



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTE Y HUMANIDADES

CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN:

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE
LICENCIADA EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA
EN LA EXPERIENCIA HOTELERA: COCINA MANABITA**

AUTOR:

MACAY CÁRDENAS EMILY ZULEYKA

TUTOR:

Lic. Loor Caicedo Claudia, Mg

MANTA – MANABI – ECUADOR

2025 – 2026

Aprobación del tribunal

Que, el trabajo de carrera, **ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN LA EXPERIENCIA HOTELERA: COCINA MANABITA**, ha sido realizado y concluido por la estudiante **Macay Cárdenas Emily Zuleyka**; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

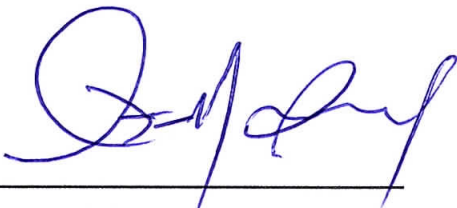
El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad.

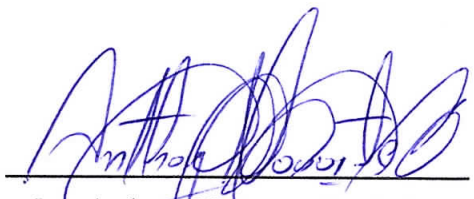
Firmamos:



Lic. Gabriela Sión Saltos, Mg.
Presidente del tribunal



Ing. Daniel Caballero Mero, Mg.
Miembro del tribunal



Ing. Anthony Navarrete García, Mg.
Miembro del tribunal



Emily Zuleyka Macay Cardenas
Graduado



Lic. Claudia Loor Caicedo, Mg.
Docente Tutor

Declaración de autoría

Declaro que el proyecto de investigación de tema **ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN LA EXPERIENCIA HOTELERA: COCINA MANABITA.**

Es efectuado por mi autoría como trabajo de titulación final previo a la obtención del título de licenciada en Hospitalidad y Hotelería, en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. En caso de tomar información en este documento se debe otorgar los respectivos créditos a la autora.



Macay Cárdenas Emily Zuleyka

C.I. 1314384114

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

MACAY CÁRDENAS EMILY ZULEYKA, portador de la C. I. # 1314384114 en calidad de autora y titulares de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“Estrategias de optimización en la importancia de la gastronomía en la experiencia hotelera: cocina manabita”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 23 febrero de 2026

Macay Cárdenas Emily Zuleyka

C.I. 1314384114

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante MACAY CARDENAS EMILY ZULEYKA, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN LA EXPERIENCIA HOTELERA: COCINA MANABITA."*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Lunes, 02 de febrero de 2026.

Lo certifico,



LOOR CAICEDO CLAUDIA KATIUSKA
Docente Tutor

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza, la fe y la sabiduría necesario para no rendirme y seguir adelante en cada etapa de este proceso, especialmente en los momentos de mayor dificultad. A mi madre, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi mayor ejemplo de lucha y perseverancia que aun en medio de la adversidad y la enfermedad, su fortaleza, su presencia y su amor han sido mi mayor impulso para seguir adelante, gracias por creer en mí, por formarme con valores y por acompañarme incluso en silencio, en cumplir mis sueños y nunca rendirme. A mi padre, que hoy me guía desde el cielo, por ser mi inspiración y mi ángel de la guarda, por nunca soltarme y por acompañarme en cada paso de este maravilloso camino especialmente en mi carrera profesional que amo profundamente como lo es la hotelería. A mi hermano, por su apoyo incondicional y por ser parte fundamental de mi vida, y finalmente a mis amigas, y a mi novio por su compañía, amistad sincera y apoyo en cada etapa de mi crecimiento personal y académico.

Macay Cárdenas Emily

Agradecimiento

Mi más sincero agradecimiento a Dios, por su infinita bondad, por darme la fortaleza, la fe y la perseverancia necesaria para no rendirme, y por acompañarme en cada momento de este camino, incluso en aquellos en los que parecía imposible continuar. A mis padres, por su amor incondicional, su entrega y sacrificio constante. A mi madre, por ser ejemplo de fortaleza, paciencia y amor aun en medio de la enfermedad, su presencia, su lucha diaria y su amor silencioso han sido mi mayor motivación para seguir adelante. A mi padre, que hoy me guía desde el cielo, por ser mi apoyo espiritual, mi inspiración y por caminar conmigo en cada paso, aun desde la distancia eterna. A mi hermano, por su apoyo incondicional, su comprensión y por ser un pilar fundamental durante mi formación académica y personal, a mi familia en general, por su acompañamiento, paciencia y amor a lo largo de este proceso educativo. Expreso un especial y profundo agradecimiento a mi tutora de tesis, por su orientación, paciencia, compromiso y profesionalismo, siendo un apoyo fundamental para la culminación de esta investigación. A mis docentes, por transmitir sus conocimientos y experiencias, aportando de manera significativa a mi crecimiento profesional y personal, y por ser parte esencial de mi formación académica.

Finalmente agradezco a todas las personas que confiaron en mi y en mis capacidades, por su apoyo constante y nunca dejarme sola durante este importante camino académico

Gracias a todos.

Macay Cárdenas Emily

RESUMEN

La gastronomía constituye un elemento estratégico dentro de la experiencia hotelera, especialmente en destinos con una fuerte identidad cultural como lo es la provincia de Manabí, Ecuador. La cocina manabita, caracterizada por el uso de ingredientes locales y técnicas tradicionales, representa una extraordinaria oportunidad para fortalecer la competitividad de los establecimientos hoteleros y hacer más rica la vivencia del turista, más allá del servicio de hospedaje. El objetivo general de esta investigación fue analizar la influencia de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera y su impacto en la satisfacción del turista, mientras que a nivel específicos se plantearon los siguientes, Identificar las características distintivas de la gastronomía manabita que pueden ser integradas en la oferta gastronómica de los hoteles, con el fin de resaltar su autenticidad y valor cultural; evaluar la percepción de los turistas sobre la oferta gastronómica en los hoteles de Manabí y la influencia en su experiencia general durante la estancia; y proponer estrategias para mejorar la integración de la gastronomía local en los servicios hoteleros que se ofertan en la provincia de Manabí. La investigación se desarrolló bajo un enfoque descriptivo y de tipo no experimental, empleando la encuesta a turistas, y entrevistas a actores del sector hotelero; entre los resultados, se encontró que la integración de platos tradicionales manabitas incrementa la satisfacción del huésped, mejora la percepción del servicio y fortalece la identidad del establecimiento, frente a lo cual, se concluye que la gastronomía de dicha provincia es un factor importante para mejorar la experiencia hotelera y contribuir al desarrollo turístico sostenible de la región.

Palabras clave: Gastronomía, hotelería, Manabí, experiencia turística, cocina tradicional.

ABSTRACT

Gastronomy is a strategic element within the hotel experience, especially in destinations with a strong cultural identity such as the province of Manabí, Ecuador. Manabi cuisine, characterized by the use of local ingredients and traditional techniques, represents an extraordinary opportunity to strengthen the competitiveness of hotel establishments and make the tourist's experience richer, beyond the lodging service. The general objective of this research was to analyze the influence of Manabi gastronomy on the hotel experience and its impact on tourist satisfaction, while at a specific level the following were proposed: Identify the distinctive characteristics of Manabi gastronomy that can be integrated into the gastronomic offer of hotels, in order to highlight its authenticity and cultural value; to evaluate the perception of tourists about the gastronomic offer in the hotels of Manabí and the influence on their general experience during the stay; and to propose strategies to improve the integration of local gastronomy in the hotel services offered in the province of Manabí. The research was developed under a descriptive and non-experimental approach, using the survey of tourists, and interviews with actors in the hotel sector; Among the results, it was found that the integration of traditional dishes from Manabí increases guest satisfaction, improves the perception of service and strengthens the identity of the establishment, in view of which, it is concluded that the gastronomy of this province is an important factor to improve the hotel experience and contribute to the sustainable tourism development of the region.

Keywords: Gastronomy, hotels, Manabí, tourist experience, traditional cuisine.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción	12
2. Justificación.....	13
2.1. Planteamiento del problema.....	15
2.2. Formulación del problema	17
2.3. Variables.....	17
2.4. Objetivo general	17
2.5. Objetivos específicos.....	17
Capítulo I: Marco Teórico.....	18
3.1 Antecedentes	18
Capítulo II. Metodología	28
3.1 Enfoque de investigación	28
3.2 Tipo y diseño de investigación.....	29
3.3 Contexto, unidad de análisis y delimitación.....	29
3.4 Población, muestra y muestreo	30
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.6 Validez de contenido, pilotaje y confiabilidad.....	32
3.7 Procedimiento de levantamiento de información.....	32
3.8 Plan de análisis de datos.....	33
3.2.1 Integración de la gastronomía manabita en la oferta hotelera.....	42
3.2.2 Criterios para la selección de platos tradicionales	43
3.2.3 Abastecimiento de insumos y relación con productores locales	44
3.2.4 Capacitación del personal en gastronomía local.....	44
3.2.5 Percepción del impacto de la gastronomía en la experiencia del huésped	45

3.2.6 Principales limitaciones identificadas	45
3.2.7 Propuestas y oportunidades de mejora	46
4.1 Presencia de la gastronomía manabita y contacto del huésped con la cocina local	47
4.2 Autenticidad, variedad y estandarización del servicio gastronómico	48
4.3 Calidad del servicio, relación precio–valor y satisfacción del turista	48
4.4 Sostenibilidad, abastecimiento local y desafíos operativos	49
4.5 Gestión pública, planificación y oportunidades para consolidar el producto gastronómico	50
Conclusiones	51
Referencias bibliográficas	54
Anexos	59
Anexo 1. Cuestionario de la encuesta aplicada a los turistas	59
C.....	62
Anexo 2. Guion de entrevista semiestructurada	63
Bloque 1. Contexto y experiencia del informante	63
Bloque 2. Integración de la gastronomía manabita en el hotel	63
Bloque 3. Selección y autenticidad de los platos tradicionales	64
Bloque 4. Abastecimiento y relación con productores locales	64
Bloque 5. Capacitación y gestión del personal	64
Bloque 6. Impacto de la gastronomía en la experiencia del huésped.....	64
Bloque 7. Limitaciones y oportunidades de mejora.....	65
Pregunta de cierre	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia de visitas a la provincia de Manabí.....	35
Tabla 2. Frecuencia de consumo de platos tradicionales por los turistas.....	35
Tabla 3. Calificación de la variedad de platos manabitas ofrecidos en los hoteles.	36
Tabla 4. Calificación de la presentación de los platillos ofrecidos en los hoteles.	36
Tabla 5. Consideración de los platos que conservan su autenticidad tradicional.	37
Tabla 6. Evaluación de calidad de los ingredientes utilizados en la preparación de platos.	37
Tabla 7. Calificación de la atención del personal durante el servicio gastronómico.	38
Tabla 8. Evaluación de los tiempos de servicio en el restaurante del hotel.....	38
Tabla 9. Percepción de los encuestados acerca de si es adecuada la relación precio-calidad del servicio gastronómico.	39
Tabla 10. Percepción acerca de la influencia de la gastronomía manabita sobre la experiencia hotelera.....	39
Tabla 11. Nivel de satisfacción del turista con la experiencia gastronómica recibida. ...	40
Tabla 12. Porcentaje de encuestados que recomendaría el hotel por su oferta gastronómica.	40
Tabla 13. Importancia de que los hoteles integren gastronomía local en sus servicios.	41
Tabla 14. Percepción del turista acerca de la influencia de la experiencia gastronómica para regresar a Manabí.	41
Tabla 15. Respuestas de los encuestados en relación a al valor que la gastronomía manabita aporta a la experiencia turística?	42

1. Introducción

La gastronomía ha evolucionado hasta convertirse en un elemento valioso en el turismo, influyendo significativamente en la experiencia de los viajeros; en este marco, la cocina de Manabí, destaca por su riqueza en sabores y tradiciones, consolidándose como una pieza fundamental que aumenta la oferta hotelera mientras refuerza la identidad cultural de la región, es a partir de allí, que este análisis procura profundizar en la relevancia de la gastronomía en el contexto de la industria hotelera, utilizando la cocina manabita como ejemplo representativo de la diversidad culinaria ecuatoriana.

La cocina manabita sobresale por el uso de ingredientes frescos y técnicas tradicionales transmitidas de generación en generación, platos atractivos, entre los cuales están el ceviche de concha, el hornado, y la fanesca, además de reflejar la esencia de la provincia, también brindan a los visitantes una ventana única hacia la cultura local, incorporar estos productos en la oferta gastronómica de los hoteles eleva la experiencia del huésped, generando recuerdos que trascienden la simple estadía.

Además, la calidad de la oferta culinaria impacta directamente en la percepción del servicio hotelero, los hoteles que incluyen platos emblemáticos de la región en sus menús, frecuentemente atraen más clientes y generan lealtad entre aquellos que valoran experiencias singulares (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2001; Orgaz & Moral, 2016); en este sentido, la cocina manabita actúa en forma de atractivo turístico y como una herramienta para promover el desarrollo cultural y económico de la provincia.

El enfoque en la gastronomía manabita igualmente abre oportunidades para fomentar la sostenibilidad y apoyar la economía local, al priorizar ingredientes autóctonos

y promover prácticas agrícolas responsables. Las empresas de hospedaje tienen la posibilidad de contribuir significativamente al desarrollo comunitario mientras ofrecen productos únicos y de alta calidad, esta integración entre turismo y gastronomía deriva en un modelo sostenible que beneficia a los visitantes y a los residentes de los destinos turísticos (Bertoncello, 2002; Barbini, 2004).

El estudio sobre la importancia de la gastronomía en la industria hotelera, con un enfoque en la cocina de Manabí, abarca dimensiones culturales, económicas y sociales, por ello, este análisis también procura realzar el valor de la gastronomía local en la oferta turística, promoviendo un modelo que incentive el desarrollo sostenible y la preservación de las tradiciones culinarias de la provincia.

2. Justificación

El análisis sobre la relevancia de la gastronomía en la experiencia hotelera, con un enfoque en la cocina manabita, resulta fundamental para el ámbito de la hospitalidad y la hotelería, este estudio aborda un desafío prioritario, es decir, la calidad de la oferta culinaria, cuyo impacto recae directamente sobre la satisfacción de los clientes, lo cual influye en el éxito del negocio, en un contexto donde los viajeros valoran con frecuencias experiencias únicas y memorables, la gastronomía emerge como un diferenciador esencial que puede atraer y fidelizar a los huéspedes (López et al., 2018; Hernández et al., 2020).

El problema afecta a diversos actores dentro del sector, para los huéspedes, la experiencia culinaria es un aspecto fundamental de su estancia, una oferta gastronómica inadecuada genera casi siempre percepciones negativas, disminuyendo la probabilidad

de retorno o recomendación, actualmente, los clientes consideran la gastronomía un elemento integral de su estadía, por lo que un menú atractivo y de calidad resulta determinante en su grado de satisfacción.

Asimismo, la calidad de la oferta gastronómica repercute en los empleados, la falta de atención en este aspecto desmotiva al personal, que podría percibir que su trabajo carece de valor, por el contrario, un entorno que priorice la excelencia culinaria fomenta el orgullo y el compromiso del equipo, lo cual mejora el desempeño del personal y el servicio al cliente.

Desde la perspectiva operativa, un enfoque deficiente en la gastronomía impacta negativamente la eficiencia del establecimiento, la insatisfacción de los clientes se manifiesta en quejas y una mayor rotación de personal, incrementando los costos y dañando la reputación del hotel, este ciclo de insatisfacción afecta múltiples niveles del negocio, comprometiendo su sostenibilidad.

La falta de atención a la gastronomía tiene consecuencias significativas, una oferta inadecuada puede derivar en experiencias negativas que afectan las calificaciones y reputación del hotel (Toyos, 2010; Niño, 2011), disminuyendo el flujo de clientes, además, estos, al estar insatisfechos tienden a no regresar ni recomendar el establecimiento, lo que impacta directamente en los ingresos, y se estima que hasta un 20% de los clientes podría abandonar un hotel tras una experiencia culinaria desfavorable.

Este estudio es relevante porque destaca la manera en la que una gestión adecuada de la oferta gastronómica incrementa la satisfacción del cliente e introduce

mejoras en la rentabilidad del establecimiento. Las investigaciones muestran que las empresas con un enfoque sólido en la experiencia del cliente alcanzan incrementos notables en ingresos y lealtad (Rivera García et al., 2017; Yong Amaya et al., 2017), por ello, es esencial reconocer la importancia estratégica de la gastronomía en el éxito del negocio.

La investigación propuesta tiene el potencial de abordar este desafío de manera efectiva, tomando en cuenta que, optimizar los menús y los procesos culinarios, es posible reducir costos operativos y mejorar la eficiencia del servicio, además, un modelo renovado en la gastronomía aumenta la satisfacción del cliente, generando mejores reseñas y mayor fidelidad, también fomenta la innovación al integrar tradiciones culinarias locales, como las de Manabí, aumentando la oferta y diferenciando al establecimiento hotelero en el mercado.

2.1. Planteamiento del problema

El estudio sobre el desempeño de la gastronomía en la experiencia hotelera, con énfasis en la cocina manabita, aborda un problema de realce dentro del sector turístico, más allá de ser un atractivo, la gastronomía influye considerablemente en la elección de un destino por parte de los viajeros (OMT, 2001; López et al., 2018). A partir de ello, el análisis que acá se realiza, se centra en entender el modo en que la riqueza culinaria de Manabí puede convertirse en un elemento diferenciador en la oferta hotelera, considerando que más del 30 % del gasto turístico global se destina a experiencias gastronómicas, sin embargo, muchos destinos no logran integrar adecuadamente su cultura culinaria en sus estrategias de promoción (Camara & Morcate Labrada, 2014;

Barbini, 2004), limitando su capacidad para atraer turistas en busca de vivencias auténticas y locales.

El problema se enmarca en un contexto de creciente competencia entre destinos turísticos, donde los viajeros buscan un lugar para hospedarse y vivir experiencias integrales que resalten la gastronomía local (Bernal Torres, 2006; Bertoncello, 2002). En ese contexto, Manabí, con su vasta tradición culinaria y sabores únicos, ofrece una oportunidad significativa para posicionarse como un destino gastronómico destacado, no obstante, la falta de promoción efectiva y el desconocimiento sobre sus platos típicos dificultan este objetivo. Adicionalmente, el interés actual por el turismo sostenible requiere que las propuestas gastronómicas resalten la tradición local y utilicen productos autóctonos, agregando complejidad al desafío.

Este problema se aborda desde una delimitación temporal, espacial y poblacional específica, temporalmente, el análisis se enfoca en el presente y en un horizonte de los próximos cinco años, evaluando las tendencias gastronómicas y su impacto en la experiencia hotelera en Manabí.

Espacialmente, se restringe a esta región costera de Ecuador, reconocida por su riqueza culinaria; la población objetivo incluye turistas nacionales e internacionales que visitan Manabí, así como los operadores turísticos y hoteleros interesados en integrar la gastronomía local en sus servicios, adicionalmente, se abordan aspectos relacionados con la falta de formación en gastronomía regional dentro del sector hotelero y la necesidad de fomentar alianzas estratégicas entre chefs locales y hoteles para ofrecer experiencias culinarias diversas y acordes al contexto espacial de Manabí.

2.2. Formulación del problema

¿Cómo la integración de la gastronomía Manabita puede mejorar la experiencia del turista y contribuir al desarrollo sostenible del turismo en la región?

Esta pregunta refleja el desafío que enfrenta el sector hotelero en Manabí, donde la rica tradición culinaria local no se ha aprovechado plenamente para atraer y satisfacer a los visitantes. Es así, como la investigación también se orienta a analizar las estrategias que pueden implementarse para resaltar la importancia de la gastronomía como parte de la experiencia hotelera, así como identificar las barreras actuales que limitan su integración efectiva.

2.3. Variables

Variable independiente: La gastronomía Manabita

Variable dependiente: La experiencia hotelera

2.4. Objetivo general

Analizar la influencia que tiene la gastronomía manabita en la experiencia hotelera de los turísticas que visitan la provincia.

2.5. Objetivos específicos

- Identificar las características distintivas de la gastronomía manabita que pueden ser integradas en la oferta gastronómica de los hoteles, con el fin de resaltar su autenticidad y valor cultural.

- Evaluar la percepción de los turistas sobre la oferta gastronómica en los hoteles de Manabí y la influencia en su experiencia general durante la estancia.
- Proponer estrategias para mejorar la integración de la gastronomía local en los servicios hoteleros que se ofertan en la provincia de Manabí.

Capítulo I: Marco Teórico

3.1 Antecedentes

El análisis de la gastronomía dentro del ámbito turístico y hotelero ha experimentado un desarrollo progresivo en correspondencia con los cambios estructurales del turismo a nivel mundial (Huertas et al., 2020; Cruz-Negrete, 2022). En sus primeras etapas, la actividad turística se orientaba principalmente al desplazamiento, el descanso y el alojamiento, mientras que la alimentación cumplía una función básica, asociada a la satisfacción de necesidades primarias del visitante (Boullón, 2006; Huertas et al., 2020). En este contexto inicial, la gastronomía no era concebida como un elemento diferenciador, sino como un servicio complementario estandarizado, con escasa relación con la identidad del destino (Feo, 2005; Aguirregoitia & Fernández-Poyatos, 2017).

Con el transcurso del tiempo, el turismo comenzó a diversificarse y a incorporar nuevas motivaciones vinculadas al interés cultural, social y experiencial (Huertas et al., 2020; Cruz-Negrete, 2022). Este cambio dio lugar a una revalorización de las prácticas locales, entre ellas la gastronomía, entendida como una manifestación cultural que refleja

formas de vida, tradiciones y saberes colectivos (Vega et al., 2018; Ballesteros, 2020). La alimentación pasó a ser considerada un espacio de interacción entre el visitante y la comunidad receptora, en el cual se transmiten significados asociados al territorio, la historia y la identidad social (Flores & Ramírez, 2024; Hernández & Dancausa, 2018).

En este proceso evolutivo, la gastronomía se posicionó en un componente relevante dentro de la experiencia turística, al influir en la percepción del destino y en la satisfacción del visitante (Contreras, 2021; Lemoine et al., 2021). El consumo de platos tradicionales comenzó a asociarse con la autenticidad del viaje y con la posibilidad de conocer el entorno desde una perspectiva sensorial y cultural (Hernández & Dancausa, 2018; Montoya, 2003).

Esta transformación impulsó el surgimiento de nuevas formas de turismo orientadas al disfrute de la cocina local, lo que motivó el interés académico y profesional por analizar la relación entre gastronomía, turismo y desarrollo territorial (Barrera, 2006; Barrera & Bringas, 2008; Millán et al., 2014).

En el ámbito hotelero, estos cambios se reflejaron en una progresiva reconsideración de la oferta gastronómica (Torres, 2022; Kuhn et al., 2024). Los establecimientos dejaron de concebir los servicios de alimentación únicamente como un área operativa para empezar a integrarlos dentro de su propuesta de valor (Striedinger, 2022; Trujillo, 2024). La gastronomía pasó a influir en la imagen del hotel, en la percepción de calidad del servicio y en la experiencia global del huésped (Contreras, 2021; Herrera et al., 2024). Sin embargo, este proceso no se ha desarrollado de manera homogénea, ya que muchos establecimientos mantienen modelos estandarizados que

limitan la incorporación de elementos locales (Kuhn et al., 2024; Mamatova & Nurfayziyeva, 2024).

En América Latina, la relación entre gastronomía y turismo ha adquirido una particular relevancia debido a la diversidad cultural y biológica de la región (Schlüter & Thiel Ellul, 2008; Morales & Fusté-Forné, 2021). Las cocinas tradicionales latinoamericanas se caracterizan por el uso de ingredientes autóctonos, técnicas heredadas y prácticas culinarias asociadas a contextos sociales específicos (Barrera & Bringas, 2008; Villaseñor & Castillo, 2023).

Estas características han favorecido la consolidación de la gastronomía como un recurso cultural susceptible de ser integrado en la oferta turística (Hernández & Dancausa, 2018; Cabral et al., 2024). A pesar de ello, la articulación entre gastronomía local y sector hotelero ha enfrentado situaciones vinculadas a la falta de planificación, capacitación y reconocimiento del valor cultural de la cocina tradicional (Ballesteros, 2020; Morales & Fusté-Forné, 2021).

En el contexto ecuatoriano, la gastronomía regional es una expresión representativa de la diversidad cultural del país (Vega et al., 2018; Iñiguez-Sánchez et al., 2024). Cada región presenta particularidades culinarias determinadas por factores geográficos, climáticos y socioculturales (Regalado, 2019; Iñiguez-Sánchez et al., 2024). Este escenario ha permitido el desarrollo de una cocina variada, estrechamente vinculada a la producción local y a las tradiciones comunitarias (Regalado Espinoza, 2019; Pita et al., 2023). Sin embargo, la integración de esta riqueza gastronómica en los servicios turísticos y hoteleros ha sido desigual, predominando en muchos casos

propuestas desvinculadas del contexto territorial (Ricaurte, 2009; Félix & Ganchozo, 2020).

La provincia de Manabí se distingue por una tradición gastronómica profundamente arraigada en su historia y en su relación con el entorno natural (Regalado, 2019; Núñez et al., 2024). El uso de productos del mar, cultivos locales y técnicas ancestrales ha dado lugar a una cocina reconocida por su identidad y continuidad en el tiempo (Bravo & Chóez, 2022; Pita et al., 2023). Platos tradicionales, métodos de cocción y formas de consumo ponen de manifiesto prácticas sociales transmitidas entre generaciones, consolidando a la gastronomía manabita como un referente cultural de la provincia (Hormaza & Torres, 2020; Bravo & Chóez, 2022).

A pesar de este reconocimiento, los antecedentes evidencian que la presencia de la gastronomía manabita en el sector hotelero no ha sido plenamente aprovechada (Bravo & Chóez, 2022; Torres, 2022). En numerosos establecimientos, la oferta gastronómica se encuentra orientada hacia modelos genéricos que responden a tendencias globales, dejando de lado las particularidades locales (Cruz-Negrete, 2022; Sánchez & Zaldumbide, 2024). Esta situación ha generado una brecha entre la identidad culinaria del territorio y la experiencia ofrecida al turista, limitando el potencial de la gastronomía desde el enfoque de diferenciación.

Otro antecedente relevante se relaciona con la formación del talento humano dentro del sector hotelero (Contreras, 2021; Torres, 2022). La escasa capacitación en gastronomía regional y en gestión de productos locales ha dificultado la incorporación sistemática de la cocina manabita en los servicios de alimentación (Juliá, 2014; Cáceres, 2023). A ello se agrega la limitada articulación entre hoteles, productores locales y

portadores de saberes culinarios, lo que restringe la creación de propuestas coherentes con el contexto territorial.

Desde el ámbito académico, los estudios previos sobre turismo y gastronomía han abordado aspectos vinculados al patrimonio alimentario, la experiencia del consumidor y la sostenibilidad (Cáceres, 2023; Campos-Quezada & Castillo-Ortiz, 2024). Aun así, persisten vacíos de investigación en relación con la aplicación práctica de estos enfoques en el sector hotelero, particularmente en contextos regionales específicos como Manabí. La mayoría de los análisis se concentran en destinos consolidados o en experiencias gastronómicas independientes, dejando en segundo plano la realidad de los establecimientos hoteleros (Hernández & Dancausa, 2016; Iñiguez-Sánchez et al., 2024).

En este sentido, esta investigación se apoya en estos antecedentes para plantear un análisis orientado a la optimización de la gastronomía manabita dentro de la experiencia hotelera (Contreras, 2021; Bravo & Chóez, 2022). El estudio reconoce la necesidad de superar modelos fragmentados y propone una visión integral que considere la gastronomía como parte de la identidad del servicio hotelero. De esta manera, los antecedentes sustentan la pertinencia de investigar estrategias que permitan articular la cocina manabita con la gestión hotelera, en concordancia con las dinámicas culturales, sociales y económicas de la provincia.

3.2 Marco Referencial

El marco referencial de la investigación se construye a partir de la interrelación entre turismo, hotelería y gastronomía como actividades que convergen en un mismo

espacio territorial (Boullón, 2006; Gallegos, 2008). El turismo es un fenómeno social y económico que involucra la movilidad temporal de personas hacia destinos distintos a su lugar de residencia habitual, motivadas por intereses diversos (Zambrana, 2014; Huertas et al., 2020). Esta actividad genera impactos en los ámbitos cultural, económico y ambiental de los territorios receptores (Brida et al., 2017; Calvopiña et al., 2017).

La hotelería se inserta dentro del sistema turístico en forma de actividad orientada a satisfacer las necesidades de alojamiento y servicios complementarios de los visitantes (Boullón, 2003; Tabares, 2006). La experiencia hotelera se configura mediante la interacción entre el huésped y el conjunto de servicios ofrecidos durante su estancia, incluyendo la atención, las instalaciones y la oferta gastronómica. Esta experiencia influye de manera directa en la percepción del destino y en la valoración general del viaje (Lemoine et al., 2021; Contreras, 2021).

La gastronomía, dentro del marco referencial, es igualmente una expresión cultural vinculada a los modos de vida de una comunidad. Su relación con el turismo se manifiesta a través del consumo de platos tradicionales, la participación en prácticas culinarias y el contacto con los productos locales. En el entorno hotelero, la gastronomía se transforma en un espacio de mediación cultural, donde el visitante entra en contacto con la identidad del territorio (Vega et al., 2018; Ballesteros, 2020).

Desde una perspectiva territorial, la gastronomía se articula con los recursos naturales, las actividades productivas y las dinámicas sociales del entorno. En Manabí, esta relación se evidencia en el uso de insumos provenientes de la pesca artesanal, la agricultura local y la ganadería, pero además, en las técnicas de preparación transmitidas de generación en generación. Esta vinculación territorio-gastronomía constituye un

referente para el diseño de propuestas turísticas coherentes con el contexto local (Ricaurte, 2009; Calvopiña et al., 2017).

El esquema de sostenibilidad forma parte del marco referencial al considerar la gestión responsable de los recursos y la participación de la comunidad en la actividad turística. En el sector hotelero, la integración de la gastronomía local se relaciona con prácticas orientadas al fortalecimiento de la economía del territorio, la reducción de impactos ambientales y la preservación de las manifestaciones culturales. Este modelo plantea la necesidad de desarrollar estrategias que equilibren los intereses económicos con el bienestar social y ambiental (Fernández, 2023; Gudynas & Carpio, 2024).

La experiencia del turista se construye a partir de percepciones, emociones y valoraciones generadas durante la estancia. La gastronomía influye en este proceso al incidir en la memoria del viaje y en la disposición del visitante a recomendar el destino (Herrera et al., 2024; Flores & Ramírez, 2024). En este orden de ideas, el marco referencial sitúa a la cocina manabita como un componente articulador entre la identidad cultural y la competitividad del sector hotelero.

3.3 Marco Conceptual

El marco conceptual agrupa los principales conceptos que orientan la investigación, con el propósito de delimitar el significado de los términos utilizados y establecer una base coherente para el análisis (Huertas et al., 2020; Cruz-Negrete, 2022). La gastronomía es el conjunto de saberes, prácticas y expresiones vinculadas a la preparación, consumo y significado de los alimentos dentro de un contexto social

determinado. Este concepto integra dimensiones culturales, simbólicas y productivas (Montoya, 2003; Vega et al., 2018).

La experiencia hotelera es el resultado de la interacción entre el huésped y los servicios ofrecidos por el establecimiento durante su estancia. Incluye aspectos materiales, entre estos, la infraestructura y los productos, junto con elementos intangibles relacionados con la atención, el ambiente y las sensaciones generadas. La gastronomía forma parte de esta experiencia al incidir en la percepción de calidad y en la valoración global del servicio (Contreras, 2021; Lemoine et al., 2021).

La cocina manabita se conceptualiza a modo de manifestación gastronómica regional construida a partir del uso de productos locales, recetas tradicionales y técnicas heredadas de prácticas ancestrales. Su identidad se encuentra estrechamente vinculada al territorio, a las dinámicas productivas y a las costumbres sociales de la provincia. Dentro del ámbito hotelero, la cocina manabita representa una alternativa para la diferenciación de la oferta y la construcción de una imagen asociada al destino (Feo, 2005; Aguirregoitia & Fernández-Poyatos, 2017).

La optimización se refiere al conjunto de acciones orientadas a mejorar el desempeño de un proceso o servicio mediante la identificación de oportunidades de mejora y la aplicación de estrategias adecuadas. En esta investigación, la optimización de la gastronomía se relaciona con el diseño de propuestas que integren la cocina manabita en la experiencia hotelera, considerando criterios de calidad, coherencia cultural y gestión eficiente (Striedinger, 2022; Díaz-Pompa et al., 2024;).

La satisfacción del turista es el grado de correspondencia entre las expectativas previas y las percepciones obtenidas durante la experiencia de viaje. Este concepto se vincula con la evaluación del valor recibido y con la disposición a repetir la visita o recomendar el establecimiento. La gastronomía incide en este proceso al influir en las emociones, los recuerdos y la evaluación general de la estancia (Contreras, 2021; Herrera et al., 2024).

3.4 Marco Legal

El marco legal de la investigación se sustenta en la normativa ecuatoriana que regula la educación superior, el turismo y la actividad hotelera (Pérez & Sánchez, 2024; SENPLADES, 2012). En el ámbito académico, la legislación vigente reconoce en la investigación un componente fundamental de la formación universitaria, orientado a la generación de conocimiento y a la vinculación con la sociedad. Este marco respalda la elaboración de trabajos de titulación que aborden problemáticas relacionadas con el desarrollo local y sectorial (Félix et al., 2020; Pérez & Sánchez, 2024).

En materia turística, el ordenamiento jurídico del país reconoce que el turismo es una actividad estratégica para el desarrollo económico y social (OMT, 2020; Brida et al., 2017). La normativa promueve la puesta en valor del patrimonio cultural, incluyendo las manifestaciones gastronómicas, y establece lineamientos para su preservación y uso responsable dentro de la oferta turística (URBACT, 2020; Torres, 2022). Este marco legal respalda la integración de la gastronomía tradicional en los servicios hoteleros, siempre que se respeten los valores culturales y las condiciones sanitarias establecidas (Torres, 2022; Cáceres, 2023).

El sector hotelero se rige por disposiciones orientadas a garantizar la calidad del servicio, la seguridad de los usuarios y el cumplimiento de estándares técnicos (Contreras, 2021; Tabares, 2006). Estas regulaciones inciden de manera directa en la gestión de los servicios gastronómicos, al establecer normas para la manipulación de alimentos, la infraestructura, la higiene y la atención al cliente. El cumplimiento de este marco normativo resulta determinante para el funcionamiento adecuado de los establecimientos (Contreras, 2021).

Desde una perspectiva territorial, el marco legal incorpora políticas relacionadas con el desarrollo sostenible y el fortalecimiento de las economías locales (Gudynas & Carpio, 2024; Pedetti, 2024). Estas políticas fomentan la articulación entre turismo, gastronomía y producción local, con el objetivo de generar beneficios sociales y económicos en las comunidades receptoras (Solis et al., 2024; Coloma et al., 2024).

Desde esta perspectiva, la optimización de la gastronomía dentro del sector hotelero se apeg a los principios legales orientados al uso responsable de los recursos y a la participación comunitaria.

En definitiva, disposiciones legales vigentes sustenta la pertinencia de analizar estrategias orientadas a la integración de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera, en concordancia con los lineamientos normativos y las políticas públicas relacionadas con el turismo y el desarrollo territorial (SENPLADES, 2013; URBACT, 2020; OMT, 2020; Morales & Fusté-Forné, 2021; Coloma et al., 2024; Solis et al., 2024; Pedetti, 2024; Núñez et al., 2024; Cabral et al., 2024).

Capítulo II. Metodología

Este capítulo expone el diseño metodológico empleado para analizar la influencia de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera y su relación con la satisfacción del turista. Se detallan el enfoque, el tipo y diseño de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, los procedimientos de validación y confiabilidad, el plan de análisis, así como las consideraciones éticas aplicables.

El planteamiento metodológico se organiza de forma que exista correspondencia entre el problema, los objetivos y las decisiones técnicas del estudio, atendiendo a criterios de rigor en la planificación, ejecución y reporte de investigaciones de corte transversal y multimétodo (Maier et al. 2023; Pérez-Guerrero et al., 2024).

3.1 Enfoque de investigación

La investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto con predominio cuantitativo. El componente cuantitativo permite estimar tendencias de percepción y niveles de satisfacción asociados a la oferta gastronómica dentro del servicio hotelero, mediante mediciones estandarizadas aplicadas a turistas. El componente cualitativo se integra para profundizar en significados, prácticas de gestión y decisiones operativas vinculadas a la incorporación de cocina manabita en el servicio, a través de entrevistas semiestructuradas a actores del sector.

La integración de métodos se justifica por la naturaleza del fenómeno estudiado, donde conviven dimensiones medibles (por ejemplo, satisfacción y valoración del servicio) con dimensiones interpretativas (por ejemplo, sentido de identidad, expectativas culturales y narrativa de la experiencia). Esta lógica de integración se alinea con

planteamientos recientes sobre diseños mixtos como alternativa para ampliar la comprensión de problemas complejos y mejorar la coherencia entre datos, análisis e inferencias (Costa, 2024; Soicher, 2024).

3.2 Tipo y diseño de investigación

El estudio es de tipo descriptivo-correlacional y de diseño no experimental, con corte transversal. Se describe el comportamiento de variables vinculadas a la experiencia gastronómica en el hotel (calidad percibida, autenticidad, variedad, presentación, relación precio–valor, higiene, atención del personal) y se examina su asociación con la satisfacción del turista y su intención de recomendación. Al tratarse de un diseño transversal, la medición se realiza en un único momento, evitando afirmaciones de causalidad temporal y privilegiando inferencias de asociación compatibles con la estructura del diseño (Maier et al., 2023).

La elección del corte transversal se respalda en su eficiencia para obtener un ‘estado de situación’ del fenómeno en un periodo delimitado, particularmente útil en investigaciones aplicadas al sector turístico donde la demanda y el servicio se observan por temporadas y contextos de alta variabilidad operativa. En consecuencia, el estudio incorpora acciones para fortalecer la calidad del reporte metodológico, el control de sesgos y la transparencia de decisiones analíticas, recomendaciones frecuentes en revisiones metodológicas contemporáneas (Pérez-Guerrero et al., 2024).

3.3 Contexto, unidad de análisis y delimitación

El estudio se sitúa en la provincia de Manabí, Ecuador, en establecimientos de alojamiento que ofrecen servicios de alimentación a huéspedes (restaurante del hotel, desayunos incluidos, *room service* u oferta gastronómica tercerizada dentro del

establecimiento). La unidad de análisis principal corresponde al turista hospedado que consume o evalúa la oferta gastronómica del hotel durante su estancia. Como unidades informantes complementarias se consideran actores del hotel vinculados a la gestión y operación gastronómica (administración, jefatura de alimentos y bebidas, cocina, atención).

La delimitación temporal corresponde al periodo de levantamiento de información definido (agosto diciembre 2026), procurando capturar una muestra de visitantes en condiciones operativas regulares del servicio. La delimitación temática se centró en la experiencia hotelera mediada por la gastronomía local, no en la caracterización completa del destino ni en la evaluación integral del sistema turístico provincial.

3.4 Población, muestra y muestreo

La población estuvo conformada por 240 turistas, de los cuales, 140 fueron nacionales y 90 extranjeros hospedados en hoteles seleccionados dentro de la provincia de Manabí (Manta y Portoviejo) durante el periodo de estudio. Para el componente cuantitativo se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia con criterios, atendiendo a la accesibilidad de los huéspedes en el punto de servicio y a la disposición voluntaria a participar. Se aplicaron criterios de inclusión: (a) ser mayor de edad, (b) estar hospedado en el establecimiento al momento del levantamiento, (c) haber consumido o evaluado el servicio gastronómico del hotel, y (d) aceptar participar mediante consentimiento informado.

El tamaño muestral se hizo con base en proporciones, usando una aproximación estándar para poblaciones grandes (nivel de confianza, margen de error y proporción esperada), ajustando por no respuesta. En el marco de un estudio transversal como este,

la consistencia del muestreo y la descripción detallada del procedimiento se consideran aspectos prioritarios para reducir sesgos de selección y fortalecer la interpretabilidad de los resultados (Maier et al., 2023; Pérez-Guerrero et al., 2024).

Para el componente cualitativo se realizaron 4 entrevistas semiestructuradas a informantes del sector hotelero, seleccionados mediante muestreo intencional por perfiles, debido a su vínculo directo con la planificación, operación y control del servicio gastronómico dentro del establecimiento. Los perfiles considerados fueron: un administrador del hotel (Portoviejo), un jefe de alimentos y bebidas (Manta), un chef de cocina (Portoviejo), y un responsable de atención en restaurante (Portoviejo).

La selección de estos informantes permitió recopilar información desde distintos niveles de decisión y ejecución del servicio, abordando temas como criterios para integrar platos manabitas, abastecimiento de insumos locales, estandarización de recetas, control sanitario, capacitación del personal y barreras operativas para sostener una oferta coherente con la identidad gastronómica de Manabí. El número de entrevistas se consideró suficiente para obtener diversidad de perspectivas y consistencia temática en torno al fenómeno de estudio, dentro del alcance y recursos del proyecto.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se emplearon dos técnicas principales: encuesta estructurada y entrevista semiestructurada. La encuesta se dirigió a turistas y se organizó en secciones: (1) datos sociodemográficos y del viaje, (2) consumo gastronómico en el hotel, (3) percepción de la oferta de cocina manabita, (4) evaluación de calidad del servicio de alimentos y bebidas, (5) satisfacción global e intención de recomendación. Los ítems se formularon

en escala tipo Likert de cinco puntos, con opciones desde desacuerdo total hasta acuerdo total o desde valoración muy baja hasta muy alta, según la naturaleza del ítem.

La entrevista semiestructurada se dirigió a informantes del sector hotelero para comprender prácticas de incorporación de gastronomía local, criterios de selección de platos, abastecimiento de insumos, estandarización de procesos, control sanitario, capacitación, estrategias de comunicación con el huésped y barreras percibidas para mantener una oferta coherente con la identidad manabita. Las entrevistas se registraron con autorización del entrevistado en formato de audio para su posterior transcripción.

3.6 Validez de contenido, pilotaje y confiabilidad

Para la encuesta, la validez de contenido se estableció mediante juicio de expertos. Se solicitó la revisión de 3 especialistas en turismo, hotelería y gastronomía, además de un experto metodológico, con el fin de evaluar claridad, pertinencia, coherencia con los objetivos y cobertura del constructo. El instrumento se sometió a un pilotaje con una submuestra de 20 turistas en la ciudad de Manta, con características similares a la población objetivo. El pilotaje permitió identificar tiempos de aplicación y comprensión de ítems. Este procedimiento es recomendado en literatura metodológica reciente sobre evaluación de escalas y argumentos de validez (Hayduk, 2024). La confiabilidad de la encuesta se evaluó mediante consistencia interna (alfa de Cronbach) para las dimensiones multi-ítem, interpretando los resultados de forma contextualizada y evitando reglas mecánicas. (Pérez-Guerrero et al., 2024).

3.7 Procedimiento de levantamiento de información

El trabajo de campo se organizó en fases: (1) coordinación con establecimientos hoteleros para autorización, definición de puntos y horarios de aplicación; (2)

socialización de objetivos y criterios de participación; (3) aplicación de encuestas a turistas, procurando evitar interferencias con el disfrute del servicio y respetando la privacidad; (4) realización de entrevistas a actores del hotel, agendadas según disponibilidad; (5) sistematización, depuración y resguardo de la información. La aplicación de la encuesta se realizó en momentos adecuados para el huésped, principalmente tras el consumo del servicio gastronómico, con una duración estimada de 10 minutos. Las entrevistas se ejecutaron en espacios que garantizaron confidencialidad. No se publican los nombres de los participantes y establecimientos para proteger identidad y facilitar el manejo del conjunto de datos.

3.8 Plan de análisis de datos

El análisis cuantitativo comprendió estadística descriptiva, análisis de consistencia interna; análisis bivariado para explorar asociaciones entre percepción de la oferta gastronómica y satisfacción del turista entre otras. Los resultados se exponen en tablas y gráficos en el capítulo de los resultados y discusión, acompañados de interpretación vinculada a los objetivos. El análisis cualitativo se llevó a cabo por medio del análisis temático, partiendo de transcripciones y notas de campo. Se procedió con lectura comprensiva, codificación inicial, agrupación de códigos, construcción de temas y revisión de coherencia interna, tal como sugiere Finlay (2021).

La integración de resultados se ejecutó al momento de la interpretación final. Se contrastaron hallazgos cuantitativos con hallazgos cualitativos, buscando convergencias, divergencias y complementariedades. Este procedimiento de integración se fundamenta en enfoques recientes que describen la combinación de métodos para sostener

inferencias más completas y para fortalecer la coherencia entre datos, análisis e implicaciones (Costa, 2024; Soicher, 2024).

Por otro lado, la investigación respetó en todo momento los principios éticos aplicables a estudios con participación de personas: voluntariedad, consentimiento informado, confidencialidad y uso responsable de la información. Antes de aplicar cada cuestionario o entrevista se informó el propósito del estudio, el carácter académico de la investigación, el uso de los datos y la posibilidad de retirarse en cualquier momento sin consecuencias. Se evitó recolectar datos sensibles innecesarios y se resguardó la información en archivos con acceso restringido.

En el reporte, los resultados se presentan de manera agregada, sin identificar personas o establecimientos, y se cuida la redacción de hallazgos cualitativos para impedir inferencias de identidad. El cumplimiento de estas pautas fortaleció la integridad del proceso investigativo y la confianza en los resultados reportados.

Capítulo II. Resultados y discusión

3.1. Resultados de la encuesta

Pregunta 1. ¿Es su primera visita a la provincia de Manabí?

Los resultados evidencian que una proporción significativa de los encuestados ya había visitado previamente la provincia de Manabí (Tabla 1), lo que revela un comportamiento de recurrencia turística. Esta situación refleja que el destino mantiene un atractivo sostenido en el tiempo, asociado tanto a sus recursos naturales como culturales. La experiencia previa del visitante permite, además, una comparación más

crítica del servicio recibido, lo que aporta mayor solidez a la valoración expresada sobre la experiencia hotelera.

Tabla 1. *Frecuencia de visitas a la provincia de Manabí.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	98	40,8 %
No	142	59,2 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 2. ¿Consumió platos tradicionales manabitas durante su estadía en el hotel?

Los datos obtenidos muestran que la mayoría de los turistas tuvo contacto directo con la gastronomía manabita durante su alojamiento. Este resultado indica que los establecimientos hoteleros incluyen, en mayor o menor medida, platos tradicionales dentro de su oferta gastronómica. La presencia de estos platos favorece el acercamiento del huésped a la identidad cultural del destino y fortalece la experiencia integral de hospedaje.

Tabla 2. *Frecuencia de consumo de platos tradicionales por los turistas.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	198	82,5 %
No	42	17,5 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 3. ¿Cómo califica la variedad de platos manabitas ofrecidos?

Las respuestas ponen de manifiesto una valoración favorable de la diversidad de platos tradicionales disponibles en los hoteles (Tabla 3). Este comportamiento sugiere que los establecimientos realizan esfuerzos por ampliar su propuesta culinaria y evitar

una oferta limitada o repetitiva. Una mayor variedad contribuye a satisfacer diferentes preferencias del visitante y a reforzar la percepción de riqueza gastronómica del territorio.

Tabla 3. *Calificación de la variedad de platos manabitas ofrecidos en los hoteles.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	90	37,5 %
Buena	88	36,7 %
Regular	42	17,5 %
Mala	20	8,3 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 4. ¿Cómo califica la presentación de los platos manabitas?

Los resultados indican una percepción positiva en relación con la presentación de los platos, aspecto que influye directamente en la primera impresión del comensal (tabla 4). Una presentación cuidada transmite profesionalismo, atención al detalle y calidad del servicio, elementos que inciden en la valoración general de la experiencia gastronómica dentro del hotel.

Tabla 4. *Calificación de la presentación de los platillos ofrecidos en los hoteles.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	96	40,0 %
Buena	94	39,2 %
Regular	32	13,3 %
Mala	18	7,5 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 5. ¿Considera que los platos conservan su autenticidad tradicional?

La percepción de autenticidad alcanzó niveles elevados entre los encuestados (Tabla 5), lo que indica que los hoteles mantienen rasgos propios de la cocina manabita en sus preparaciones. Este resultado resulta relevante, ya que la autenticidad gastronómica influye en la construcción de experiencias culturales genuinas y en la diferenciación del servicio frente a otras ofertas estandarizadas.

Tabla 5. *Consideración de los platos que conservan su autenticidad tradicional.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy alta	92	38,3 %
Alta	88	36,7 %
Media	42	17,5 %
Baja	18	7,5 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 6. ¿Cómo evalúa la calidad de los ingredientes utilizados?

Los encuestados manifestaron una apreciación positiva respecto a la calidad de los insumos empleados en la preparación de los platos. Este comportamiento sugiere el uso de productos frescos y adecuados, lo que incide tanto en el sabor como en la percepción de seguridad e higiene alimentaria. (Tabla 6).

Tabla 6. *Evaluación de calidad de los ingredientes utilizados en la preparación de platos.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	100	41,7 %
Buena	86	35,8 %
Regular	36	15,0 %
Mala	18	7,5 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 7. ¿Cómo califica la atención del personal durante el servicio gastronómico?

Las valoraciones alcanzadas sugieren una percepción favorable del trato brindado por el personal (Tabla 7). La interacción directa entre el colaborador y el huésped influye de manera significativa en la experiencia gastronómica, ya que una atención cordial y eficiente contribuye a generar confianza y bienestar durante el consumo del servicio.

Tabla 7. *Calificación de la atención del personal durante el servicio gastronómico.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	104	43,3 %
Buena	82	34,2 %
Regular	36	15,0 %
Mala	18	7,5 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 8. ¿Cómo evalúa los tiempos de servicio en el restaurante del hotel?

Los resultados indican que, en términos generales, los tiempos de atención son considerados adecuados por los turistas (tabla 8). Sin embargo, la presencia de respuestas menos favorables sugiere la existencia de situaciones puntuales donde el servicio podría optimizarse, especialmente en momentos de alta demanda.

Tabla 8. *Evaluación de los tiempos de servicio en el restaurante del hotel.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy adecuados	88	36,7 %
Adecuados	92	38,3 %
Poco adecuados	40	16,7 %
Inadecuados	20	8,3 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 9. ¿Considera adecuada la relación precio-calidad del servicio gastronómico?

Una proporción importante de los encuestados percibe coherencia entre el precio pagado y la calidad del servicio recibido (Tabla 9). Este aspecto resulta determinante en la satisfacción del cliente, ya que influye en la percepción de justicia económica y en la disposición a recomendar el establecimiento.

Tabla 9. *Percepción de los encuestados acerca de si es adecuada la relación precio-calidad del servicio gastronómico.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy adecuada	84	35,0 %
Adecuada	98	40,8 %
Regular	38	15,8 %
Inadecuada	20	8,3 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 10. ¿La gastronomía manabita influyó en su experiencia hotelera?

Los resultados evidencian que la gastronomía local tiene un peso relevante dentro de la experiencia de hospedaje (Tabla 10). La inclusión de platos tradicionales fortalece la conexión del visitante con el destino y eleva el valor percibido del servicio hotelero.

Tabla 10. *Percepción acerca de la influencia de la gastronomía manabita sobre la experiencia hotelera.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy alta	104	43,3 %
Alta	86	35,8 %
Media	34	14,2 %
Baja	16	6,7 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 11. ¿Se sintió satisfecho con la experiencia gastronómica recibida?

Los niveles de satisfacción reportados son elevados, lo que refleja una respuesta positiva por parte de los huéspedes frente al servicio gastronómico (Tabla 11). Este resultado confirma que la experiencia culinaria incide directamente en la evaluación global del establecimiento hotelero.

Tabla 11. *Nivel de satisfacción del turista con la experiencia gastronómica recibida.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	112	46,7 %
Satisfecho	86	35,8 %
Medianamente satisfecho	28	11,7 %
Insatisfecho	14	5,8 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 12. ¿Recomendaría el hotel por su oferta gastronómica?

La alta disposición a recomendar el hotel pone de manifiesto que la gastronomía actúa como un elemento diferenciador del servicio (Tabla 12). Esta recomendación constituye una forma de promoción indirecta que fortalece la imagen del establecimiento y del destino.

Tabla 12. *Porcentaje de encuestados que recomendaría el hotel por su oferta gastronómica.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	210	87,5 %
No	30	12,5 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 13. ¿Considera importante que los hoteles integren gastronomía local en sus servicios?

Los encuestados atribuyen un alto nivel de importancia a la incorporación de gastronomía local (Tabla 13), lo que refleja una preferencia creciente por experiencias vinculadas a la cultura del territorio. Este comportamiento sugiere una oportunidad para fortalecer la identidad del servicio hotelero.

Tabla 13. *Importancia de que los hoteles integren gastronomía local en sus servicios.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	130	54,2 %
Importante	84	35,0 %
Poco importante	26	10,8 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 14. ¿La experiencia gastronómica influyó en su intención de regresar a Manabí?

Los resultados muestran que la experiencia gastronómica incide en la intención de retorno al destino (Tabla 14). Un servicio culinario bien valorado contribuye a la fidelización del visitante y al fortalecimiento del turismo recurrente.

Tabla 14. *Percepción del turista acerca de la influencia de la experiencia gastronómica para regresar a Manabí.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	176	73,3 %
Tal vez	44	18,3 %
No	20	8,3 %

Fuente: elaboración propia.

Pregunta 15. ¿Considera que la gastronomía manabita aporta valor a la experiencia turística?

Una amplia mayoría reconoce el aporte de la gastronomía manabita a la experiencia turística (Tabla 15). Este resultado confirma que la cocina local se consolida como un componente relevante dentro del servicio hotelero y del atractivo del destino.

Tabla 15. *Respuestas de los encuestados en relación a al valor que la gastronomía manabita aporta a la experiencia turística?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	218	90,8 %
No	22	9,2 %

Fuente: elaboración propia.

3.2. Hallazgos de la entrevista

Las entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes del sector hotelero permitieron profundizar en las prácticas, percepciones y decisiones relacionadas con la integración de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera. A partir del análisis del discurso de los informantes se logró identificar varios ejes temáticos recurrentes que aportan una comprensión complementaria a los resultados obtenidos con la encuesta.

3.2.1 Integración de la gastronomía manabita en la oferta hotelera

Los informantes coincidieron en señalar que la gastronomía manabita forma parte de la oferta del hotel, aunque su nivel de integración varía según el tipo de establecimiento y su orientación comercial. En algunos casos, la inclusión de platos tradicionales responde a una estrategia deliberada de diferenciación, mientras que en

otros se limita a determinados momentos del servicio, entre los cuales, desayunos típicos o eventos especiales.

Desde la perspectiva de los entrevistados, la incorporación de gastronomía local se percibe como una respuesta a las expectativas del turista, especialmente de aquellos visitantes interesados en conocer la cultura del destino. Sin embargo, se reconoció que no siempre existe una planificación estructurada que facilite la consolidación de esta integración de manera permanente dentro del menú.

3.2.2 Criterios para la selección de platos tradicionales

Un hallazgo importante se relaciona con los criterios utilizados para seleccionar los platos manabitas que se ofrecen en el hotel. Los informantes señalaron que la elección suele basarse en factores diversos, siendo algunos de estos, la aceptación del cliente, la facilidad de preparación, la disponibilidad de insumos y la adaptación de las recetas a estándares operativos del hotel.

Algunos entrevistados manifestaron que ciertos platos tradicionales requieren ajustes en su preparación para cumplir con normas de higiene, tiempos de servicio y presentación, lo que genera una tensión entre mantener la tradición culinaria y responder a las exigencias del servicio hotelero. Esta situación influye directamente en el grado de autenticidad que se logra transmitir al huésped.

3.2.3 Abastecimiento de insumos y relación con productores locales

En relación con el abastecimiento, los entrevistados indicaron que el uso de productos locales constituye una práctica valorada, aunque no siempre sostenida de manera constante. Se reconoció que la compra a productores locales contribuye a mejorar la frescura de los ingredientes y a fortalecer la economía del territorio, pero también se identificaron dificultades vinculadas a la regularidad del suministro, la estandarización de calidad y los costos.

Este hallazgo evidencia que la relación entre hoteles y productores locales aún se encuentra en un proceso de consolidación, y por tanto, limita el aprovechamiento pleno del potencial de la gastronomía manabita como expresión territorial dentro del servicio hotelero.

3.2.4 Capacitación del personal en gastronomía local

Otro tema recurrente fue la formación del personal. Los entrevistados señalaron que la capacitación específica en gastronomía manabita resulta insuficiente, principalmente en lo referente al origen de los platos, su significado cultural y las técnicas tradicionales de preparación. En muchos casos, el personal aprende de empíricamente o mediante adaptaciones internas del hotel.

Esta situación incide en el modo en que se comunica la experiencia gastronómica al huésped, ya que la falta de conocimiento riguroso obstaculiza la posibilidad de transmitir el valor cultural de los platos ofrecidos y de hacer mejor la experiencia desde una dimensión informativa y simbólica.

3.2.5 Percepción del impacto de la gastronomía en la experiencia del huésped

Los informantes manifestaron que la gastronomía manabita tiene un impacto positivo en la percepción del huésped, sobre todo cuando se presenta como parte de una experiencia coherente con la identidad del destino. Se señaló que los clientes tienden a mostrar interés por los platos tradicionales, realizar preguntas sobre los ingredientes y valorar la oportunidad de probar preparaciones locales dentro del hotel.

Desde esta perspectiva, se reconoce que la gastronomía es un elemento que influye en la satisfacción del cliente, en su recuerdo del viaje y en la posibilidad de recomendación del establecimiento, aspectos que coinciden con los resultados obtenidos en la fase cuantitativa del estudio.

3.2.6 Principales limitaciones identificadas

Entre las principales barreras mencionadas por los informantes se encuentran la falta de estandarización de recetas tradicionales, las restricciones presupuestarias, la escasa capacitación especializada y la presión por mantener menús que resulten atractivos para públicos diversos. Este hecho condiciona la profundidad con la que la gastronomía manabita puede integrarse en la experiencia hotelera.

De igual manera, se mencionó que la ausencia de lineamientos claros a nivel institucional dificulta la consolidación de una propuesta gastronómica alineada permanentemente con la identidad cultural de Manabí.

3.2.7 Propuestas y oportunidades de mejora

Por otro lado, los informantes plantearon diversas oportunidades de mejora orientadas a optimizar la presencia de la gastronomía manabita en el sector hotelero. Entre ellas se destacan la necesidad de diseñar menús con identidad local, establecer alianzas estables con productores del territorio, desarrollar procesos de capacitación continua y promover la gastronomía en el contexto del valor del servicio hotelero.

Estas propuestas sugieren una disposición favorable del sector hacia la optimización de la oferta gastronómica y evidencian el potencial de la cocina manabita al actuar en forma de elemento componente articulador entre cultura, turismo y hotelería.

Sintetizando, cabe resaltar que, los hallazgos derivados de las entrevistas confirman que la gastronomía manabita es un recurso con alto valor cultural y turístico, según la postura de los actores hoteleros, aunque su integración enfrenta limitaciones operativas, formativos y organizacionales. La información cualitativa complementa los resultados de la encuesta y deja ver la necesidad de implementar estrategias orientadas a consolidar la gastronomía local dentro de la experiencia hotelera en la mencionada provincia.

3.3. Discusión

Este apartado discute los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a turistas hospedados en establecimientos hoteleros de Manabí y de las entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes del sector. La discusión se organiza en torno a los ejes que emergen con mayor fuerza en el análisis: contacto del huésped con la cocina manabita, autenticidad y calidad percibida, sostenibilidad y articulación territorial,

gestión pública y condiciones de gobernanza, y el vínculo entre experiencia gastronómica, satisfacción e intención de recomendación.

4.1 Presencia de la gastronomía manabita y contacto del huésped con la cocina local

El alto nivel de consumo de platos tradicionales dentro de los hoteles sugiere que la gastronomía local ya opera como un componente visible del servicio de hospedaje. Este hallazgo se alinea con la evidencia de que el turismo gastronómico se ha consolidado como una vía de dinamización económica y cultural, donde el acto de comer trasciende lo funcional y se vuelve un canal de comunicación de identidad territorial. En esa línea, los resultados del estudio se aproximan a lo señalado en investigaciones ecuatorianas que describen el turismo gastronómico como un fenómeno en expansión y con capacidad de posicionar destinos mediante su oferta culinaria (Herrera et al., 2024).

Las entrevistas complementan esta lectura al indicar que la incorporación de platos manabitas no siempre responde a una planificación formal, sino que con frecuencia se incorpora por demanda percibida, por costumbre operativa o por eventos específicos. Esta ausencia de lineamientos estables coincide con diagnósticos sobre la necesidad de fortalecer la coordinación institucional del turismo gastronómico en Ecuador, particularmente cuando se busca pasar de acciones puntuales a procesos sostenidos de gestión del producto turístico (Torres, 2022).

4.2 Autenticidad, variedad y estandarización del servicio gastronómico

Los niveles elevados de autenticidad percibida hacen pensar que, desde la mirada del turista, los hoteles logran mantener rasgos distintivos de la cocina manabita. No obstante, los entrevistados reconocen tensiones frecuentes entre tradición y operación: tiempos de servicio, estandarización de recetas, disponibilidad de insumos y adaptación a estándares sanitarios del establecimiento.

Esta tensión es coherente con la bibliografía que analiza el turismo gastronómico sostenible en el contexto de un equilibrio entre preservación del patrimonio culinario y exigencias de comercialización turística, donde la estandarización asegura consistencia del servicio, pero también afecta atributos culturales si se aplica con rigidez (Morales & Fusté-Forné, 2021).

La valoración favorable de la variedad y la presentación indica que la oferta no se limita a un plato emblemático, va más allá, pues tiende a diversificar preparaciones. En el plano de gestión, la diversificación se relaciona con innovación culinaria y creatividad en productos turísticos gastronómicos, práctica que la evidencia bibliométrica identifica como una línea creciente de investigación asociada a competitividad y diferenciación de destinos y servicios (Kuhn et al., 2024).

4.3 Calidad del servicio, relación precio–valor y satisfacción del turista

La percepción positiva sobre atención del personal, tiempos de servicio y relación precio-valor refuerza la idea de que la experiencia gastronómica hotelera se construye

tanto por el plato como por el servicio que lo acompaña. En estudios sobre calidad del servicio en destinos turísticos se destaca que las dimensiones relacionales (trato, confianza, respuesta oportuna) y las dimensiones funcionales (infraestructura, higiene, organización del servicio) condicionan la satisfacción y la evaluación global del visitante (Contreras, 2021).

En este estudio, los niveles elevados de satisfacción con la experiencia gastronómica y la alta intención de recomendación apuntan a un efecto reputacional: cuando la oferta culinaria se percibe coherente con el destino, el huésped tiende a comunicarla como parte del valor del establecimiento. Este resultado es muy parecido a los modelos empresariales que manifiestan que el turismo actual es un sector presionado por nuevos retos, donde la diferenciación depende cada vez más de experiencias y valor percibido, no únicamente de servicios básicos (Cruz-Negrete, 2022).

4.4 Sostenibilidad, abastecimiento local y desafíos operativos

Las entrevistas mostraron que el abastecimiento con insumos locales es valorado por su frescura y por su potencial de generar beneficios en el territorio, aunque su continuidad depende de factores como regularidad, estándares de calidad y costos. Este hallazgo se compagina con revisiones recientes que ponen a la sostenibilidad en un eje central en el turismo gastronómico, enfatizando que la cadena de valor, desde el productor hasta el servicio final, incide en los resultados sociales y ambientales del destino (Campos-Quezada & Castillo-Ortiz, 2024).

Desde una visión sectorial, la sostenibilidad aplicada a la gastronomía también involucra prácticas de gestión de residuos, eficiencia en el uso de recursos, decisiones

de compra y formación del personal. Estudios especializados sobre sostenibilidad en gastronomía describen que los desafíos no se limitan al producto servido, sino también a los procesos de gestión que lo sostienen, de modo que las prácticas responsables requieren coordinación interna y criterios técnicos consistentes (Cáceres Charro, 2023).

4.5 Gestión pública, planificación y oportunidades para consolidar el producto gastronómico

En el plano institucional, las limitaciones mencionadas por informantes, entre estas, la ausencia de lineamientos, capacitación irregular y falta de alianzas estables con productores, se conectan con la necesidad de fortalecer marcos de gobernanza del turismo gastronómico. En Ecuador se ha señalado que existen avances, aunque todavía persisten áreas pendientes para consolidar una gestión pública articulada y con instrumentos claros a nivel local, condición necesaria para sostener iniciativas gastronómicas más allá de acciones aisladas (Torres, 2022).

Para cerrar, es oportuno señalar que, los resultados permiten sostener que la gastronomía manabita ya actúa en forma de componente relevante de la experiencia hotelera y muestra capacidad de influir en satisfacción y recomendación. Sin embargo, la consolidación de este potencial requiere acciones orientadas a estandarizar sin diluir identidad, fortalecer la cadena de abastecimiento local, elevar competencias del personal y articular esfuerzos de gestión turística con criterios de sostenibilidad y competitividad.

Conclusiones

El primer objetivo específico permitió identificar las principales características de la gastronomía manabita susceptibles de integrarse en la oferta hotelera. A partir del desarrollo teórico, los resultados de la encuesta y los hallazgos derivados de las entrevistas, se concluye que la cocina manabita se distingue por el uso de insumos locales, la preservación de técnicas tradicionales y su estrecha relación con el territorio.

Estas características constituyen una base sólida para fortalecer la identidad del servicio hotelero; sin embargo, su incorporación aún se ve condicionada por procesos de estandarización, limitaciones operativas y una integración parcial dentro de los menús. En consecuencia, la gastronomía manabita presenta un alto potencial de diferenciación, siempre que su incorporación se realice de manera planificada y coherente con la identidad cultural de la provincia.

En relación con el segundo objetivo específico, orientado a evaluar la percepción de los turistas sobre la gastronomía manabita en los establecimientos hoteleros, se concluye que la valoración general es favorable. Los turistas reconocen niveles elevados de autenticidad, calidad del servicio, presentación de los platos y atención del personal, aspectos que influyen directamente en su satisfacción y en la experiencia global de hospedaje.

Igualmente, se evidencia que la gastronomía local incide en la intención de recomendación del hotel y en la disposición a retornar al destino. Estos resultados confirman que la experiencia gastronómica constituye un componente relevante dentro

del servicio hotelero y un factor que contribuye a la construcción de una imagen positiva del destino Manabí.

El tercer objetivo específico permitió establecer lineamientos estratégicos para la optimización de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera. A partir del análisis de los resultados, se concluye que resulta necesario fortalecer la capacitación del personal en cocina tradicional, consolidar relaciones estables con productores locales y diseñar menús que reflejen de forma sistemática la identidad gastronómica del territorio. De igual manera, se reconoce la importancia de incorporar criterios de sostenibilidad y gestión eficiente en los servicios de alimentos y bebidas. Estas acciones contribuirían a mejorar la coherencia entre la oferta gastronómica y el contexto cultural, así como a potenciar la competitividad de los establecimientos hoteleros en la provincia.

Recomendaciones

Diseñar menús con identidad gastronómica manabita, incorporando de forma sistemática platos tradicionales elaborados con técnicas y presentaciones acordes al contexto cultural de la provincia, con el fin de fortalecer la coherencia entre la oferta hotelera y el destino turístico.

Implementar programas de capacitación continua para el personal hotelero, orientados al conocimiento de la gastronomía manabita, su origen, significado cultural y métodos de preparación, de manera que el servicio gastronómico se convierta en un canal de comunicación cultural con el huésped.

Establecer alianzas estratégicas con productores locales, priorizando el abastecimiento de insumos frescos del territorio, lo que permitiría fortalecer la economía local, mejorar la calidad de los ingredientes y consolidar una cadena de valor gastronómica vinculada al turismo.

Estandarizar recetas tradicionales sin afectar su identidad, desarrollando fichas técnicas que garanticen calidad, higiene y consistencia del servicio, respetando al mismo tiempo los rasgos propios de la cocina manabita.

Incorporar criterios de sostenibilidad en la gestión gastronómica, relacionados con el uso responsable de recursos, la reducción de desperdicios y la selección consciente de proveedores, en concordancia con las tendencias actuales del turismo sostenible.

Fortalecer la comunicación de la oferta gastronómica dentro del hotel, mediante cartas explicativas, señalética cultural o interacción directa del personal, con el propósito de que el huésped comprenda el valor cultural de los platos que consume.

Promover la gastronomía manabita como elemento diferenciador en la estrategia de marketing hotelero, integrándola en la imagen institucional del establecimiento y en los canales de promoción turística del destino.

Fomentar la articulación entre sector hotelero, academia y entidades públicas, orientada a la planificación, investigación y fortalecimiento del turismo gastronómico en la provincia de Manabí, con miras a consolidar una gestión más estructurada y sostenible del producto gastronómico.

Referencias bibliográficas

- Aguirregoitia Martínez, A., & 9+, M. D. (2017). La gastronomía como recurso turístico en la provincia de Alicante. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(3), 25–48. <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/246>
- Ballesteros, M. B. (2020). El rescate de los ingredientes patrimoniales colombianos por medio del turismo gastronómico. *Sosquua*, 2(2), 23–32. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v2i2.145>
- Barbini, B. (2004). La Investigación en Turismo. Obtenido de NULAN: Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico: <http://nulan.mdp.edu.ar/396/1/barbini.2004.pdf>
- Barrera, E. (2006). Rutas alimentarias. Una estrategia cultural para el desarrollo rural mexicano. *Patrimonio Cultural y Turismo*, 15, 67–86. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/cuaderno15_1.php
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Definir el tipo de investigación. En Metodología de investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2da. ed. ed., págs. 108-119). México: Pearson educación.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio, otras prácticas, otras miradas. *Código Científico Revista de Investigación* Vol. 4, Núm.2 /Julio–Diciembre–2023602 <http://nulan.mdp.edu.ar/259/1/Apo2002a6v2pp29-50.pdf>
- Bravo, O., & Chóez, M. (2022). Estrategias de gestión para el turismo gastronómico en el área urbana del cantón Jipijapa-Manabí. *Carácter*, 9(1), 1–13. <https://n9.cl/wbha3>
- Cabral, Ó., Correira, J., Ramos, E., & Moreira, R. (2024). Tabernas en la región de la Serra da Estrela: ¿una oportunidad para el turismo gastronómico y el turismo rural? *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 45, 131–147. <https://doi.org/10.34624/rtd.v45i0.33046>

- Cáceres Charro, M. P. (2023). Sostenibilidad en la gastronomía: Prácticas y desafíos. *Revista Científica Kosmos*, 2(2), 52–62. <https://doi.org/10.62943/rck.v2n2.2023.49>
- Cáceres, M. (2023). Sostenibilidad en la gastronomía. Prácticas y desafíos. *Revista Científica Kosmos*, 2(2), 52–62. <https://doi.org/10.62943/rck.v2n2.2023.49>
- Camara, C. J., & Morcate Labrada, F. Á. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de
- Campos-Quezada, A. R., & Castillo-Ortiz, I. (2024). La sostenibilidad en los estudios del turismo gastronómico: Una revisión sistemática de literatura. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(3), 595–614. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.039>
- Campos-Quezada, A., & Castillo-Ortiz, I. (2024). La sostenibilidad en los estudios del turismo gastronómico. *Pasos*, 22(3), 595–614. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.039>
- Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: Una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35–48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Costa, J. (2024). Mixed Methods in Educational Large-Scale Studies: Integrating Qualitative Perspectives into Secondary Data Analysis. *Education Sciences*, 14(12), 1347. <https://doi.org/10.3390/educsci14121347>
- Cruz-Negrete, J. D. (2022). Nuevos retos y tendencias en el turismo con enfoque empresarial. *Clío América*, 16(32), 1–4. <http://dx.doi.org/10.21676/23897848.4983>
- Feo Parrondo, F. (2005). Turismo gastronómico en Asturias. *Cuadernos de Turismo*, 15, 77–96. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18501>

- Finlay, L. (2021). Thematic Analysis: The 'Good', the 'Bad' and the 'Ugly'. *European Journal for Qualitative Research in Psychotherapy*, 11 <https://doi.org/10.24377/EJQRP.article3062>
- Flores, J., & Ramírez, H. (2024). Sabores de Lima: impacto del turismo gastronómico en la identidad cultural y el desarrollo económico local. *Business Innova Sciences*, 5(3), 171–182. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13845251>
- Hayduk, L. A., et al. (2024). Evidence pointing toward invalidity of the SF-8 physical and mental health scales: Comments assisting fusion validity assessment of other scales. *Medical Research Methodology*, 24. <https://doi.org/10.1186/s12874-024-02387-z>
- Hernández, C., Cevallos, T., Cifuentes, J., & Guerrero, O. (2020). Análisis de indicadores económicos de turismo para la provincia de Pastaza enfocados al observatorio turístico "UEA". *Revista Explorador Digital*, 4(4), 107-128. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1439>
- Herrera Eguetz, C. G., Villalva Guevara, M. R., Villalva Guevara, S. C., & Romero Machado, E. R. (2024). Turismo gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un análisis del perfil del visitante. *Polo del Conocimiento*, 9(8), 747–773. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/7723>
- Herrera, C., Villalva, M., Villalva, S., & Romero, E. (2024). Turismo gastronómico en Riobamba, Ecuador: un análisis del perfil del visitante. *Polo del Conocimiento*, 9(8), 747–773. <https://n9.cl/cne9i>
- Iñiguez-Sánchez, M., Farfán-Pacheco, K., & Espinoza-Figueroa, F. (2024). El panorama de la investigación gastronómica en Ecuador: una revisión sistemática de la literatura. *Revista de Gastronomía y Cocina*, 3(2), 1–22. <https://doi.org/10.70221/rgc.v3i2.65>
- Kuhn, V. R., dos Anjos, S. J. G., & Krause, R. W. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>

- Kuhn, V., dos Anjos, S., & Krause, R. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- López, F., Torres, A., Font, X., & Serrano, D. (2018). Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 77, 428–461. doi:<http://dx.doi.org/10.21138/bage.2547>
- Maier, C., Thatcher, J. B., Grover, V., & Dwivedi, Y. K. (2023). Cross-sectional research: A critical perspective, use cases, and recommendations for IS research. *International Journal of Information Management*, 70, 102625. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102625>
- Morales Loya, M., & Fusté-Forné, F. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: Las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México). *Turismo y Patrimonio*, (17), 45–60. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03>
- Morales, M., & Fusté-Forné, F. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario. *Turismo y Patrimonio*, (17), 45–60. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03>
- Niño Rojas, V. M. (2011). *¿Cómo se entiende la investigación? En Metodología de la investigación: Diseño y ejecución* (págs. 19-40). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Organización Mundial de Turismo. (2001). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>
- Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable* (31), 1-19.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008

- Pérez-Guerrero, E. E., et al. (2024). Methodological and Statistical Considerations for Cross-Sectional, Case–Control, and Cohort Studies. *Journal of Clinical Medicine*, 13 (14), 4005. <https://doi.org/10.3390/jcm13144005>
- Regalado Espinoza, L. (2019). *Manabí y su comida milenaria* (2a ed.). Ediciones ULEAM.
- Rivera García, C. G., Espinosa Manfugás, J. M., & Valdés Bencomo, Y. D. (2017). La investigación científica en las universidades ecuatorianas. Prioridad del sistema educativo vigente. *Revista Cubana Educación Superior*, 2, 113-125. <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v36n2/rces11217.pdf>
- Soicher, R. N. (2024). A Mixed-Methods Research Design to Advance Inclusive and Equitable Teaching. *Innovative Higher Education*, 49, 1105–1125. <https://doi.org/10.1007/s10755-024-09741-5>
- Torres Cabezas, L. (2022). Situation of public management of gastronomic tourism in Ecuador: Progress to 2020 and pending areas of attention for its development. *Tourism and Heritage Journal*, 3, 101–118. <https://doi.org/10.1344/THJ.2021.3.7>
- Toyos, M. (2010). Turismo. ¿Vale la pena investigar? *Escritos en la Facultad* (62), 58-61. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/135_libro.pdf
- Vega, V., Freire, D., Gaunanga, N., Garlobo, E., Alarcón, M., & Aguilera, P. (2018). Gastronomía ecuatoriana y turismo local. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1). <https://n9.cl/yuo7z>
- Yong Amaya, L. E., Rodríguez Samaniego, J. A., & Ruso Armada, F. (2017). El capital intelectual como factor de innovación y de impacto social en las universidades. Una mirada al Ecuador. *Espacio Abierto*, 26(4), 205-219. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12264368011>

Anexos

Anexo 1. Cuestionario de la encuesta aplicada a los turistas

Influencia de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera

Dirigido a: Turistas hospedados en establecimientos hoteleros de la provincia de Manabí.

Instrucciones: Marque con una (X) la opción que mejor represente su experiencia. La información proporcionada es confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos.

1. ¿Es su primera visita a la provincia de Manabí?

☐ Sí

☐ No

2. ¿Consumió platos tradicionales manabitas durante su estadía en el hotel?

☐ Sí

☐ No

3. ¿Cómo califica la variedad de platos manabitas ofrecidos en el hotel?

☐ Muy buena

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

4. ¿Cómo califica la presentación de los platos manabitas ofrecidos en el hotel?

☐ Muy buena

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

5. ¿Considera que los platos manabitas ofrecidos conservan su autenticidad tradicional?

☐ Muy alta

☐ Alta

☐ Media

☐ Baja

6. ¿Cómo evalúa la calidad de los ingredientes utilizados en la preparación de los platos manabitas?

☐ Muy buena

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

7. ¿Cómo califica la atención del personal durante el servicio gastronómico en el hotel?

☐ Muy buena

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

8. ¿Cómo evalúa los tiempos de servicio en el restaurante del hotel?

☐ Muy adecuados

- ☐ Adecuados
- ☐ Poco adecuados
- ☐ Inadecuados

9. ¿Considera adecuada la relación precio–calidad del servicio gastronómico ofrecido?

- ☐ Muy adecuada
- ☐ Adecuada
- ☐ Regular
- ☐ Inadecuada

10. ¿En qué medida la gastronomía manabita influyó en su experiencia hotelera?

- ☐ Muy alta
- ☐ Alta
- ☐ Media
- ☐ Baja

11. ¿Cómo califica su nivel de satisfacción con la experiencia gastronómica recibida en el hotel?

- ☐ Muy satisfecho(a)
- ☐ Satisfecho(a)
- ☐ Medianamente satisfecho(a)
- ☐ Insatisfecho(a)

12. ¿Recomendaría el hotel a otros turistas por su oferta gastronómica?

☐ Sí

☐ No

13. ¿Qué tan importante considera que los hoteles integren gastronomía local en sus servicios?

☐ Muy importante

☐ Importante

☐ Poco importante

14. ¿La experiencia gastronómica recibida influyó en su intención de regresar a la provincia de Manabí?

☐ Sí

☐ Tal vez

☐ No

15. ¿Considera que la gastronomía manabita aporta valor a la experiencia turística en general?

☐ Sí

☐ No

Anexo 2. Guion de entrevista semiestructurada

Integración de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera

Dirigida a:

Administradores hoteleros, jefes de alimentos y bebidas, chefs y personal responsable del servicio gastronómico en establecimientos hoteleros de la provincia de Manabí.

Objetivo de la entrevista:

Recopilar información cualitativa sobre las prácticas, percepciones y desafíos relacionados con la incorporación de la gastronomía manabita en la oferta hotelera y su influencia en la experiencia del huésped.

Duración aproximada: 20–30 minutos.

Carácter: Voluntario y confidencial.

Tipo: Entrevista semiestructurada.

Bloque 1. Contexto y experiencia del informante

1. ¿Cuál es su cargo dentro del establecimiento hotelero y cuánto tiempo lleva desempeñándolo?
2. ¿Podría describir brevemente el tipo de servicio gastronómico que ofrece el hotel?

Bloque 2. Integración de la gastronomía manabita en el hotel

3. ¿De qué manera se integra actualmente la gastronomía manabita en la oferta gastronómica del hotel?
4. ¿La inclusión de platos tradicionales responde a una estrategia planificada o a la demanda de los huéspedes?
5. ¿En qué momentos del servicio se ofrece con mayor frecuencia la gastronomía local (desayunos, almuerzos, cenas, eventos especiales)?

Bloque 3. Selección y autenticidad de los platos tradicionales

6. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para seleccionar los platos manabitas que se incluyen en el menú?
7. ¿Considera que los platos ofrecidos mantienen la autenticidad de la cocina manabita? ¿Por qué?
8. ¿Ha sido necesario adaptar recetas tradicionales para cumplir con estándares operativos, sanitarios o de presentación del hotel?

Bloque 4. Abastecimiento y relación con productores locales

9. ¿El hotel utiliza insumos provenientes de productores locales para la preparación de los platos manabitas?
10. ¿Qué beneficios identifica en el uso de productos locales?
11. ¿Qué dificultades existen para mantener un abastecimiento constante de insumos locales?

Bloque 5. Capacitación y gestión del personal

12. ¿El personal del hotel recibe capacitación específica sobre gastronomía manabita y su valor cultural?
13. ¿Considera que el personal cuenta con los conocimientos necesarios para transmitir al huésped la identidad y el significado de los platos tradicionales?

Bloque 6. Impacto de la gastronomía en la experiencia del huésped

14. Desde su experiencia, ¿cómo perciben los huéspedes la gastronomía manabita ofrecida en el hotel?

15. ¿Cree que la gastronomía local influye en la satisfacción del cliente y en su recuerdo del hotel?
16. ¿Ha observado que la oferta gastronómica influya en la recomendación del hotel o en la fidelización del huésped?

Bloque 7. Limitaciones y oportunidades de mejora

17. ¿Cuáles considera que son las principales limitaciones para integrar de forma más profunda la gastronomía manabita en el hotel?
18. ¿Qué acciones o estrategias podrían implementarse para optimizar la presencia de la gastronomía manabita en la experiencia hotelera?

Pregunta de cierre

19. Desde su perspectiva, ¿qué tan importante es la gastronomía manabita como elemento diferenciador del servicio hotelero en la provincia de Manabí?



Ilustración 1 Entrevista a Gerente Katty Alcivar, Hotel Oro Verde Portoviejo



Ilustración 2 Entrevista a Mesera, Hotel Oro Verde



Ilustración 3 Entrevista Sub-Chef, Hotel Oro Verde



Ilustración 4 Encuesta a Turista extranjero