 EPOCA PREFIERE VISITAR SALINAS	17
3.1.10 Tabla 10 ¿SABE CUÁL ES EL PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS? ..	18
3.1.10 Figura 10 ¿SABE CUÁL ES EL PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS? ..	18

3.1.11 Tabla 11 HA CONSUMIDO UN PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES.....	19
3.1.11 Figura 11 HA CONSUMIDO UN PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES.....	19
3.1.12 Tabla 12 PRECIO PROMEDIO QUE PAGARÍA POR UN PLATO TIPICO DEL CANTON SALINAS	20
3.1.12 Figura 12 PRECIO PROMEDIO QUE PAGARÍA POR UN PLATO TIPICO DEL CANTON SALINAS	20
3.1.13 Tabla 13 ¿QUÉ LUGAR A FRECUENTADO MÁS PARA TENER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN SALINAS?	21
3.1.13 Figura 13 ¿QUÉ LUGAR A FRECUENTADO MÁS PARA TENER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN SALINAS?	21
3.1.14 Tabla 14 ¿POR QUÉ MEDIOS PUBLICITARIOS CONOCE SOBRE PROMOCIONES GASTRONÓMICAS TÍPICAS DEL CANTÓN SALINAS?	22
3.1.14 Figura 14 ¿POR QUÉ MEDIOS PUBLICITARIOS CONOCE SOBRE PROMOCIONES GASTRONÓMICAS TÍPICAS DEL CANTÓN SALINAS?	22
3.1.15 Tabla 15 ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE EL TURISMO GASTRONÓMICO PARA EL CANTÓN SALINAS?.....	23
3.1.15 Figura 15 ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE EL TURISMO GASTRONÓMICO PARA EL CANTÓN SALINAS?.....	23
3.1.16 Tabla 16 ¿LE GUSTARÍA DEGUSTAR PLATOS ANCESTRALES DEL CANTÓN SALINAS?	24
3.1.16 Figura 16 ¿LE GUSTARÍA DEGUSTAR PLATOS ANCESTRALES DEL CANTÓN SALINAS?	24
3.1.17 Tabla 17 ¿QUÉ SATISFECHO SIENTE CUANDO DEGUSTA LA COMIDA TÍPICA EN EL CANTÓN SALINAS?.....	25
3.1.17 Figura 17 ¿QUÉ SATISFECHO SE SIENTE CUANDO DEGUSTA LA COMIDA TÍPICA EN EL CANTÓN SALINAS?.....	25
3.1.18 Tabla 18 ¿con que frecuencia visita lugares donde venden comida típica en el cantón Salinas?	26
3.1.18 Figura 18 ¿con que frecuencia visita lugares donde venden comida típica en el cantón salinas?.....	26
3.2 ENTREVISTAS CON LOS DUEÑOS DE RESTAURANTES	27
3.3 ENTREVISTAS CON LA POBLACIÓN	28
CONCLUSIONES:.....	29
RECOMENDACIONES:	30
BIBLIOGRAFÍA:.....	31
ANEXOS.....	34

TÍTULO DEL ENSAYO “GASTRONOMÍA TÍPICA: UNA ALTERNATIVA AL CATERING DE EVENTOS DEL CANTÓN SALINAS”

RESUMEN

La gastronomía típica es un medio que permite el desarrollo de los elementos productivos en el área de la alimentación, siendo un referente distintivo de cada lugar donde marcan la diferencia al momento de utilizar los diferentes ingredientes y procesos especiales para su elaboración, este trabajo trata de recoger ese proceso que se realizó representativamente y que identifica al Cantón Salinas durante la vida de crecimiento social y económico, el trabajo acopia desde el punto de vista de los diferentes puntos de modernización donde se clasifica e identifica los procesos típico y sincrónicos, demostrando la diferencia entre cada uno de los procesos gastronómico y así de esta manera se le da un plus al crecimiento a nuevos paradigmas, que sustentó en este trabajo con herramientas técnicas de investigación científica para determinar un muestreo idóneo y oportuno tanto para la población de estudio y la muestra, cada interrogante fue catalogada sintetizada para poder extraer su verdadero sentir del operador turístico, visitante y población su verdadero criterio sobre lo nuestro, frente a los nuevos procesos gastronómico, así de este modo se analizó cada paradigma planteado, se discutió los resultados y hallazgos de la entrevista el cual devela la influencia que puede tener una iniciativa que busca rescatar lo típico con lo autóctono, y de esa manera promover una gastronomía rica en sabores que cautivaron a quienes llegaron a este rincón y se perennizaron transformándose en un ciudadano más de este rincón patrio, demostrando que Salinas no es solo un destino turístico de sol y playa, sino que también un lugar donde su gastronomía puede ser un referente a nivel nacional.

Palabras claves: Gastronomía típica, procesos gastronómicos, puntos de modernización, destino turístico, Paradigmas.

ABSTRACT

Typical gastronomy is a means that allows the development of productive elements in the area of food, being a distinctive reference of each place where they make a difference when using the different ingredients and special processes for their preparation, This work tries to collect that process that was carried out representatively and that identifies the Salinas Canton during the life of social and economic growth, the work collects from the point of view of the different points of modernization where the typical and synchronous processes are classified and identified, demonstrating the difference between each of the gastronomic processes and thus in this way a plus is given to the growth of new paradigms, that supported in this work with technical tools of scientific research to determine a suitable and timely sampling for both the study population and the sample, each question was cataloged synthesized to be able to extract their true feeling from the tour operator, visitor and population their true criteria about what is ours, in the face of the new gastronomic processes, thus, each proposed paradigm was analyzed, The results and findings of the interview were discussed, which reveals the influence that an initiative that seeks to rescue the typical with the autochthonous can have, and in this way promote a gastronomy rich in flavors that captivated those who came to this corner and perennialized themselves, becoming one more citizen of this native corner, demonstrating that Salinas is not only a sun and beach tourist destination, but also a place where its gastronomy can be a benchmark at the national level.

Keywords: Typical gastronomy, gastronomic processes, points of modernization, tourist destination, Paradigms.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación con los acontecimientos de la situación actual, que se ha desarrollado a nivel mundial considerando a la emergencia sanitaria causada por el Covid-19, todos los países han dejado de generar ingresos económicos en el mercado turístico, al estar enfocados como su principal recurso en un turismo de sol y playa, sin percatarse que también se puede explorar otros recursos culturales, como una nueva posta a la variedad de oferta y como alternativa se presenta en la actualidad como turismo gastronómico dándole un realce al servicio de catering.

Para este trabajo de investigación se toma como referencia la actividad “Gastronomía típica: una alternativa al catering de eventos del cantón Salinas”, desde el aspecto de su tipología turística en el ámbito peculiar y característico para determinar su influencia tanto en sus proveedores y los turistas, tomando en cuenta como consecuencia lo que ha ocasionado en su actualidad el covid-19, dando de esta manera la oportunidad a los establecimientos gastronómicos a generar ingresos adecuándose a proyectos donde su impacto sea relevante.

De acuerdo a la indagación de la temática es imprescindible tener un punto de partida que empieza desde la pregunta de investigación de forma general la cual radica en: ¿el tema gastronomía típica es atrayente al considerarse una alternativa en el catering de eventos en el cantón Salinas?, en cuanto a las preguntas de la investigación de manera específica se refieren a: ¿Cuál es la gastronomía típica que se sustentara bibliográficamente?, ¿Cómo la utilización de las herramientas de la estadística inductiva no probabilística aporta a determinar la relación entre la gastronomía típica y el servicio de catering?, y ¿Cuáles son los hallazgos de la gastronomía típica que se evidencian principalmente?

Este trabajo de investigación tiene como objetivo general: Sustentar la gastronomía típica, mediante el levantamiento de información con bibliografías, entrevistas y encuestas en modalidad virtuales para un buen desarrollo en los resultados que se espera para fortalecer la investigación y la relación entre Las comidas típicas y el modelo de comercialización (catering) en el cantón Salinas en tiempos de emergencia sanitaria Covid-19, como objetivos específicos se recalcan: aplicar estrategias de estadísticas inductivas, no probabilísticas para la recolección de datos y su procesamiento, y por último evidenciar los principales hallazgos de la gastronomía típica y su relación con los servicios de catering.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se referencio al autor Arias, en el año 2012, investigación exploratoria radica en el tema de investigación que tiene ausencia de estudio y donde se tiene muchas dudas, en este caso el problema es la gastronomía típica, se partió de la información recopilada al realizar un análisis de su realidad actual y así se identificó los beneficio que tiene el cantón Salinas. Para la muestra de este trabajo se consideró los datos estadísticos del instituto nacional de estadísticas y censo del año 2010, en relación al cantón Salinas se efectuó 220 encuestas respectivamente a los turistas, 20 entrevistas direccionadas a los dueños de locales de alimentos y bebidas y 30 entrevistas a la población del cantón Salinas.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se realiza de la siguiente manera:

En el Capítulo I, abarca el estado del arte con referencias a trabajos de investigaciones nacionales e internacionales donde da desenlace a como es la gastronomía típica en cada uno de los sectores gastronómicos y su importancia en el turismo se fundamenta todos los aspectos epistemológico referentes al servicio de gastronomía y sus estrategias referenciales en lo que como acontecimientos en cada una de las definiciones expuestas, las estrategias mercadotecnicas hoy en día han tomado un giro incrustándose en la tecnología como un soporte donde se genera el posicionamiento que formen mayores recurso, tanto para la comercialización y producción.

Capítulo II, se desarrolló un sin número de análisis para determinar el tipo de investigación científica idónea que esté acorde al mercado y población de los objetivos planteados, radicando en una investigación exploratoria basándose al autor Arias en el año 2012, con un método inductivo referenciado por el autor Dávila en el año 2006, y un diseño de muestreo no probabilístico por conveniencia fundamentado por los autores Hernández, Fernández y Baptista en el año 2014, así se llega a las conclusiones acorde a lo planteado que el dinamismo que exige este medio o herramientas requieren de estrategias integradoras que permitan al investigador a develar lo que está sucediendo en medio investigativo.

Capítulo III, en este apartado se determinó mediante los análisis interpretativo basándose al sondeo de una población, turistas y dueños de locales gastronómicos mediante las herramientas de encuestas y entrevista, que la influencia que existe entre la tecnología y los nuevos paradigmas al momento de la selección de estrategias de producción culinaria se debe a los costos de los insumos para la preparación de cada plato para satisfacer los gustos y preferencias de los comensales, por lo que cada vez estos son más exigentes al momento de consumir, ya que la información es variada y rápida en cada destino lo cual hace que la competencia sea cerrada y con cierto sesgo.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ESTADO DEL ARTE

Del trabajo de investigación Estudio gastronómico, provincia de Imbabura, recolección de recetas tradicionales y rutas gastronómicas, de la autora Ivonne Dayana Jijón Achig, año 2014, cuyo objetivo es investigar la gastronomía tradicional de la provincia de Imbabura y recopilación de recetas tradicionales, estandarizadas y sugerir una ruta gastronómica, utilizo el método de investigación analítico, y sus resultados fueron compilación de recetas y platos, que pertenecen a la gastronomía tradicional, determinando a la vez, datos geográficos, demográficos, hidrografía, recursos naturales y datos socio culturales.

Del trabajo de investigación Propuesta de Estudio y Difusión de la gastronomía tradicional de la parroquia de Catarama del cantón Urdaneta de la provincia de Los Ríos y propuesta para su difusión, de los autores Alicia Lisbeth Infante Carranza y Jorge Luis Tigrero Bricio, año 2017, cuyo objetivo es elaborar propuesta de Estudio y Difusión de la gastronomía tradicional de la parroquia de Catarama del cantón Urdaneta de la provincia de Los Ríos y propuesta para su difusión, utilizo una metodología cualitativa, y sus resultados fueron el auge de la cocina moderna, su cultura gastronómica ha prevalecido, mediante el análisis de datos recopilados dentro del área de estudio y la implementación de ferias gastronómicas como recursos turísticos que genera la cultura gastronómica.

Del trabajo de investigación análisis de la gastronomía y culinaria del cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena, de la autora Karina Elizabeth Tapia León, año 2018, cuyo objetivo es identificar la cultura gastronómica del cantón Salinas y la parroquia Anconcito que comprende el golfo de Guayaquil, utilizo una metodología de investigación de campo, y sus resultados fueron la ubicación privilegiada da paso a sus actividades económicas más importante que es el turismo y la pesca, donde se realizan ferias gastronómicas para exhibir e impulsar la comercialización de los platos tradicionales y turismo, y así también llevándose a cabo concursos para elegir el mejor plato tradicional.

Del trabajo de investigación análisis gastronómico de la provincia de Esmeraldas como factor de desarrollo turístico, de los autores Tito Fernando Cedeño Bueno y Xiomara Nicole Chiriguaya Segura, año 2018, cuyo objetivo realizar un análisis gastronómico de la provincia de Esmeraldas como factor de desarrollo turístico, se utilizó los métodos cualitativo y cuantitativo, y sus resultados fueron la demanda turística entorno a motivaciones y actitud de la gastronomía que contribuye al mayor conocimiento, lo cual favorece a la oferta del destino turístico, los cuales muestran que existe buena actitud, intereses gastronómicos y su presencia como turismo gastronómico.

Del trabajo de investigación en su Incidencia del consumo y la preparación de platos típicos en la gastronomía del distrito de Santa María provincia de Huaura, de la autora Ellan'd Almir Karla Samanamud Quispe, año 2020, cuyo objetivo explicar si el consumo y las diferentes preparaciones de ensaladas influyen en la gastronomía del distrito de Santa María provincia de Huaura, es utilizo los métodos descriptivo-cuantitativo y explicativo o casual, y sus resultados fueron representada por una moderada asociación la cual existe la influencia del consumo y las diferentes preparaciones de su gastronomía y como resultado al arte culinario que representa a promover el consumo propio que lo caracteriza.

Del trabajo de investigación análisis de las influencias extranjeras en la gastronomía peruana con respecto a la decisión de compra del consumidor en los malls de la ciudad de Arequipa, de los autores Medalid Ccapa Ccama y Maydi Verónica Corzo, año 2017, cuyo objetivo analizar las influencias extranjeras gastronómica de los fast foods en los malls con respecto a la decisión de compra del consumidor en la provincia de Arequipa, utilizo una metodología explicativo, y como resultado fueron que en su mayoría de consumidores optan por elegir comidas de este tipo de gastronomía, determinando que los principales factores influyen en esta decisión son sociales y personales.

Del trabajo de investigación patrimonio gastronómico tradicional y su puesta en valor turístico recreativo estudio de caso: colonia Santa María Coronel Suárez, de la autora Juliana Agüero, año 2019, cuyo objetivo reconocer la importancia del legado gastronómico de los inmigrantes Alemanes del Volga en colonia Santa María a través de una propuesta de turismo gastronómico, utilizo una metodología enfoque mixto de alcance exploratorio, y como resultado fueron segmentos que se caracterizaron por su preferencia de visitar destino cuya atracción primaria es la gastronomía al permitir conocer la cultura del lugar, diferentes recetas y maneras de cocinar.

Del trabajo de investigación aporte de la gastronomía en el turismo del distrito de Piura, de la autora Katty Enith Vegas Serrano, año 2018, cuyo objetivo determinar el aporte de la gastronomía en el turismo del distrito de Piura, utilizo una metodología no experimental, y como resultado fueron habiéndose detectado que al mejorar la gastronomía pues aumenta el número de restaurantes constituidos del mismo modo mejora el turismo, a través del conocimiento de la evolución y comportamiento de la oferta del servicio debido a su gastronomía adquiere prestigio en esta zona geográfica y da paso al conocimiento también de bebidas tradicionales.

Del trabajo de investigación centro desarrollo gastronómico y turismo sostenible en Lurín, de los autores Merly Ebony Delgadillo Yupanqui y Vanessa Milagros Pérez Mayta, año 2019, cuyo objetivo desarrollar un proyecto urbano arquitectónico para crear un centro de desarrollo gastronómico y turismo sostenible cuyo propósito sea potenciar la gastronomía peruana como un atractivo y producto turístico, utilizo una metodología bibliográfica, y como resultado fueron consolidándose como los recursos que motiva al turismo y que su entorno competitivo mejore y genere cambios para mantenerse en posición privilegia y sea innovadora en eventos sociales-culturales.

Del trabajo de investigación la gastronomía tradicional del distrito de Catacaos Piura en el 2018, de la autora Claudia Beatriz Oblea Cruz, año 2019, cuyo objetivo determinar investigación la gastronomía tradicional del distrito de Catacaos Piura en el 2018,

utilizo una metodología no experimental, y como resultado fueron encontrados en la recopilación de datos que se basan a platillos tradicionales de alta demanda que su denominación de origen o historias, técnicas, tradicionales y no tradicionales se elaboran con insumos netamente extraídos de la región, de esta forma se remonta a la antigüedad la creación de las recetas con los ingredientes cosechados en el lugar para que no pierda su esencia.

1.2 DESARROLLO DE TEORÍA Y CONCEPTOS

1.2.1 ORIGEN

La historia en lo que se especifica a gastronomía se basa a que se remonta al pasado, los gastrónomos inician su estudio al reunir evidencias sobre la visualización del hombre prehistórico y características que se permite identificar patrones alimentarios existentes. La gastronomía como se la conoce aporta estudios antropológicos con evidencian y cambios importantísimos en el régimen alimentario del periodo arcaico, que es el descubrimiento y el uso del fuego, donde se perfecciona la caza, domestican a los animales y es donde nace la agricultura. De esta manera se permite que la antropología muestre que el hombre al cocinar sus alimentos desarrolle métodos de cocción donde de esta manera los alimentos se cocinan sin estar expuestos directamente al fuego. (Bode, 1999)

Se puede decir que la relación entre el hombre y los alimentos es bien amplia, de igual forma la palabra gastronomía es bien definida por el vocablo griego gastros, que quiere decir estómago y la palabra nomosque que define a su conocimiento en alimentos que se pueden ingerir; aunque también se conceptualiza como el arte y ciencia de los alimentos culinarios. (Zahari, Jalis, Zulfifly, & Radzi, 2009)

1.3 DEFINICIONES:

1.3.1 Gastronomía Típica

Cuando se tiene el agrado degustar alimentos típicos del lugar de destino a lo largo de su viaje, esto representa una experiencia única cultural por ofrecer la posibilidad distinguir gustos y sensaciones diferentes a lo cotidiano, así de esta forma facilita el contacto entre turista y residente esto permite un intercambio cultural agradable y satisfactorio. (Quan & Wang, N., 2004)

1.3.2 Clasificación de la Gastronomía Típica

En cuanto a la clasificación de la gastronomía típica se refiere se detalla a la captación del ambiente que el lugar lo amerita como es en una zona costera se basa al marisco y a las diferentes ofertas que se pueda obtener de tal producto costero que es agradable para el paladar del turista

1.4 ELEMENTOS GASTRONOMÍA TÍPICA

1.4.1 DIMENSIONES

1.4.2 Gastronomía Regional

En lo que se refiere a la gastronomía regional se muestra como un patrimonio social e histórico, al ser enriquecido generosamente en la creación y transformación de alimento regional y en los saberes que sean puestos en prácticas componentes en las cocinas

regionales como patrimonio intangible en la sociedad y comunidades como piezas fundamentales en su economía regional. (Padilla, 2006)

1.4.3 Enfoque de la tradición gastronomía típica

Representa un valor significativo el recurso donde se ofrece potenciales actividades gastronómicas llenas de tradición ancestral para degustación del turista y de esta forma proponer su innovadora experiencia en platos típicos del territorio. (Ortega, Sánchez, J. , & Hernández, J. , 2012)

1.4.5 Precedente histórico gastronomía típica

Cuando se mantiene el conocimiento culinario que representa un arte importante en el precedente histórico como la identidad en la sociedad postmoderna hasta el fin de convertirse en una autenticidad un lugar y de la comunidad frente a la creciente que aprueba la gastronomía como un fenómeno globalizado en platos tradicionales y comidas típicas. (Ritzer, 1995)

1.4.6 Plato tradicional gastronomía típica

Las costumbres de los platos tradicionales y elaboraciones locales son elementos fundamentales donde esta actividad se transforma y moldean dándole al lugar un espacio importante por ser parte de la cultura local y a su constituyen como arte de la oferta turística que se le propone al visitante. (Tramontin & Gonçalves, J. M., 2010)

1.4.7 Cocina local gastronomía típica

Son platillos cotidianos que se cocinan con los alimentos frescos que se produce en la localidad, de esta manera se pone en práctica el conocimiento del arte culinario netamente de la cocina local, por ende, se relaciona con historia en la que pertenece a sus deseos de conocer su identidad a través de sus gustos y sabores, de este modo se señala que este arte viene de tradiciones ancestrales, como una actividad y técnica empleada para ser procesada, preparada, servida y finalmente consumida. (Valls, 2004)

1.4.8 Alimentos y bebidas en la gastronomía típica

En los productos de alimentos y bebida en la gastronomía típica son hechos de calidad por nativos del lugar que han adquiridos las recetas para el proceso de cultivo de alimentos y la elaboración de las bebidas, es vital importancia mantener el producto, así de esta manera se aprovecha turísticamente la gastronomía tradicional y conservando este patrimonio para que no se pierda. (Richards, 2002)

1.4.9 Productos para la venta o hecho en la gastronomía típica

Es enriquecedor cultivar los alimentos, da un toque de emoción, experiencia y da paso a la cultura darle vida a no perder tradiciones agroalimentarias y los hábitos culinarios que se forja en un destino turístico, al ofertar importantes recursos para el mercado turístico actual y satisfaciendo al turista moderno que está en busca de emociones en cada uno de sus recorridos turísticos. (Cuenca, Ávila, R. , & Barrado, D., 2005)

1.4.10 Restaurantes y pequeños fabricantes en la gastronomía típica

Es un establecimiento público enfocado para servir platos exquisitos, así mismo compran sus productos a pequeños proveedores que generan la distribución de los alimentos a domicilio, así de esta forma son preparados y vendidos sus platos, tanto alimentos como bebidas, donde son consumidos en el propio restaurante. (Morfin, 2004)

1.4.12. Plantas de procesamientos de alimentos en la gastronomía típica

La elaboración de productos alimenticios cuenta con maquinarias industriales donde se cumple con todos los principios y regulaciones de higiene que son requeridos por la ley para producir alimentos en este caso se interpreta positivamente con la creciente atención que se reserva a las tradiciones locales, hábitos y costumbres y los patrimonios, por ende, se reúnen el proceso, recetas y formas típicas que se elabora cada uno de los alimentos. (Mak, Lumbers, M., & Eves, A., 2012)

1.5 INDICADOR

1.5.1 TIPOLOGÍAS DEL TURISMO.

En lo que se especifica los tipos de turismo que se practican a nivel global existen turismo cultural, de negocio, ecoturismo, gastronómico, rural, aventura, urbano, de salud, deportivo, etc. Cada uno se asemeja al turismo gastronómico porque requieren de ese producto al llegar a su destino degustar de la comida típica del lugar.

(OMT, 2019)

1.5.2 Turismo cultural en la gastronomía típica

Se refiere a una actividad turística donde motiva al turista esencialmente a aprender, descubrir, experimentar y consumir tanto atractivos como producto como la gastronomía del destino turístico.

1.5.3 Turismo de negocio en la gastronomía típica

Se especifica que el visitante viaja por motivo profesional fuera de su lugar de trabajo residencia donde asiste a eventos, congresos, ferias y reuniones donde se incentivan a degustar la gastronomía del lugar.

1.5.4 Ecoturismo

Se basa en la naturaleza donde fomenta el bienestar de la localidad, protegiendo el ecosistema siendo responsable y a su vez se vincula en la degustación de alimentos netamente elaborados por la comunidad local.

1.5.5 Turismo en la gastronomía típica

Se caracteriza por el hecho que atrae al visitante a experimentar comida típica y así incentiva a los productores locales a participar en festivales y ferias gastronómicas promocionando su comida oriunda de la localidad.

1.5.6 Turismo rural en la gastronomía típica

El visitante se relaciona con esta actividad turística, al momento de vincularse con la naturaleza, agricultura, forma de vida y cultura rural donde se alimentan con comida típica de la localidad y visitan lugares turísticos.

1.5.8 Turismo urbano en la gastronomía típica

En la ciudad la actividad turística tiene un espacio urbano con atributos caracterizados a la economía, donde el destino urbano ofrece amplia gama de experiencia en gastronomía, productos culturales, sociales y naturales para el tiempo libre y de negocio.

1.5.9 Turismo de salud en la gastronomía típica

Su principal motivación es contribución física, mental y espiritual, la cual incrementa la capacidad de las personas a satisfacer sus necesidades y mejorar su entorno en la sociedad.

1.6 CARACTERÍSTICAS EN LA GASTRONOMÍA TÍPICA

La cocina ecuatoriana esta influenciada por culturas autóctonas donde cada pueblo fue conquistando su territorio en el arte culinario y creando cada región una identidad diferente a la hora de preparar platos típicos, marcando su propia tendencia en la comida ecuatoriana.

- Tendencia gastronómica de la localidad
- Mercado gastronómico en crecimiento
- Perfil del turista gastronómico
- El territorio
- Producto como la base del turismo gastronómico
- Patrimonio cultural
- Tradición e innovación
- Sostenibilidad
- Calidad
- Comunicación
- Cooperación
- Evolución de la gastronomía local. (Delgadillo, 2019)

CAPITULO II

MATERIALES Y MÉTODO

2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Investigación Exploratoria

El trabajo se efectuó mediante una investigación exploratoria, que tuvo como objetivo indagar sobre los gustos y preferencia a un segmento de la población, donde se deberá tratar a profundidad por los diversos problemas que tiene en su entorno y de esta manera se busca una visión general que determine la realidad, en este caso el problema es la gastronomía típica una alternativa al catering de eventos del cantón Salinas, se partió de la información recopilada haciendo un análisis de su realidad actual y así se identificó los beneficios que tiene el cantón Salinas. (Arias, 2012)

2.2 MÉTODO

2.2.1 Inductivo

El método que se ha utilizado en esta investigación es el inductivo por la experiencia adquirida a base de los conocimientos al obtener información recopilada de las distintas personas que ha consumido gastronomía típica de varios lugares del cantón Salinas, y dando su opinión se parte la estrategia de ofertar un producto al ser analizado y clasificada la información, de esta manera establecer una promoción en un catering de eventos. (Dávila, 2006)

2.3 DISEÑO DE MUESTREO

2.3.1 No Probabilístico (Por Conveniencia)

La muestra que se utilizó en el trabajo de investigación es la muestra no probabilística por conveniencia, la cual se dirigió a escoger de manera independiente a los subgrupos de personas de la población del cantón Salinas, donde los elementos no dependen de la probabilidad, sino de la característica de la investigación a quienes se le realizó la encuesta para el levantamiento de información y de esta manera obtener resultados. (Hernández, Fernández, C. , & Baptista, P., 2014)

2.4 DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.4.1 Muestra

Se efectuó 220 encuestas respectivamente a los turistas, 20 entrevistas direccionadas a los dueños de locales de alimentos y bebidas y 30 entrevistas a la población del cantón Salinas.

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA
Turistas	1.000	220
Dueños de locales de alimentos y bebidas	120	20
Población	500	30
TOTAL	-	270

2.4.2 Población

Este trabajo de investigación se realizó tomando como muestra a los turistas, pobladores y dueños de locales de alimentos y bebida que visitan y son nativos del cantón Salinas, por ende, son los ópticos para formularles las preguntas por medio de una plataforma de encuestas y entrevistas, así de esta manera permitirá determinar todos los aspectos perceptivos que requiere esta investigación.

2.4.3 Encuestas

Esta técnica que se llevó a cabo mediante la aplicación de cuestionario a una muestra de personas, proporcione información sobre la problemática de la gastronomía típica por medio las opiniones y de esta forma contribuyen los eventos de catering en el progreso local.

2.4.4 Entrevistas

El dialogo que se realizó con la población y dueños de restaurantes, puntos de ventas de comida gastronómica fueron preguntas designadas para conocer la problemática gastronómica típica de la localidad por medio de su opinión clara se pudo comprender el favorecimiento que se da la implementación como alternativa de los eventos del servicio de catering en el cantón Salinas.

CAPITULO III

RESULTADOS

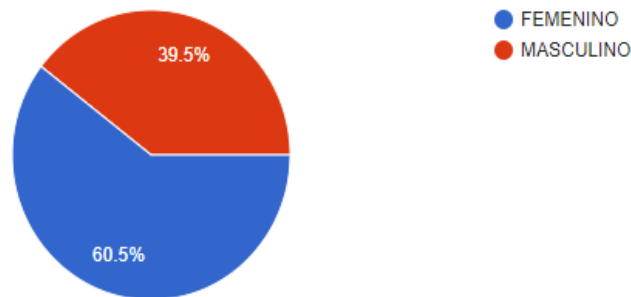
3.1 ENCUESTAS A LOS TURISTAS

3.1.1 Tabla 1 GÉNERO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FEMENINO	133	60,5%
MASCULINO	87	39,5%
TOTAL	220	100%

1.GENERO:

220 respuestas



3.1.1 Figura1 GÉNERO

Análisis e interpretación:

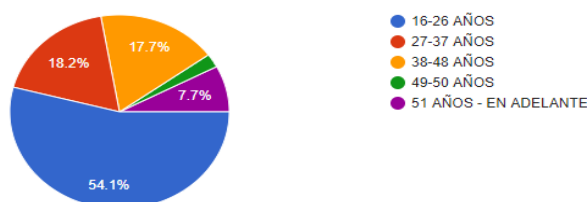
En la encuesta realizada al turista el 60,50% pertenece al género femenino, mientras tanto el 39,5% al género masculino.

Se evidencia que la mayoría de los turistas que consumen gastronomía son del género femenino.

3.1.2 Tabla 2 EDAD

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
16-26 AÑOS	119	54,1%
27-37 AÑOS	40	18,2%
38-48 AÑOS	39	17,7%
49-50 AÑOS	17	7,7%
51 AÑOS EN ADELANTE	5	2,3%
TOTAL	220	100%

2.EDAD:
220 respuestas



3.1.2 Figura 2 EDAD

Análisis e interpretación:

En la gráfica se indica 5 rango de edad, la cual el porcentaje más alto sobre la edad de los turistas que consumen gastronomía típica en el cantón es de 54,1% que pertenece a los turistas entre 16 a 26 años, seguido 18,2% que pertenecen a los turistas 27 a 37 años, continuo al 17,7% que pertenece a los turistas 38 a 48 años, sucesivo al 7,7% pertenece a los turistas 49 a 50 años, y con el 2,3% pertenece a los turistas 51 años en adelante.

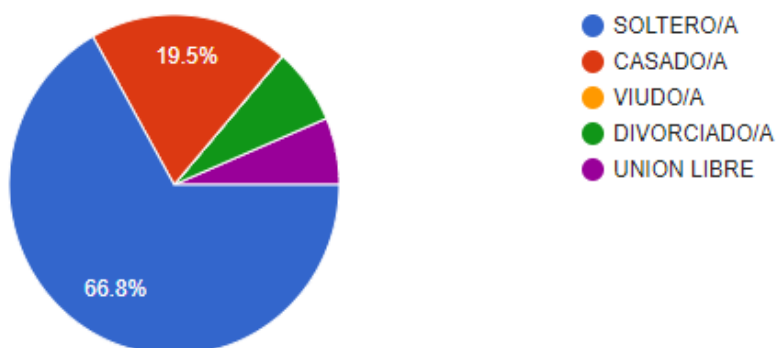
Los turistas que prefieren gastronomía típica en el cantón Salinas se encuentra entre las edades 16 a 26 años con fines de degustar comida en base a marisco.

3.1.3 Tabla 3 ESTADO CIVIL

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SOLTERA	145	66,8%
CASADO/A	45	19,5%
VIUDO/A	10	4,57%
DIVORCIADO/A	10	4,57%
UNION LIBRE	10	4,56%
TOTAL	220	100%

3. ESTADO CIVIL:

220 respuestas



3.1.3 Figura 3 ESTADO CIVIL

Análisis e interpretación:

De la presentación que se indica de las 5 posiciones del estado civil, 66,8% son de estado civil solteros, secundado por el 19,5% que son de estado civil casado y el 4,56% de unión libre, sobre los resultados se encuentra un porcentaje mayor en los turistas solteros.

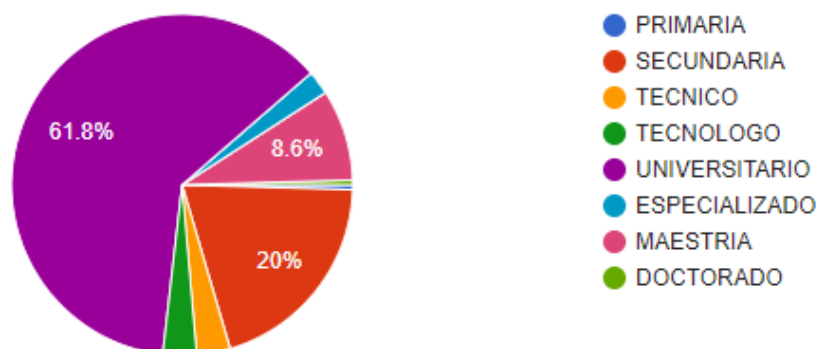
La mayoría de los encuestados son jóvenes, casadas por lo tanto que degustan la gastronomía típica del cantón de Salinas con su grupo familiar.

3.1.4 Tabla 4 NIEL DE ESTUDIO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRIMARIA	2	1%
SECUNDARIA	44	20%
TECNICO	6	2,6%
TECNOLOGO	6	2,6%
UNIVERSITARIO	136	61,8%
ESPECIALIZADO	5	2.4%
MAESTRIA	19	8,6%
DOCTORADO	2	1%
TOTAL	220	100%

4.NIVEL DE ESTUDIO:

220 respuestas



3.1.4 Figura 4 NIVEL DE ESTUDIO

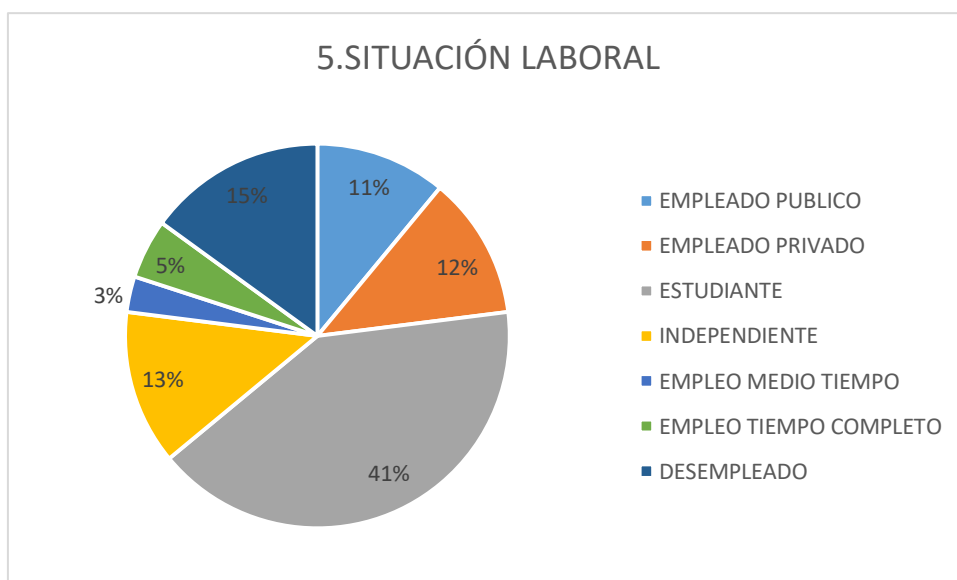
Análisis e interpretación:

Acorde a los resultados del nivel de estudio el 61,8% de los turistas son de nivel universitarios, secundado por el 20 % de los turistas que han culminado la secundaria, y el 1% se encuentra entre los turistas de nivel de educación primaria y los que han realizado un doctorado.

Se determina que los turistas que poseen una profesión y un trabajo estable para consumen la gastronomía típica que ofrece el cantón Salinas.

3.1.5 Tabla 5 SITUACIÓN LABORAL

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
EMPLEADO PUBLICO	24	11%
EMPLEADO PRIVADO	26	12%
ESTUDIANTE	90	41%
INDEPENDIENTE	29	13%
EMPLEO MEDIO TIEMPO	7	3%
EMPLEO TIEMPO COMPLETO	11	5%
DESEMPLEADO	33	15%
TOTAL	220	100%



3.1. 5 Figura 5 SITUACIÓN LABORAL

Análisis e interpretación:

De la encuesta realizada con respecto a la situación laboral del turista el mayor porcentaje es de 41% que corresponde a los estudiantes, seguido del 15% que corresponde a los desempleados y con menor rango en un 3% corresponde a los empleos de medio tiempo.

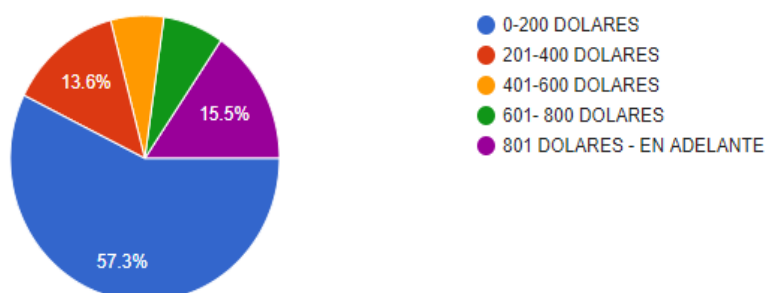
Un turista que consume gastronomía en su mayoría, casi el 50% depende de situación laboral.

3.1.6 Tabla 6 INGRESO PROMEDIO MENSUAL

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
0-200 DOLARES	126	57,3%
201-400 DOLARES	30	13,6%
401-600 DOLARES	15	6,8%
601-800 DOLARES	15	6,8%
801 DOLARES EN ADELANTE	34	15,5%
TOTAL	220	100%

6. ¿CUAL ES SU INGRESO PROMEDIO MENSUAL?

220 respuestas



3.1.6 Figura 6 INGRESO PROMEDIO MENSUAL

Análisis e interpretación:

En cuanto a la encuesta realizada se referencia que 57,3% es el mayor porcentaje que corresponde a personas que reciben un ingreso mensual entre \$0 a 200 dólares, seguido del 15,5% correspondiente a 801dólares en adelante y en el de menor porcentaje es de 6,8% correspondiendo al rango que reitera entre \$401 a 600 dólares en ingresos del turista.

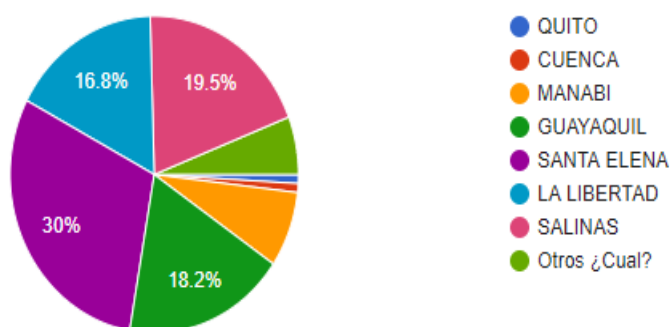
Se evidencia que las personas encuestadas más del 50% residen en el cantón Salinas tienen ingresos entre \$0 a 200 dólares, por lo tanto, están dispuestos a llevar a cabo un servicio de catering para eventos.

3.1.7 Tabla 7 LUGAR DE PROCEDENCIA

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
QUITO	3	1,4%
CUENCA	3	1,4%
MANABI	16	7,2%
GUAYAQUIL	40	18,2%
SANTA ELENA	66	30%
LA LIBERTAD	37	16,8%
SALINAS	43	19,5%
OTROS	12	5,5%
TOTAL	220	100%

7. ¿CUAL ES EL LUGAR DE PROCEDENCIA?

220 respuestas



3.1.7 Figura 7 LUGAR DE PROCEDENCIA

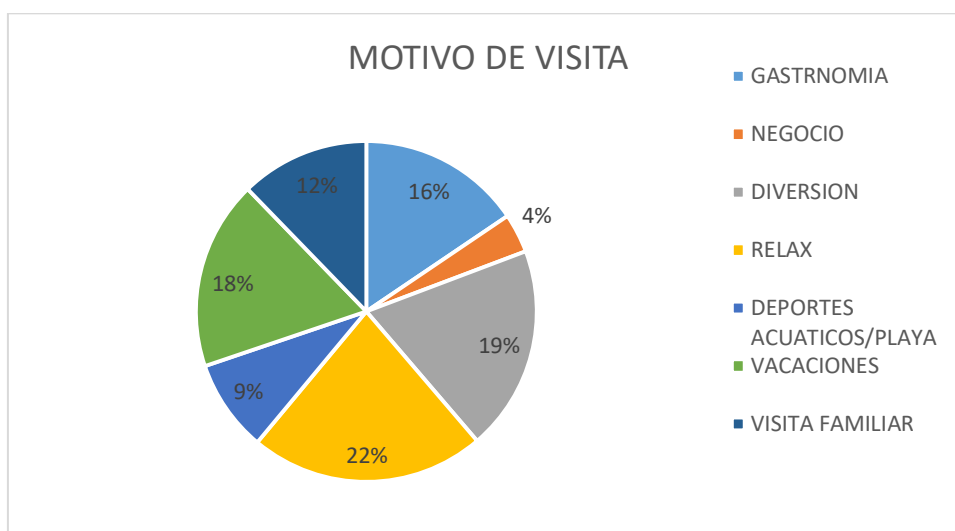
Análisis e interpretación:

De acuerdo en promedio el mayor rango del lugar de procedencia es de 30% del encuestados del cantón de Santa Elena, seguida del 19,5% el cantón de Salinas, con un 18,2% la ciudad de Guayaquil, continuo al 16,8% el cantón de La Libertad, 7,2% la provincia de Manabí, 5,5% otros lugares, y por último con los porcentajes de 1,4% las provincias de Quito y Cuenca.

Se observa que la frecuencia de turistas proviene del cantón Santa Elena por ser vecino al cantón Salinas, secundado por turistas de la ciudad de Guayaquil por ser ciudades cercanas y por último las ciudades como Quito y Cuenca llegan en época vacacional.

3.1.8 Tabla 8 MOTIVO DE VISITA

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
GASTRONOMIA	35	16%
NEGOCIO	9	4%
DIVERSION	42	19%
RELAX	48	22%
DEPORTES ACUATICOS/PLAYA	20	9%
VACACIONES	40	18%
VISITA FAMILIAR	26	12%
TOTAL	220	100%



3.1.8 Figura 8 MOTIVO DE VISITA

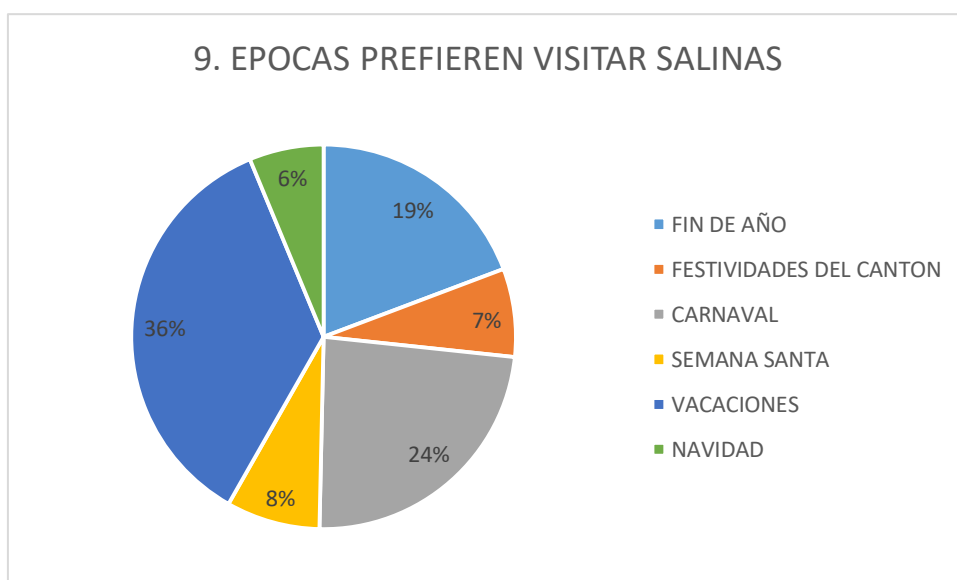
Análisis e interpretación:

En el presente grafico se evidencia el motivo de visita al cantón Salinas por medio del mayor rango de porcentaje al 22% que pertenece a relax, seguido de la diversión en un 19%, continuo a un 18% a las vacaciones, sucesivo en un 16% en la gastronomía, al 9% correspondiente a los deportes acuáticos/ playas y por último en un 4% corresponde a negocio.

Se encontró como tendencia en la visita de los turistas, en el destino en la utilización de sus atractivos como medios de relax y esparcimiento.

3.1.9 Tabla 9 EPOCA PREFIERE VISITAR SALINAS

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FIN DE AÑO	42	19%
FESTIVIDADES DEL CANTON	15	7%
CARNAVAL	53	24%
SEMANA SANTA	18	8%
VACACIONES	79	36%
NAVIDAD	13	6%
TOTAL	220	100%



3.1.9 Figura 9 EPOCA PREFIERE VISITAR SALINAS

Análisis e interpretación:

En cuanto al gráfico muestra las épocas de visitas de los turistas en un 36% pertenece en vacaciones, secundado en un 24% en épocas de carnaval, y por último en un 6% en festividades navideñas.

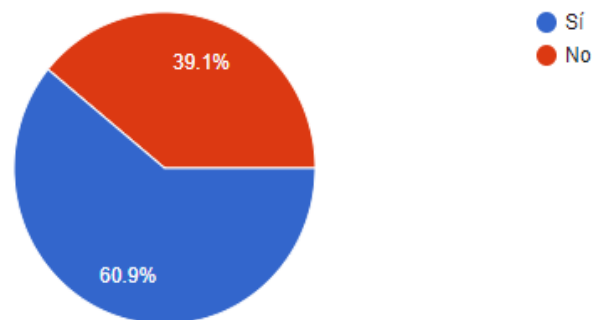
Se observó que la fecha con mayor afluencia turística es en época vacacional porque se incluyen a la familia y a sus miembros en su totalidad, un recurso que se podría utilizar para la diversificación de la oferta.

3.1.10 Tabla 10 ¿SABE CUÁL ES EL PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	134	60,9%
NO	86	39,1%
TOTAL	220	100%

10.¿ SABE CUAL ES EL PLATO TRADICIONAL DEL CANTON SALINAS?

220 respuestas



3.1.10 Figura 10 ¿SABE CUÁL ES EL PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS?

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas se visibiliza que el 60,9% tienen conocimiento del plato tradicional del cantón Salinas, y el 39,1% desconocen el platillo típico de dicho cantón.

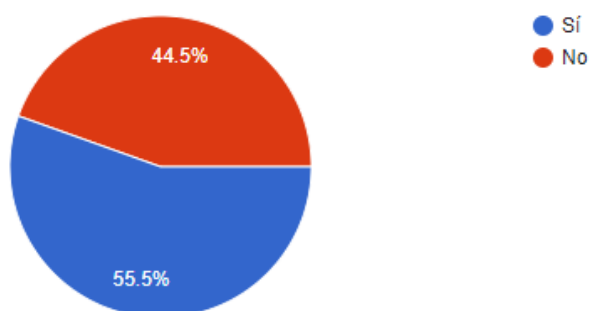
Se evidencia que se realizó un marketing publicitario para las personas que tienen desconocimiento del plato típico del cantón Salinas.

3.1.11 Tabla 11 HA CONSUMIDO UN PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	122	55,5%
NO	98	44,5%
TOTAL	220	100%

11. ¿HA CONSUMIDO UN PLATO TRADICIONAL DEL CANTON SALINAS EN LOS ULTIMOS 3 MESES?

220 respuestas



3.1.11 Figura 11 HA CONSUMIDO UN PLATO TRADICIONAL DEL CANTÓN SALINAS EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES

Análisis e interpretación:

Se visualiza referente a los datos que se han obtenido por los turistas el 55,5% han consumido un plato típico del cantón Salinas durante los 3 últimos meses por encontrarse cerca del lugar, y el 44,5% no han podido degustar por sus distintas ocupaciones o por la lejanía de su lugar de residencia.

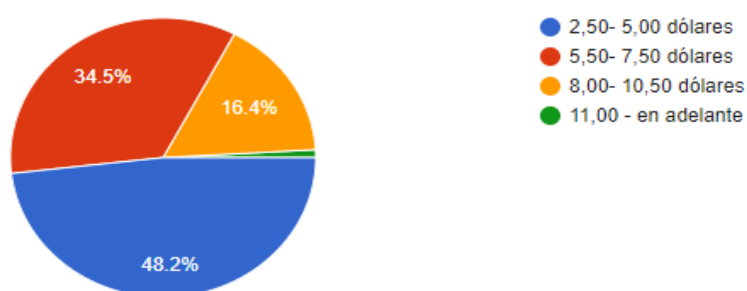
Se evidencia que las personas que tienen varias ocupaciones, llevaron a cabo el servicio de catering para los distintos eventos.

3.1.12 Tabla 12 PRECIO PROMEDIO QUE PAGARÍA POR UN PLATO TIPICO DEL CANTON SALINAS

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
2,50-5,00 DOLARES	106	48,2%
5,50-7,50 DOLARES	76	34,5%
8,00-10,50 DOLARES	36	16,4%
11,00 EN ADELANTE	2	0,9%
TOTAL	220	100%

12. ¿CUAL ES EL PRECIO PROMEDIO QUE PAGARIA POR UN PLATO TIPICO DEL CANTON SALINAS?

220 respuestas



3.1.12 Figura 12 PRECIO PROMEDIO QUE PAGARÍA POR UN PLATO TIPICO DEL CANTON SALINAS

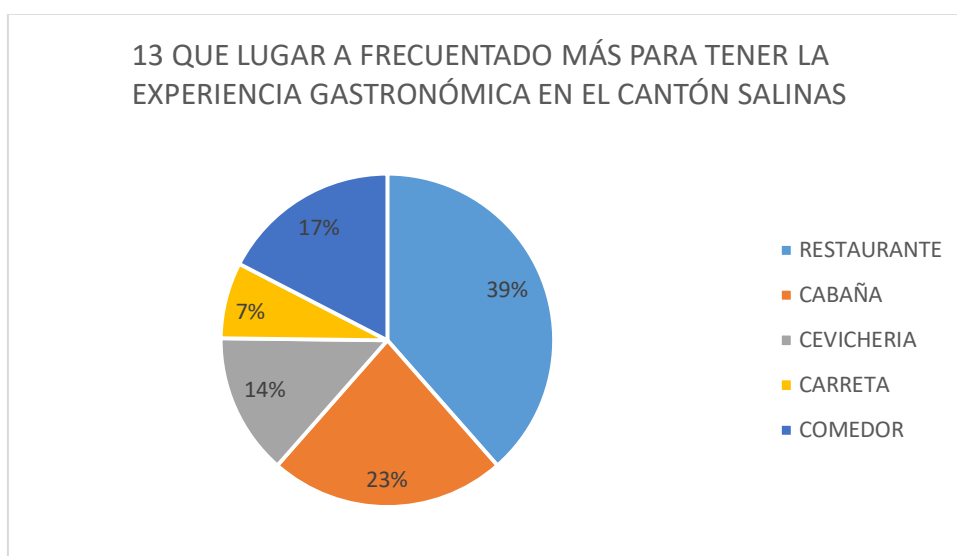
Análisis e interpretación:

Mediante la encuesta se puede visualizar el cual es el precio promedio a pagar un plato típico es de un 48,2% correspondiente al rango entre \$2,50 a 5,00 dólares, seguido de un 34,5% perteneciente a un rango entre \$5,50 a 7,50 dólares, en un 16,4% pertenece a un rango entre \$8,00 a 10,50 dólares y por último en un 0,9% corresponde entre un rango de \$11,00 en adelante en la cancelación de un plato típico en Salinas.

Se observó que los gastos promedios que pagan los visitantes que degustan un plato típico en el cantón Salinas bordea a 500 dólares por familia en época vacacional.

3.1.13 Tabla 13 ¿QUÉ LUGAR A FRECUENTADO MÁS PARA TENER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN SALINAS?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
RESTAURANTE	86	39%
CABAÑA	51	23%
CEVICHERIA	31	14%
CARRETA	15	7%
COMEDOR	37	17%
TOTAL	220	100%



3.1.13 Figura 13 ¿QUÉ LUGAR A FRECUENTADO MÁS PARA TENER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN SALINAS?

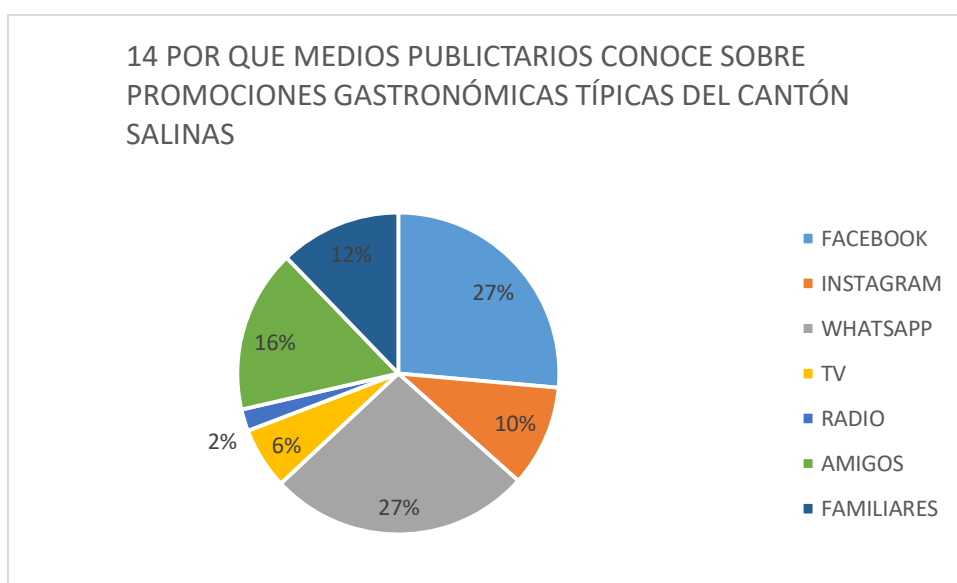
Análisis e interpretación:

En cuanto a la pregunta al lugar que frecuenta el turista para el consumo gastronómico se obtuvo en un mayor porcentaje de un 39% que corresponde a los restaurantes, seguido en un 23% que corresponde a las cabañas y en un menor porcentaje de un 7% que corresponde a las cabañas.

Se evidencia la aplicación de las normas de sanidad ha permitido que los turistas recuperen la confianza y acudan a los restaurantes y de esta manera se reactiven a la realización de sus actividades.

3.1.14 Tabla 14 ¿POR QUÉ MEDIOS PUBLICITARIOS CONOCE SOBRE PROMOCIONES GASTRONÓMICAS TÍPICAS DEL CANTÓN SALINAS?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FACEBOOK	59	27%
INSTAGRAM	22	10%
WHATSAPP	59	27%
TV	13	6%
RADIO	2	2%
AMIGOS	35	16%
FAMILIARES	26	12%
TOTAL	220	100%



3.1.14 Figura 14 ¿POR QUÉ MEDIOS PUBLICITARIOS CONOCE SOBRE PROMOCIONES GASTRONÓMICAS TÍPICAS DEL CANTÓN SALINAS?

Análisis e interpretación:

Se visualiza en esta presentación el conocimiento por medios publicitarios las promociones de la gastronomía típica del cantón Salinas por un rango porcentual de 27% en Facebook y WhatsApp, seguido a un 16% corresponde por medio de los amigos y en un último rango a un 2% pertenece a las radios que tiene la provincia de Santa Elena.

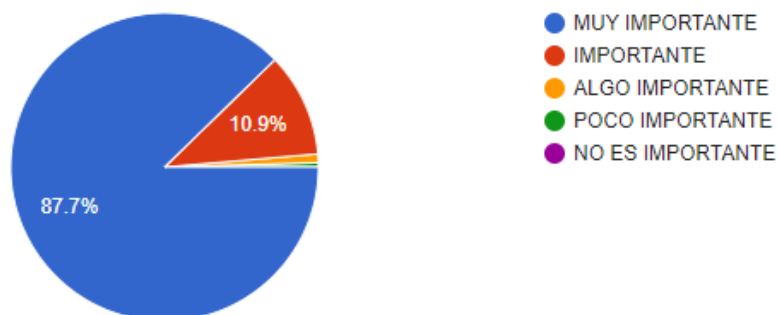
Se observó que al utilizar un medio publicitario les resultan muy efectivos por ser un medio de bajo costo para la propagación de la gastronomía típica que cuenta el cantón Salinas.

3.1.15 Tabla 15 ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE EL TURISMO GASTRONÓMICO PARA EL CANTÓN SALINAS?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	193	87,7%
IMPORTANTE	24	10,9%
ALGO IMPORTANTE	1	0,47
POCO IMPORTANTE	1	0,47
NO ES IMPORTANTE	1	0,46
TOTAL	220	100%

15. ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE EL TURISMO GASTRONOMICO PARA EL CANTON SALINAS?

220 respuestas



3.1.15 Figura 15 ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE EL TURISMO GASTRONÓMICO PARA EL CANTÓN SALINAS?

Análisis e interpretación:

Acorde a la pregunta formulada sobre la importancia del turismo gastronómico en el cantón Salinas el porcentaje más alto es del 87,7% pertenece a muy importante, seguido al 10,9% pertenece a importante, y el menor porcentaje es de 0,46% pertenece a no es importante la actividad gastronómica en dicho lugar.

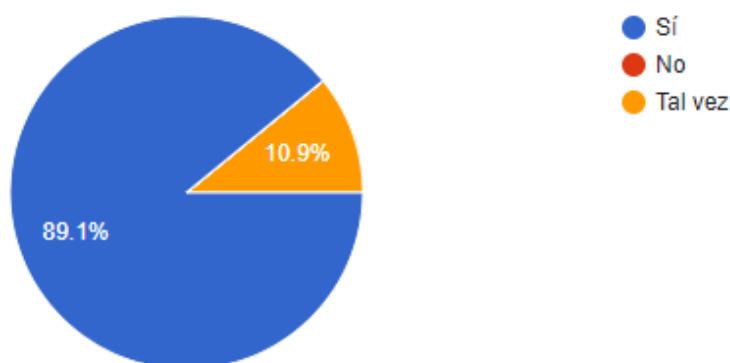
Se observó la factibilidad que proyecta en un mayor porcentaje donde acreditan a que es muy importante esta actividad gastronómica para el cantón Salinas.

3.1.16 Tabla 16 ¿LE GUSTARÍA DEGUSTAR PLATOS ANCESTRALES DEL CANTÓN SALINAS?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	196	89,1%
NO	0	0%
TAL VEZ	24	10,9%
TOTAL	220	100%

16. ¿LE GUSTARIA DEGUSTAR PLATOS ANCESTRALES DEL CANTON SALINAS?

220 respuestas



3.1.16 Figura 16 ¿LE GUSTARÍA DEGUSTAR PLATOS ANCESTRALES DEL CANTÓN SALINAS?

Análisis e interpretación:

De acuerdo con muestra realizada en degustar platos ancestrales del cantón Salinas el mayor porcentaje es del 89,1% afirmando su respuesta y con un 10,9% a una probabilidad que puedan degustar si le han recomendado un lugar y un plato ancestral específico.

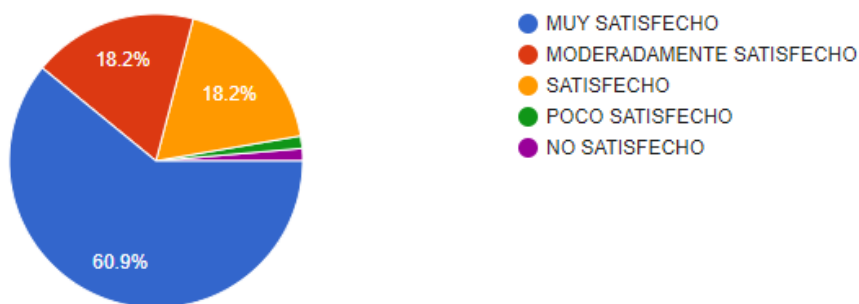
Se observó que los datos adquiridos muestran una factibilidad favorable en la degustación de platos ancestrales del cantón Salinas en el servicio de catering.

3.1.17 Tabla 17 ¿QUÉ SATISFECHO SIENTE CUANDO DEGUSTA LA COMIDA TÍPICA EN EL CANTÓN SALINAS?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	134	60,9%
MODERADAMENTE SATISFECHO	40	18,2%
SATISFECHO	40	18,2%
POCO SATISFECHO	3	1,35%
NO SATISFECHO	3	1,35%
TOTAL	220	100%

17. ¿QUE SATISFECHO SE SIENTE CUANDO DEGUSTA LA COMIDA TIPICA EN EL CANTO SALINAS?

220 respuestas



3.1.17 Figura 17 ¿QUÉ SATISFECHO SE SIENTE CUANDO DEGUSTA LA COMIDA TÍPICA EN EL CANTÓN SALINAS?

Análisis e interpretación:

Conforme a la pregunta realizada en un alto porcentaje se emana a 60,9 % en muy satisfecho, seguido de 18,2% en moderadamente satisfecho y satisfecho, y por último en 1,35% equivale a poco satisfecho y no satisfecho esto referente al lugar donde han ido a degustar comida típica en el cantón Salinas.

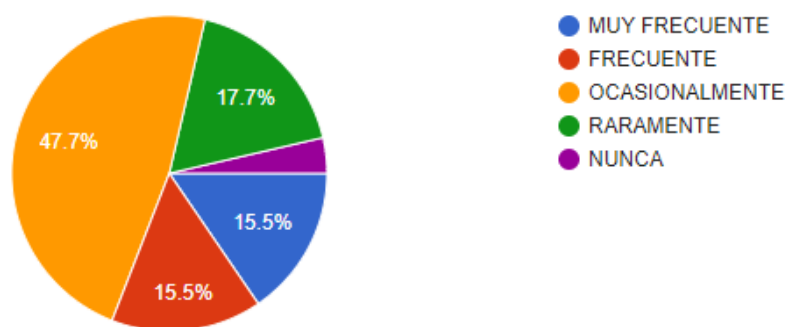
Se evidencio en un porcentaje permisible que la degustación de la comida típica del cantón Salinas es muy satisfactoria.

3.1.18 Tabla 18 ¿con que frecuencia visita lugares donde venden comida típica en el cantón Salinas?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY FRECUENTE	34	15,5%
FRECUENTE	34	15,5%
OCASIONALMENTE	105	47,7%
RARAMENTE	39	17,7%
NUNCA	8	3,6%
TOTAL	220	100%

18. ¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LUGARES DONDE VENDEN COMIDA TIPICA EN EL CANTON SALINAS?

220 respuestas



3.1.18 Figura 18 ¿con que frecuencia visita lugares donde venden comida típica en el cantón salinas?

Análisis e interpretación:

Referente al gráfico muestra la frecuencia de visita a lugares de venta de comida típica en el cantón Salinas con un porcentaje de 47,7% correspondiente a ocasionalmente, seguido de un 17,7% correspondiente a rara vez, continuo a un 15,5% entre muy frecuente y frecuente, por último, en un menor porcentaje 3,6% correspondiente a nunca han frecuentado lugares de comida típica en el cantón Salinas.

Se evidencio que la mayor parte de los encuestados dan un punto motivador para que se implementen alternativas enfocadas en la oferta gastronómica típica del cantón salinas.

3.2 ENTREVISTAS CON LOS DUEÑOS DE RESTAURANTES

En cuanto a la entrevista realizada a la dueña de restaurante en el cantón Salinas, la Sra. Jennifer Ramírez Pozo nos indica que su local tiene más de 20 años posicionado en el mercado que llegan clientes 50% nacional y 50% extranjero, por ser Salinas un balneario reconocido a nivel mundial, de esta forma presenta en su carta de menú plato autóctono del cantón como son el ceviche a base pescado y diferentes marisco, filete de pescado en salsa de marisco y la cazuela de marisco que representa la gastronomía autóctona de la península, sus proveedores son locales en 90% y en un 10% recurren a otros lugares cercanos abastecerse de provisiones, a base al criterio de la Sra. Ramírez la mejor temporada para su actividad para la venta gastronómica típica del cantón es en época de carnaval, como su plan alternativo en las temporadas bajas utilizo la opción de entrega a domicilio y por ultimo su estrategia que utilizo en la pandemia alta fueron la comercialización su platos en las redes sociales para su venta ya que como su negocio es familiar abarco con una estupenda táctica que implemento alternativamente y en su actualidad aun le va muy satisfactoriamente.

En esta nueva entrevista realizada al dueño del comedor de encebollados con más de 11 años posicionado en el mercado de venta gastronómica típica del cantón es el Sr. Oswaldo Piza, nos indica que en su menú solo está la venta de encebollado en sus inicio empezó con una carreta luego se dio la oportunidad de obtener su propio comedor donde le ha ido excelente, por contar con menú autóctono de la zona costera, donde abarca su cliente 90% nacional y un 10% extranjero que este porcentaje último es más notable en temporada en costa que son los meses de diciembre hasta abril según su criterio es la más rentable para su negocio, en cuanto a sus proveedores para abastecer de sus producto el mismo se traslada hasta cabecera cantonal de la libertad la cual se refiere que es la capital comercial de la provincia, el cual él sr. Piza trabaja todo el año por ser plato de venta para toda ocasión en invierno y verano, y por último la estrategia que utilizo en la pandemia alta fue el distribución a domicilio para así sustentar a su familia.

En base a la entrevista con el sr. Alejandro Vélez nos indica que su restaurante tiene un posicionamiento de 20 años, situado en el malecón de Salinas, de acuerdo al menú que ofrece a su clientela, considera como plato autóctono del cantón salinas es el arroz mariner, ceviche de pescado y mixto, los cuales se encuentran en la carta y como plato adicional solo el día domingo el encebollado que es un disfrute para el turista, el plato representativo gastronómico es el camotillo y perela asada en su menú principal, según el criterio del sr. Vélez la mejor acogida que tiene para la venta de su producto es en los meses de octubre y marzo lo cual acoge a clientela nacional y extranjera en un 50% cada uno, sus proveedores son locales donde cuenta con abastecimiento de producto fresco, exterioriza que no cuenta con un plan alternativo pero si cuenta con una cartera de cliente leales, y por ultimo a pesar de lo difícil que ha sido este tiempo de pandemia, reactivo a sus labores gastronómica con medidas de bioseguridad para la prevención del contagio y de este modo seguir ofertando diariamente sus platos típicos a su clientela.

3.3 ENTREVISTAS CON LA POBLACIÓN

De acuerdo a la información que se obtuvo en la entrevista a la población sobre el tema gastronomía típica, personas oriundas del cantón Salinas que han vivido durante muchas décadas en el lugar indicaron que recuerdan perfectamente los platos que se realizaban y se servían en sus hogares y a veces para la venta por lo que no existía ni comedores, ni restaurantes, mucho menos personas que se dedicaran a este tipo de servicios. Por lo cual llegaban turistas o personas no nativas del cantón Salinas a disfrutar de sus playas en vacaciones, sus platos ancestrales eran preparados a base del pescado, yuca, verde, etc., sus platos más conocidos eran el pescado frito y asado, picante de pescado esta preparación la realizaban con pescado salado que lo dejaban secar por días al sol con harta salen grano, ceviche de pescado, también realizaban un moro con frijolito que cultivaban en sus chacras con carne asada, en la actualidad el plato típico que se oferta es preparado distinto porque ya no cosechan sus productos porque la población ha ido creciendo y las chacras son construcciones de edificaciones de personas no nativas del cantón Salinas y el estilo del arte culinario ha perdido su esencia con nuevos métodos de preparación a la hora de ser degustados por los comensales que acuden a los lugares de venta de comida. Aunque en Salinas no existe un lugar exclusivo que preparen platos típicos, en los últimos tiempos han mejorado con la preparación y existen varios locales que se acoplan a esta tradición. Como nativos del cantón Salinas que quieren mucho a su tierra les encantaría que se promoció una gastronomía típica en un buen servicio de catering, pero lo consideran imposible porque los tiempos han cambiado, se ha modernizado todo desde las cocinas hasta los productos, porque antes era a carbón o leña ahora lo son cocinas eléctricas, inducción o a gas; y los productos cosechaban había mucha abundancia de todo ahora los enlatan o deben dirigirse a otros lugares vecinos para proveerse de productos, y en la actualidad esperan a las fiestas tradicionales para degustar de esos platos de antaño.

CONCLUSIONES:

A través de la investigación se sustenta la gastronomía típica, mediante el levantamiento de información bibliográfica como factores claves para conocer información acerca de la gastronomía típica, como es su tradición en la preparación de platos y la producción de los ingredientes, la existencia de antecedentes históricos en la elaboración de los platos y bebidas típica en localidad del cantón Salinas, en el cual se distribuyen los productos para la venta como hechos en casa, la presencia de restaurantes y pequeños fabricantes son relativamente importante al cumplir las instalaciones con todos los principios y regulaciones de higiene y seguridad de acuerdo a la ley para procesar los alimentos.

Los resultados de la recopilación de datos de la investigación se aplica estrategias estadísticas inductivas para la recopilación de datos y su procesamiento a la hora de verificar el auge en que influye el consumo de platos representativos y autóctonos, para seguir prevaleciendo a base de sus productos principales que son el pescado y los mariscos aunque en la actualidad ya ha cambiado y ahora varían con otros productos al adaptarse a las exigencias de las doctrinas gastronómicas modernas que buscan mejorar el rendimiento gastronómico donde son degustados por las personas que concurren al lugar.

Se puede inferir el hallazgo los principales hallazgos de la gastronomía típica y su relación con los servicios de catering al fusionarse y ofertar un producto de calidad y de interesante apogeo en la industria gastronómica donde su proceso en lo económico y mercados tiene un desarrollo donde la oferta y la demanda de los productos y servicio es único, por lo consiguiente es indispensable los recurso que se podría utilizar para la diversificación de la oferta por tener perspectiva favorable en la degustación de platos típicos del cantón Salinas y poder añadir al servicio de catering como una alternativa muy tentadora e innovadora.

RECOMENDACIONES:

Dirigiéndose a la sustentación de la gastronomía típica mediante el levantamiento de información bibliográfica se basa en enfocar su propósito en planificar y programar a través de actividades una perspectiva de las exigencias gastronómicas para el turista, con la finalidad de socializar los diferentes aspectos nutricionales que implica degustar las comidas típicas y tradicionales de la localidad.

Se recomienda aplicar estrategias estadísticas inductivas no probabilísticas a la hora de la recopilación de datos, para el rescate de varias recetas de platos típicos que representan al cantón Salinas, mediante la planificación de ferias gastronómicas dentro y fuera de la localidad, como medio de difusión de las raíces autóctonas, dando a conocer también en los servicios de catering.

Se propone evidenciar hallazgos gastronómicos y su relación con los servicios de catering, al fomentar de su identidad cultural y del lugar, mediante la utilización de herramientas tecnológicas libres para ofertar los platos típicos que se promocionan en la oferta del servicio de catering en los diferentes eventos que existen en la localidad, al trabajar con las entidades públicas y con productores de gastronomía.

BIBLIOGRAFÍA:

- Agüero, J. (2019). *Patrimonio gastronómico tradicional y su puesta en valor turístico – recreativo. Estudio de caso: Colonia Santa María, Coronel Suárez*. Obtenido de <https://1library.co/document/yd2ed0eq-patrimonio-gastronomico-tradicional-turistico-recreativo-colonia-coronel-suarez.html>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Venezuela: Episteme.
- Bode, W. (1999). *European gastronomy. The story of man's food and eating customs*. London, UK: Hodder & Stoughton. . Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009#B4
- Ccapa Ccama, M., & Veronica Corzo, M. (2017). *Análisis de las influencias extranjeras en la gastronomía peruana con respecto a la decisión de compra del consumidor en los Malls de la Ciudad de Arequipa*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6266>
- Cedeño Bueno, T. F., & Chiriguaya Segura, Xiomara Nicole. (AGOSTO de 2018). *Análisis Gastronómico de la provincia de Esmeraldas como factor de desarrollo turístico*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/35897>
- Cuenca, M., Ávila, R. , & Barrado, D. (2005). Perspectivas de nuevos hábitos en ocio y turismo. Tarragona, Congrés de Turisme de Catalunya,. “*Nuevas tendencia en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*”, en *Cuadernos de turismo*,, 27-43 y 59-77.
- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo. *Laurus*, 180-205.
- DELGADILLO YUPANQUI, M. E., & PÉREZ MAYTA, V. M. (2019). *CENTRO DE DESARROLLO GASTRONÓMICO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LURÍN*. Obtenido de <https://1library.co/document/yevwl4rz-centro-desarrollo-gastronomico-turismo-sostenible-lurin.html>
- Delgadillo, M. (2019). Centro de desarrollo gastronómico y turismo sostenible en Lurín -Perú. *Universidad de San Ignacio de Loyola*, 41-43.
- Frochot, I., Millán, M., & Agudo, E. . (2010). “A benefit segmentation of tourists in rural areas: A scottish perspective”, en *Tourism Management. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 91-112 y 335-346.
- Hernández, R., Fernández, C. , & Baptista, P. (2014). Selección de la muestra. . En J. Rodríguez, *En Metodología de la Investigación* (págs. 170-191). México: McGraw-Hill.
- Infante Carranza, A. L., & Tigrero Bricio, Jorge Luis. (SEPTIEMBRE de 2018). *Propuesta de Estudio y Difusión de la gastronomía tradicional de la Parroquia de Catarama del Cantón Urdaneta de la Provincia de los Ríos y propuesta para su Difusión*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36092>

- JIJÓN ACHIG, I. D. (2014). *ESTUDIO GASTRONÓMICO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA, RECOLECCIÓN DE RECETAS TRADICIONALES Y RUTA GASTRONÓMICA*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/351>
- López Ojeda, A. (2016). *La Gastronomía tradicional, patrimonio cultural y factores de desarrollo*. México: Secretaría Cultural de México.
- Mak, A., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). "Globalisation and food consumption in tourism". *Annals of Tourism Research*, 171-196.
- Mejias, M. (2014). *Tendencia Gastronómica: la encrucijada entre lo tradicional y lo innovador*. Obtenido de Especialidades Gastronómicas: <https://repositorio.uileam.edu.ec/bitstream/123456789/1112/1/ULEAM-HT-0014.pdf>
- Morfin, M. (2004). Administración de Comedor y Bar. *México, Trillas*, 15.
- Oblea Cruz, C. B. (2019). *La gastronomía tradicional del distrito de Catacaos, Piura en el año 2018*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45835>
- OMT. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Obtenido de OMT, Madrid,: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Ortega, F., Sánchez, J. , & Hernández, J. . (2012). *La gastronomía "de alta gama, de lujo o de calidad" como eje potenciador del turismo cultural y de sensaciones en Extremadura*. Obtenido de Fundación Caja Extremadura: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>
- Padilla, C. (20-24 de Noviembre de 2006). *"Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico"*. Obtenido de Ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008
- Quan, S., & Wang, N. (2004). "Towards a structural model of tourist experience: an illustration from food experiences in tourism". *Tourism Management*, 297-305.
- Richards, G. (2002). "Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?". *Tourism and gastronomy*, 3-20. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>
- Ritzer, G. (1995). *The McDonaldisation of society*. Sage, London, 1995. Obtenido de Sage, London: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>
- SAMANAMUD QUISPE, E. A. (10 de ENERO de 2020). *INCIDENCIA DEL CONSUMO Y LA PREPARACIÓN DE PLATOS TÍPICOS EN LA GASTRONOMIA DEL DISTRITO DE SANTA MARIA, PROVINCIA DE HUAURA* . Obtenido de <https://1library.co/document/q737emoy-incidencia-consumo-preparacion-platos-tipicos-gastronomia-distrito-provincia.html>

- Tapia León, K. E. (31 de Agosto de 2018). *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL Facultad de Ingeniería Química Carrera Licenciatura en Análisis de la gastronomía y culinaria del cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena*. Obtenido de <https://1library.co/document/y8g6d22z-analisis-gastronomia-culinaria-canton-salinas-provincia-santa-elena.html>
- Tramontin, R., & Gonçalves, J. M. (2010). “Producción y transformación territorial, la gastronomía como atractivo turístico”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 776-791. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>
- Valls, J. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Obtenido de Gestión 2000.com. Madrid: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>
- VEGAS SERRANO, K. E. (2018). *APORTE DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO DEL DISTRITO DE PIURA*. Obtenido de <https://1library.co/document/z3drn6dy-aporte-gastronomia-turismo-distrito-piura.html>
- Zahari, M., Jalil, M., Zulfify, M., & Radzi, S. y. (2009). *Gastronomy: an opportunity for Malaysian culinary educators. International Education Studies*, (2) 2, 66-71. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009#B36

ANEXOS



ENTREVISTA-POBLACION



ENTREVISTA DUEÑO DE LOCAL



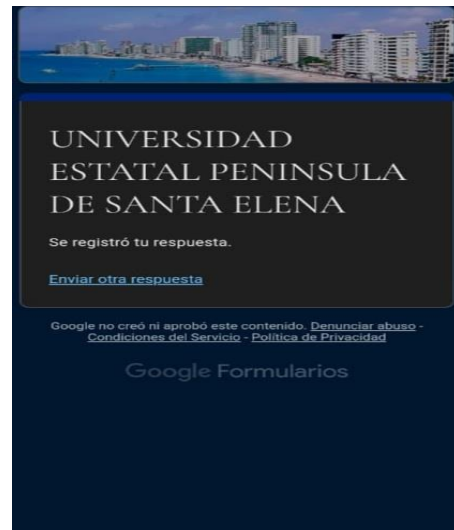
ENTREVISTA DUEÑO DE LOCAL



ENTREVISTA DUEÑO DE LOCAL



**ENCUESTAS VIRTUAL
AL TURISTA**



**ENCUESTAS VIRTUAL
AL TURISTA**



LOGOTIPO