



Facultad de Hotelería
y Turismo

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Hotelería y Turismo

Carrera de Hotelería

“Diagnóstico de la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta.”

Autora: Yazmin Carmen Zambrano Larco

Tutor: Lic. Luis Reyes Chávez

Manta, Manabí

2019



Facultad de Hotelería
y Turismo

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Hotelería y Turismo

Carrera de Hotelería

**Previo a la obtención del título ingeniera en administración de empresas
hoteleras.**

TEMA:

**“Diagnóstico de la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera
categoría de la ciudad de Manta”.**

Lic. Luis Reyes Chávez

Decano

Lic. Luis Reyes Chávez

Tutor

Lic. Emil Viera Manzo

Miembro del tribunal

Ing. Sandy Hormaza Villafuerte

Miembro del tribunal

Yazmin Carmen Zambrano Larco

Autora de proyecto

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que:

El presente estudio de investigación con tema “*Diagnóstico de la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta.*” ha sido orientado, asesorado y debidamente revisado, cumpliendo con los requisitos en el proceso de elaboración del proyecto, por lo tanto, autorizo a que se sustente y presente como trabajo de grado.

Manta, agosto de 2019

Luis Reyes Chávez

Director del proyecto de investigación

CERTIFICACIÓN DEL AUTORÍA

Yo, **Yazmin Carmen Zambrano Larco**, con CI: **131346925-4**, certifico que el proyecto de investigación titulado: **“Diagnóstico de la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta”**, el cual presento como requisito para la obtención del título **“Ingeniera en administración de empresas hoteleras”**, de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, es el producto de mi labor investigativa.

Así mismo doy fe de que este trabajo es uno original e inédito.

Manta, agosto de 2019

Yazmin Carmen Zambrano Larco

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, por darme la sabiduría y la paciencia para poder culminar la carrera.

A mis padres, a quienes les debo la vida, dedico este proyecto por ser mi principal apoyo y pilar fundamental desde que empecé a estudiar y motivarme cuando en ocasiones ya no quería seguir.

A mi esposo, por apoyarme e impulsarme a terminar la carrera y estar conmigo desde el comienzo de nuestra relación hasta ahora que estamos casados.

A mi hijo, porque desde que lo tuve en mis brazos supe que sería la razón más importante para lograr mis metas.

A mis amigos y compañeros, porque a lo largo de la carrera aprendí mucho de ellos y ahora somos como una familia.

Por último, a los maestros, por brindarme sus conocimientos y ayudarme a convertirme en una profesional.

Yazmin Carmen Zambrano Larco

RECONOCIMIENTO

La realización de esta investigación fue posible gracias a mi tutor, Lcdo. Luis Reyes Chávez, quien ha sido de ayuda fundamental en este proyecto. Al Lcdo. Emil Viera Manzo quien me brindó de todo su tiempo, dedicación y conocimientos que hicieron que fuera posible llevar a cabo este proyecto de investigación. A la facultad de Hotelería y Turismo quienes otorgaron la información necesaria para la presentación del proyecto, y una vez más a todas las personas que fueron parte de este proceso de educación, contribuyendo con los datos necesarios para este estudio.

Yazmin Carmen Zambrano Larco

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I	15
1.1. Contextualización del problema	15
1.2. Planteamiento del problema	16
1.3. Definición del problema	16
1.4. Objeto de investigación	16
1.5. Campo de acción	16
1.6. Objetivo general	17
1.7. Objetivos específicos	17
2. CAPÍTULO II	18
Marco teórico	18
El turismo	18
2.1. Empresas Turísticas	18
2.2. Empresas hoteleras	19
2.3. Empresas gastronómicas	20
2.4. Oferta	21
2.5. Oferta turística	22
2.6. Oferta hotelera	22
2.7. Oferta gastronómica	23
2.8. Tipos de ofertas gastronómicas internacionales	24
Perú	24
México	25
Argentina,	25
Ecuador	26
2.9. Gastronomía Tradicional	27

2.10. Gastronomía Típica	27
2.11. Gastronomía típica manabita	28
3. CAPÍTULO III	29
Diseño metodológico	29
3.1. Métodos	29
3.2. Técnicas	29
3.3. Población y muestra	29
4. CAPÍTULO IV	31
Análisis y discusión de resultados	31
4.1. Análisis de resultados	31
4.2. Discusión de resultados	47
5. Conclusiones	49
6. Recomendaciones	50
7. Bibliografía	51
8. Anexos	59
8.1. Anexo 1. Cuestionario de encuesta trabajadores	59
8.2. Anexo 2. Cuestionario de encuestas clientes	62
8.3. Anexo 3. Cuestionario de entrevista	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tipos de gastronomía. Fuente elaboración propia.....	31
Gráfico 2: Nivel de ofertas. Fuente: Elaboración propia.	32
Gráfico 3: Frecuencia de demanda gastronómica. Fuente: Elaboración propia.	32
Gráfico 4: Procedencia de comensales. Fuente: Elaboración propia.	33
Gráfico 5: Tipos de gastronomía típica manabita. Fuente: Elaboración propia.....	33
Gráfico 6: Frecuencia de oferta gastronómica. Fuente: Elaboración propia.	34
Gráfico 7: Rango de precios. Fuente: Elaboración propia.	34
Gráfico 8: Rango de demanda. Fuente: Elaboración propia.....	35
Gráfico 9: Nivel de gastronomía típica manabita. Fuente: Elaboración propia.	35
Gráfico 10: Frecuencia de visita. Fuente: Elaboración propia.	36
Gráfico 11: Hoteles de primera categoría. Fuente: Elaboración propia.	36
Gráfico 12: Sitio donde comer. Fuente: Elaboración propia.	37
Gráfico 13: Elementos para elegir que comer. Fuente: Elaboración propia.....	37
Gráfico 14: Conocimiento sobre gastronomía típica manabita. Fuente: Elaboración propia.....	38
Gráfico 15: Preferencias gastronómicas. Fuente: Elaboración propia.	38
Gráfico 16: Hoteles con restaurante. Fuente: Elaboración propia.	39
Gráfico 17: Gastronomía típica manabita en hoteles de primera categoría. Fuente: Elaboración propia	39
Gráfico 18: Tipos de gastronomía típica de Manabí. Fuente: Elaboración propia. ...	40
Gráfico 19: Rango de precio de clientes. Fuente: Elaboración propia.	41
Gráfico 20: Tabla de análisis de las entrevistas. Fuente: Elaboración Propia.	45

RESUMEN

La gastronomía típica de Manabí se caracteriza por ser rica en platillos elaborados a base a pescados, mariscos, plátano, maní, queso, chanco y la peculiar gallina criolla que es sin duda uno de los ingredientes que hace que la cultura gastronómica de Manabí sea incluso considerada patrimonio cultural. El objetivo de este estudio es diagnosticar la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta. Para realizar esta investigación se tomaron como muestra 5 hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta que cuentan con restaurante. Partiendo desde la observación, se empleó la técnica de la encuesta, dirigida a trabajadores de los restaurantes; y a los clientes de estos. También se empleó la técnica de la entrevista dirigida a los 5 chefs ejecutivos de cada restaurante de los hoteles intervenidos para la investigación. Se aplicó el método no experimental, y se consolidó con la descripción y análisis. Los resultados muestran que el nivel de oferta de gastronomía típica manabita es alto, sin embargo, en dichos restaurantes se inclinan más hacía la oferta de platillos elaborados a base de pescados y mariscos alegando que lo hacen por estar en la zona costera de la provincia. Por otro lado, el 47% de los trabajadores de dichos establecimientos aseguran que quienes mayormente piden gastronomía típica manabita elaborada a base de pescados y mariscos suelen ser turistas internacionales. El diagnóstico reflejó que la oferta de gastronomía típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta tiene gran aceptación, conteniendo productos del mar, no así materia prima de la zona rural de la provincia.

Palabras Claves: Gastronomía, típica, hoteles, primera categoría

ABSTRACT

The typical gastronomy of Manabí is characterized for being very varied, it has dishes made base on fish, seafood, banana, peanut, cheese, pork and the peculiar “Gallina criolla” that is undoubtedly one of the ingredients that makes the gastronomic culture of Manabí is even considered cultural heritage, for the recipes, preparations and ancestral techniques that are used. The objective of this study is to diagnose the typical gastronomic offer of Manabí in the first class hotels of the city of Manta. To do this research, 5 top-class hotels in the city were taken as a sample. Starting from the observation, the survey was used as a technique, directed to the restaurant workers; and the diners too. Also used the technique of the interview with five executive chefs of each restaurant of the hotels intervened for research. The non-experimental method was applied, and it was consolidated with the description and analysis. The results show that the sales level of typical manabita cuisine is high, so they restaurants are more inclined for offer dishes based on fish and shellfish claiming they do just because they are in the coastal area of the province. On the other hand, 47% of the workers of these establishments assure that those who ask for manabita gastronomy based on fish and shellfish are usually international tourists. The diagnosis showed that the sales of typical cuisine of Manabí in the first category hotels in the city of Manta has great acceptance, because containing products from the sea, but not raw material from the rural area of the province.

Key Words: Gastronomy, typical, hotels, first category

INTRODUCCIÓN

Los hoteles y emprendimientos del sector turístico cada vez invierten más en el área de Alimentos y Bebidas, teniendo en cuenta la importancia del sector.

Según (Menezes & Balduino, 2009, págs. 59 - 78) la gastronomía es un elemento esencial del turismo y resulta imposible pensar en turismo sin asociarlo a la misma, pues independientemente del motivo o tiempo de estadía la alimentación es parte fundamental. Se debe también resaltar la gran importancia de la gastronomía dentro del turismo como producto o atractivo de una localidad.

El crecimiento de la gastronomía en el marco turístico nacional e internacional y el hecho de que cada vez es más evidente que la alimentación es un factor fundamental para el turismo, ha hecho que el término “turismo gastronómico” se empiece a utilizar en esta área, por lo que, (Richards, 2002, págs. 3-20), lo define como *“aquellos viajes que tienen como foco fundamental la gastronomía local del destino o, al menos, constituyen una parte importante del mismo”*.

Es decir, el turismo gastronómico es una actividad que planea una persona para visitar un lugar solo para degustar de su gastronomía o realizar actividades que tengan que ver con la misma.

Así mismo el turismo gastronómico se está convirtiendo en un fenómeno en auge y que está marcando las nuevas estrategias turísticas de los destinos. No hay duda hoy en día que el arte culinario juega un papel clave en la motivación de los turistas tanto nacionales como extranjeros, por un lado, y la promoción de los destinos por otro. (Curiel, Sánchez, & Antonovica, 2014, pág. 11)

Según (Blanco & Herrera, 2011) hay que tener en cuenta que, al hablar de gastronomía en la actividad turística, puede tener una importante variación.

1. Puede ser entendida como el motivo o experiencia principal de la actividad turística.

2. Puede considerarse como una experiencia o motivación de viaje secundaria, es decir, como un complemento relevante que aporta un valor añadido significativo al viaje.
3. Se considera como una parte de la rutina, es decir, como un hábito diario que tiene una relevancia mucho más limitada que en las dos situaciones anteriores.

ESPEITX, (2014) aseguró que al patrimonio alimentario se le reconoce un papel importante en tipos de turismo como el agroturismo, el turismo rural, el ecoturismo, el turismo cultural, etc. Formando parte de museos y exposiciones, centros de interpretación, rutas, ferias o campañas gastronómicas.

En algunos casos, el producto gastronómico se convierte en el atractivo principal de un destino turístico, por lo que existen estudios que demuestran que el gasto que los turistas realizan en alimentos se aproxima a un tercio de su gasto total. (Mogollon, Di-Clemente, & Guzmán, 2014, pág. 428)

Ecuador es un territorio con una privilegiada ubicación geográfica, tiene una diversidad de microclimas y con ellos una gran variedad de especias y productos, que se los encuentran en las cuatro regiones del país, el Ministerio turismo presentó en septiembre del 2018 el Plan Nacional Gastronómico “Ecuador a la carta”, un mapa que consiste básicamente en presentar platos típicos de las 24 provincias del país con el fin de convertirlo en una potencia del turismo gastronómico. (MinTur, 2018)

Manabí, actualmente está potencializando la práctica del turismo gastronómico a través de la organización de festivales, que en algunos casos han pasados fronteras convirtiéndose en festivales nacionales como lo son el Festival Gastronómico y Artesanal del Coco, realizado en Cojimíes cada año en el mes de abril. (Vera, 2017, pág. 1)

La gastronomía es un potencial cultural que posiciona a la comida de Manabí entre las preferidas del país. El manabita tiene su cultura gastronómica propia en la que se combinan productos del mar, como pescados y mariscos y de la tierra como los son el chanco, la gallina, la yuca, el plátano, entre otros, por lo que es reconocida por su originalidad y exquisitez al momento de elaborar sus alimentos, la misma que debe de

ser explotada de manera que no solo se la conozca dentro del país, sino de manera internacional.

La metodología empleada en este proyecto de investigación se basó en el método cualitativo, del tipo descriptivo y no experimental, se utilizaron técnicas como lo son la observación, la encuesta y la entrevista, y se obtuvieron los datos de la población por medio del Catastro Turístico 2017 de la ciudad de Manta y por medio del método no probabilístico se tomó la muestra usada para la investigación, datos que serán descritos específicamente en el capítulo 3.

CAPÍTULO I

1.1. Contextualización del problema

Ecuador, ubicado en las costas del pacífico es un país lleno de diversidad ecológica, de turistas apasionados por conocerlo y de gente que ama su provincia y su cultura.

Manabí, que se considera provincia cultural debido a sus ricas tradiciones, su artesanía, gastronomía y su historia, se caracteriza por ser geográficamente mega diversa e irregular, posee muchos poblados desde el sur hasta el norte y desde el interior de los campos montañosos hasta las secas y soleadas costas. (Pérez, 2013, pág. 2)

La provincia de Manabí no encabeza la lista del turismo interno, de hecho, se ubicaba en el quinto puesto de las más visitadas, sin embargo, recibía alrededor de 600.000 visitas al año lo que representaba el 30% de los millones de turistas que recibe el Ecuador anualmente, después del 16 de abril el 80% de la zona hotelera, alimenticia y de diversión se destruyó, donde una de las ciudades más afectadas fue Manta. (Parra, 2017, pág. 25)

El corazón de la provincia de Manabí es Manta, una de las ciudades más importante en cuanto a negocios y turismo la cual supera los 241.000 habitantes según la (Dirección municipal de planeamiento y Ordenamiento territorial, 2015), su misma biodiversidad ha hecho de Manta un Cantón turístico ya que cuenta con 13 playas ubicadas en zonas rurales y urbanas.

Manta antes del terremoto según el catastro turístico (MINTUR, GAD DE MANTA), contaba con alrededor de 6.300 plazas hoteleras, quedando 2 semanas después en 400 plazas, pero se recuperaron de manera rápida después de 6 meses donde ya había recuperado a aproximadamente el 80% quedando en unas 5000 plazas.

Tres años después del terremoto Manta cuenta con 110 empresas hoteleras, lo que representan 5.995 plazas según el catastro turístico (MINTUR, GAD DE MANTA), de las cuales 10 son de primera categoría y están ubicados en su mayoría en la Parroquia Manta, zona céntrica de la ciudad.

Los hoteles de primera categoría ofrecen a sus clientes diferentes tipos de servicios entre los que están el servicio de gimnasio, piscina, discoteca, cine, salones de evento y

el servicio gastronómico, que sin duda alguna es una de las actividades que más atrae a los turistas

Comer es una de las actividades que más logra despertar el interés de los visitantes, ya que captura la esencia del lugar donde se prepara, la comida típica representa un rasgo de autenticidad de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos por el lugar que están visitando.

La gastronomía típica de Manabí es una fuente de riqueza natural que no se puede descuidar, la actividad turística depende en gran parte de este recurso; el aspecto gastronómico está teniendo un auge importante en los países que sepan explotar adecuadamente este recurso.

1.2. Planteamiento del problema

Sin embargo, la oferta gastronómica típica de Manabí que brindan los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta han tomado dirección hacia la comida hecha a base de pescados y mariscos, teniendo como efecto que la gastronomía típica manabita de la zona rural sea escasamente ofertada como demanda gastronómica, causando así que esta no genere un impacto en los turistas extranjeros y a la vez perdiendo la oportunidad de dar a conocer la cultura manabita en todo su esplendor.

1.3. Definición del problema

¿Cómo elevar la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta?

1.4. Objeto de investigación

La oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de Manta.

1.5. Campo de acción

Los restaurantes de los hoteles de primera categoría de Manta.

OBJETIVOS

1.6. Objetivo general

Diagnosticar la oferta gastronómica típica que tienen los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta.

1.7. Objetivos específicos

1. Identificar la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta.
2. Determinar la oferta gastronómica típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta
3. Recomendar el posicionamiento de la gastronomía típica de Manabí a través de estrategias de mercado, elevando la calidad de la oferta.

2. CAPÍTULO II

Marco teórico

El turismo, según la organización mundial del turismo, comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos (OMT, 1994). De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.

Desde la perspectiva de (López & García, 2006, pág. 3), el turismo no es un producto que se consume todo de una sola vez, por el contrario, está conformado por un extenso conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos del destino. Es decir, en el sector turístico opera un conjunto amplio de empresas formalmente independientes pero que dependen de forma crucial entre sí.

2.1. Empresas Turísticas

(Lattuf, 2010, pág. 77) Al tratar sobre empresas al servicio del turismo, se puede hablar de empresas de servicios turísticos, entendiendo por “servicios” a las actividades intangibles, identificables por separado, que suministran la satisfacción de los deseos de los consumidores. Al respecto (Ramírez, 2003, pág. 12) señala que la empresa turística *“es toda organización debidamente integrada y estructurada por recursos materiales, económicos y humanos, cuya finalidad es ofertar y proveer de los servicios de ocio, a la sociedad o parte de ella, a cambio del pago por los mismos.”*

Las empresas turísticas se encuentran en continuo cambio, siendo la capacidad de adaptación una variable crítica en la competencia, no solo tienen que adaptarse a los clientes, sino también a los nuevos requerimientos institucionales; a los nuevos requisitos medioambientales, a la estrategia del desarrollo del turismo sostenible, y al nuevo entorno tecnológico, por lo que cada vez las empresas dedicadas al turismo deben de esforzarse más para mantenerse en el estándar más alto.

Para (Corchero, 2011, pág. 82) las legislaciones turísticas autonómicas ordenan la materia turística atendiendo a los siguientes aspectos: empresas, actividades y servicios turísticos, en los que constan los siguientes criterios:

- Alojamiento turístico
- Mediación entre usuario y ofertante del producto
- Restauración
- Complementarias

Por otra parte (Jacob & Aguiló, 2008, págs. 55-56) aseguran que la clasificación de las empresas según el sector de actividad turística se basó en la idea tradicional de la actividad turística como un extracto de diferentes actividades que pueden ser agrupadas atendiendo a la siguiente clasificación:

- Agencias de viajes
- Hostelería
- Restauración
- Ocio y entretenimiento
- Transporte
- Alquiler de vehículos

2.2. Empresas hoteleras

De acuerdo con (Soler & R., 1999, pág. 1) el sector hotelero comprende a todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar habitaciones a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario.

Actualmente, las empresas hoteleras están caracterizadas por un conjunto de prestaciones de servicios visiblemente diferenciados que están especialmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa.

Por otra parte, resulta difícil hablar de una clasificación de los establecimientos hoteleros ya que no en todos los países aplica de la misma manera, en Ecuador según

el (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2011), en el capítulo I de los Alojamientos, la clasificación hotelera es la siguiente:

Grupo 1 – Alojamientos Hoteleros

- Hotel
- Hotel residencia
- Hotel Apartamento
- Hostal
- Hostal residencia
- Pensión
- Hostería
- Motel
- Refugio
- Cabaña

Grupo 2 – Alojamientos Extrahoteleros

- Complejos vacacionales
- Campamentos
- Apartamentos

2.3. Empresas gastronómicas

La palabra restaurante fue usada por primera vez a mediados de los años 1700s, esta describía lugares públicos que ofrecían a las personas pan y sopa sin necesidad de prepararlo por su propia cuenta (Powers & Barrows, 2006, pág. 6), sin embargo el concepto de restaurante ha evolucionado a través del tiempo, actualmente un restaurante es considerado como aquel establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local, menciona la enciclopedia de turismo (Hotelería y Restaurantes, 2007, p.617).

De acuerdo con (Posada, 2016, pág. 12) las empresas gastronómicas son aquellas que prestan servicio de alimentos y bebidas a cambio de una contraprestación económica, por otra parte (Corredera, 2011, pág. 12) también asegura que estas

empresas se dedican a proveer comidas y bebidas de manera habitual o profesional; que pueden ser consumidas en local propio o fuera de este.

Para (Torruco & Ramirez, 1987, págs. 9-11) existen 3 clasificaciones principales de restaurantes, y son las siguientes:

Por tipos de comidas, que abarca básicamente 4 grupos que son:

- Comida vegetariana y macrobiótica
- Pescados y mariscos
- Carnes rojas
- Aves

Variedad del servicio, que consiste en las siguientes 3 subdivisiones:

- Autoservicio
- Menú y a la carta
- Cafeterías, drive-in, resto rutas y similares

Por categorías, existen 5 cada una de ellas se diferencia según su menú, infraestructura, servicio y personal.

- De lujo
- Primera clase
- Segunda clase
- Tercera clase
- Cuarta clase

Hay que considerar también que existen autores como (Rocco & Andrew, 2004, pág. 11) que afirman que la clasificación de los restaurantes también puede ser considerada desde el punto de vista del menú, del precio y de la atmósfera del lugar donde se van a consumir los alimentos.

2.4. Oferta

Desde los conceptos comerciales, la oferta no tiene que ser concebida como una promoción o descuento de temporada, sino más bien como el tipo de producto, servicio

o experiencia que un establecimiento ofrece a sus consumidores, que a su vez tienen distintas formas de pensar al momento de comprar, usar o después de hacerlo.

2.5. Oferta turística

La oferta turística es fundamental para un destino ya que es lo que un turista busca, ¿Qué es lo que hay que hacer?, ¿En dónde puede pasar la noche?, ¿Cuáles son los lugares apropiados para comer?, ¿Dónde pasar la noche?, entre otras preguntas que se hacen los turistas al llegar a un destino, o al elegirlo, por lo que es necesario definir el concepto de la oferta turística. (SEGITTUR, 2013, pág. 25) Define a la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas, por otra parte (WTO, 1998) define a la oferta turística como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que este contiene, representa un todo integrado por los mismos, los servicios netamente turísticos y los que no lo son, hay que tener en cuenta también, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los visitantes o residentes. (Sancho, 2008, págs. 49-50)

Por lo que es necesario identificar los tipos de ofertas turísticas existentes, que según (Quesada, 2007, pág. 36) son 2:

- Básica, son aquellos atractivos culturales, naturales e históricos que dan origen a los desplazamientos y que determinan la producción de los servicios.
- Complementaria, que son los organismos de turismo, establecimientos turísticos, obras de infraestructura dedicados a al impulso y desarrollo de la actividad turística.

2.6. Oferta hotelera

Existen muchas definiciones en lo que a la oferta o servicio hotelero respecta, ya que va desde un servicio personal a la oferta de un servicio de producto, (Acerenza, 2006, pág. 32) afirma que la oferta/servicio hotelero es una actividad esencialmente intangible,

ligada en su prestación a un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades de alojamiento a los turistas y demás tipos de viajeros.

La oferta hotelera es básicamente lo que ofrece el hotel al huésped, los servicios o productos que el establecimiento pueda brindar para que estos se sientan contentos, actualmente la oferta en lo que respecta a hoteles diariamente aumenta más, las expectativas del cliente cada vez son más altas en lo que respecta al confort, limpieza, y más aún en el servicio que ofrece el talento humano por lo que las empresas hoteleras están en continuo cambio.

2.7. Oferta gastronómica

Hoy en día una de las principales necesidades que tiene el ser humano es el poder degustar sabores diferentes al de su lugar de origen, por eso es importante conocer que la oferta gastronómica dada por el servicio de comidas y bebidas, constituye una pieza esencial dentro del paquete que recibe el cliente, ya que este busca conocer más acerca del país que visita, pero además de eso, la alimentación constituye una necesidad fisiológica del organismo. (Boullon, 2002)

La oferta gastronómica de un establecimiento de restauración está formada por la oferta de alimentos y bebidas que se ofrecen en él a cambio de un precio determinado y fijado por el gerente o responsable del establecimiento. (Posada, 2016, pág. 137)

Los tipos de oferta gastronómica según (Posada, 2016, págs. 138-150) son los siguientes:

- **Menú**, que no es más que el menú de un restaurante que ofrece, primer y segundo plato, el postre y las bebidas.
- **Carta**, es básicamente una selección de platos ofertados a elección conjunta del jefe de cocina y del maître, suelen realizarse teniendo en cuenta la materia prima de los platos.
- **Sugerencia y platos del día**, son aquellas elaboraciones que se realizan de manera excepcional y que no suelen componer de manera habitual la oferta gastronómica del local.

- **Ofertas especiales**, son aquellas que no se elaboran siempre en los locales, sino que se los hace para llamar la atención del cliente especialmente en las temporadas bajas.
- **Menú Bufé**, consiste en elaborar una cantidad elevada de platos expuestos en una sala para que el cliente los vea y consuma lo que le apetezca en cuanto a variedad y cantidad.

2.8. Tipos de ofertas gastronómicas internacionales

El interés en mostrar y acentuar y la cultura culinaria nacional no es algo nuevo, existen ya algunos países de Latinoamérica y Europa que han llevado a cabo proyectos y han triunfado al momento de promocional su gastronomía tradicional.

Perú es uno de ellos, su prestigio a nacido y crecido en los últimos años, por medio de campañas y proyectos como:

- “Innovare Perú” que se trata de llevar la innovación tecnológica al sector gastronómico, detectando problemas que surgen y pasos para poder resolverlos.
- “Mistura”, por otra parte, es una feria gastronómica peruana muy importante a nivel de América Latina
- “Cadenas Agroalimentarias Gastronómicas Inclusivas”, se trata de un proyecto que busca incluir a los pequeños agricultores para no solo obtener productos de primera sino también ayudar a este sector que muchas veces es olvidado pero que tiene mucho que ver con la cocina, es más sin estos agricultores no existirían los ingredientes claves para las recetas peruanas.
- “Come peruano, come rico, come sano”
- “Lima, Capital Gastronómica de América” (APEGA, 2017, pág. 1)

En el año 2018, el gran crecimiento del turismo en el Perú quedo demostrado luego de que el país obtuvo 3 galardones en la gala internacional de la 25° edición de los premios World Travel Awards. Por séptimo año consecutivo nombraron a Perú como “Mejor Destino Culinario del Mundo”. (Segura, 2018, pág. 1)

México por otra parte, una agrupación de instituciones y personalidades ligadas a la gastronomía en el año 2005 armaron una documentación para presentar ante la

UNESCO sobre su cocina tradicional, lo que derivó en que la cocina Tradicional Mexicana se vuelva uno de los bienes patrimoniales más valiosos para su cultura. El argumento para este acto fue que enaltecer la cocina no solamente conlleva incremento de ingresos económicos, ocasionados por el turismo gastronómico, sino también tiene efectos positivos en el área sociocultural. (SECTUR, 2019, pág. 1)

México se ha preocupado, primero por crear su propia marca país y luego adherir a esa marca ciertos productos gastronómicos destacados, para esto en su página web cuenta con rutas gastronómicas muy bien elaboradas para que así los turistas tengan de dónde escoger, además de esto, México promociona con mucho énfasis el título “Patrimonio Mundial” que tiene su gastronomía, exhibiendo sus platos y productos predilectos.

Según (Rosa, 2018, pág. 1) el subsecretario de Calidad y Regulación de la secretaría de Turismo, Salvador Sánchez, aseguró que México vive un momento importante en materia de gastronomía y la cocina local está generando una amplia proyección mundial.

Argentina, en el 2016 comenzó a perfilar su estrategia en el plano del turismo gastronómico, para poder posicionar a nivel internacional la cocina local. CocinAR, es el programa que fue presentado por el Ministerio de Turismo en agosto del mismo año, quienes pusieron énfasis en la importancia de “construir identidad desde la cocina” y trabajar para que la gastronomía argentina gane terreno y se convierta en un motor turístico, con este programa se busca revalorizar el proceso de producción, elaboración, y comercialización y lograr “recuperar” la alimentación tradicional de cada provincia y de esa forma favorecer a la dinamización de las economías regionales.

Según (Hoteltur, 2016, pág. 1) La meta de este programa es básicamente contar con una propuesta concreta de platos tradicionales en todos los restaurantes, mercados y también con un mapa de rutas y productos gastronómicos de toda la Argentina. Excelencias Gourmet, fue el premio que recibió CocinAR en el mismo año de su lanzamiento, y en el 2017, World Travel Awards reconoció a la Argentina como destino gastronómico destacado de Sudamérica.

Ecuador, según comenta (Zauzich, 2017, págs. 1-5) en su revista “Motero de Piedra” se han lanzado las siguientes campañas para promover el turismo a nivel Internacional:

2014 - “All You Need Is Ecuador” fue una de ellas, consistió en ubicar en lugares estratégicos del mundo y del país las letras de esta frase, que los invitaba a la web de la campaña para que se pudieran conocer las cualidades de las cuatro regiones del país.

2017 – Por medio del Aval del Ministerio de Turismo se filmó un video de reguetón con el artista Nicky Jam, donde se muestran paisajes naturales y urbanos del país.

Estas campañas tuvieron comentarios positivos, ya que se dio a conocer al país, pero así mismo, negativos porque ambos implicaron gastos muy elevados que incluyeron los derechos de la canción All You Need Is Love.

Un punto muy importante que no fueron tomados en cuenta en las campañas antes nombradas es el sector gastronómico del país, este nicho fortalece la economía y mejora la calidad de vida de campesinos, pescadores, cocineros y emprendedores en un país.

Ecuador es un destino único, y parte de su valor agregado están en su comida, Guayaquil realiza una feria gastronómica cada año en el mes de octubre llamada “Ecuador Gastronómico” para dar a conocer los platos típicos tanto de su ciudad como del resto del país. (Fernández, 2016, pág. 1).

Chone, cantón de la provincia de Manabí, cada año también realizan “El festival del camarón” en la comuna Barquero 2, en el mes de octubre para dar a conocer su gastronomía. (Zambrano, 2018, pág. 2)

En Manta, en octubre del 2014 se realizó el festival “Delicias gastronómicas de Manabí”, fueron exhibidas comida exclusivamente criolla de la provincia de Manabí. (El Comercio, 2014, pág. 4) Y así algunos lugares del país realizan sus ferias gastronómicas de manera individual para promocionar su comida a nivel provincial y nacional.

A nivel de país, el gobierno del Ecuador presentó el 17 de abril del 2018 el “Mapa Gastronómico” que contiene platos emblemáticos de la cocina ecuatoriana y que busca convertirse en un imán para atraer al turismo extranjero hacia el país de la mitad del mundo. (EFE, 2018, pág. 3)

Actualmente todos los países en donde se desarrolla el turismo han hecho de la gastronomía uno de sus más fuertes ingresos, ya que a través de la oferta de su comida los turistas conocen más de la cultura culinaria del país que visitan y se enamoran de la misma.

El desarrollo turístico según (Varisco, 2008, pág. 60) se lo puede especificar como la variación y restauración de los servicios o productos que se ofrece al turista, para satisfacer sus necesidades y requerimientos, depende del desarrollo de dicha actividad de generación de plazas de trabajo e ingresos económicos a una determinada.

2.9. Gastronomía Tradicional

La comida es un reflejo de la historia social, familiar e individual, y en este sentido es posible conocerla como un proceso social y cultural y darse a conocer que las personas viven cotidianamente en el pasado y el presente. Así mismo, la cocina es un aspecto fundamental de la cultura de los pueblos que no es ajeno a los cambios que ocurren en el ámbito social, político y económico. (Torres & Fuente, 2009, pág. 194)

La gastronomía tradicional es la herencia de un pueblo, es un testimonio de mestizaje y sabores que identifican a una región y ofrecen el reconocimiento de un pasado en común; como testimonio, los platillos de una región muestran el medio en que fueron creados, los ingredientes que había en ese momento y con los cuales se creaba la comida todos los días. (Salgado, 2013, pág. 16)

2.10. Gastronomía Típica

(Everett & Aitchison, 2008) Describen a la gastronomía típica como un novedoso tema de investigación por ser multifacética, por tener en su naturaleza, el conocimiento de la identidad intrínseca de las costumbres de los pueblos, y al ser explorado, puede convertirse en una experiencia que busca la transversalidad cultural del consumidor.

Por otra parte, autores como (Navarro & Schlüter, 2010, págs. 10-11) que aseguran que no toda la gastronomía ofertada en las localidades anfitrionas puede ser consideradas como típica, sino que debe presentar indicadores básicos que la conformen, cómo:

- Utilización de productos primarios producidos en el lugar, tanto en la elaboración de los platos como en la presentación.
- Elaboración de platos tradicionales o “típicos” heredados de las costumbres ancestrales. Esto no invalida la posibilidad de realizar innovaciones creativas de las preparaciones, siempre que no afecten la esencia de los mismos.
- Transmisión de conocimientos culinarios de generación en generación.

En base a las referencias de los autores antes citados (Sánchez, 2015) define a la gastronomía típica como *“Una forma creativa de ofertar alimentos y bebidas que caractericen a la zona, con la utilización de productos autóctonos como materia prima y elementos decorativos, y la aplicación de formas de preparación y presentación, que fomenten el rescate hacia las culturas, costumbres y tradiciones; siendo un exquisito complemento para el destino turístico y un abanico de experiencias únicas de deleite a los placeres sensoriales”*.

2.11. Gastronomía típica manabita

La gastronomía típica de Manabí es una mezcla de mariscos, pescado, cárnicos, vegetales, verduras y cereales, cuyos “sabores y saberes” son parte de la identidad cultural manabita. Quienes visitan la provincia de Manabí, encuentran en la oferta gastronómica de los restaurantes y paraderos turísticos, comidas muy tradicionales que se repiten a lo largo de su geografía como: sal prieta, maní graneado acompañados con plátano verde o maduro asado, tortillas de maíz, yuca; hayacas, humitas, bollos, greñoso, empanadas de verde, corviches, muchines, bolones de verde con queso, maní o chicharrón, patacones, chifles; caldo y seco de gallina criolla, caldo de albóndigas, tonga; viche de pescado o mariscos, variedad de ceviches, arroz combinado con mariscos, sangos de maní, yuca o zapallo; verde con pescado, mariscos, carne o queso; hornado de pescado o cabeza de chanco. (Solórzano, 2014, págs. 112 - 120)

La gastronomía típica de Manabí no es más la combinación ancestral de conocimientos indígenas y métodos españoles, prácticas que fueron transmitidas de generación en generación, realizando sus comidas en hornos de leña, cocinados y servidos en platos y ollas hechos a base de barro que aún son utilizados en algunas partes de la provincia.

3. CAPÍTULO III

Diseño metodológico

La siguiente investigación consiste en el levantamiento de información sobre los 5 restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta, acerca de la oferta gastronómica típica de Manabí.

3.1. Métodos

La información recopilada se sustenta en el enfoque de investigación cualitativa que sirvió para la recolección y análisis de datos para dejar ver nuevas interrogantes en el proceso de interpretación, y el de tipo descriptiva que buscó especificar características y rasgos importantes de la investigación, en este caso de la oferta gastronómica de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta. A su vez, se tomó como diseño el no experimental ya que la misma no está sujeta a ninguna clase de experimento.

3.2. Técnicas

Las técnicas que se emplearon fueron, la observación, que consistió en acudir a los 5 hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta escogidos para la investigación para observar el comportamiento de los individuos involucrados en la investigación, luego la encuesta, con cuestionarios de opción múltiple que sirvió para obtener información concreta de los restaurantes escogidos, por último se llevó a cabo la entrevista, con un cuestionario de preguntas abiertas que se utilizó para tener conversaciones de carácter profesional con los 5 chefs ejecutivos de los establecimientos seleccionados.

3.3. Población y muestra

Según el catastro turístico 2017 (MINTUR, GAD DE MANTA) el total de restaurantes de los hoteles de lujo y primera categoría en la ciudad de Manta son 10:

- Hotel Poseidón - Restaurante El Dorado
- Hotel Oro Verde - Restaurante Buena Vista
- Wyndham Manta Sail Plaza Hotel & Convention Center - Restaurante El Coral Rojo & El Astillero -
- Cabañas Balandra - Restaurante El Faro
- Hotel Mar Azul - Restaurante Ocean Blue
- Hotel Manta Host – Arrecife Restaurante

- Appart Hotel Los Almendros – Restaurante
- Hotel AquaMarina – Restaurante La Sirena
- Hotel Bucaneiro – Sin restaurante
- Hotel Hamilton – Sin restaurante

De los cuales 5 fueron tomados como muestra para la aplicación de las técnicas que se usarán, por medio del método no probabilístico que es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer selección al azar.

Para esta investigación se tomaron como muestra los siguientes 5 hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta:

- Hotel Poseidón - Restaurante El Dorado
- Hotel Oro Verde - Restaurante Buena Vista
- Wyndham Manta Sail Plaza Hotel & Convention Center - Restaurante El Coral Rojo & El Astillero -
- Cabañas Balandra - Restaurante El Faro
- Hotel Mar Azul - Restaurante Ocean Blue

Por lo que se llevaron a cabo dos encuestas elaboradas por un conjunto de preguntas cerradas y de opción múltiple y una entrevista compuesta por un cuestionario de preguntas abiertas que fueron validadas por dos expertos en la materia de gastronomía y uno en metodología de la investigación.

La primera encuesta, dirigida a 50 clientes de los restaurantes, la segunda, se les aplicó a 10 personas que laboran en las empresas antes mencionadas.

La entrevista, aplicada a los 5 chefs ejecutivos de los restaurantes escogidos para la investigación que luego fueron tabuladas y analizadas por medio de técnicas de análisis descriptivo y diagramado aplicando gráficas, los cuales sirvieron de base para formular conclusiones.

4. CAPÍTULO IV

Análisis y discusión de resultados

4.1. Análisis de resultados

Esta encuesta se les realizó a 10 empleados de los restaurantes antes mencionados, indicándonos el nivel de conocimiento que poseen sobre la oferta de la gastronomía típica de Manabí que brindan a los clientes. A continuación, se presenta la interpretación de los resultados de manera analítica y gráfica.

Encuesta a trabajadores

Preguntas.

1. ¿Qué tipo de gastronomía típica ofertan en el restaurante de este hotel?

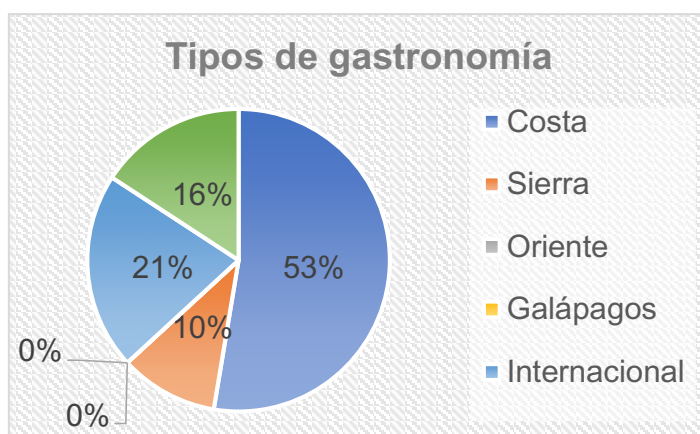


Gráfico 1: Tipos de gastronomía. Fuente elaboración propia.

El 55% de las personas encuestadas respondieron que la gastronomía típica que más se oferta en el restaurante en el que laboran es de la costa, siguiéndole la gastronomía internacional con 21%, la comida fusión y por último gastronomía de la sierra, dando a conocer que no se oferta en ninguno de estos establecimientos gastronomía del oriente ni de Galápagos.

2. Del 1 al 5, (considerando que 1 es el puntaje más alto y 5 el más bajo) ¿Cuál de las siguientes opciones de gastronomía se ofertan más en el restaurante de este hotel?



Gráfico 2: Nivel de ofertas. Fuente: Elaboración propia.

8 de las 10 personas encuestadas ubicó en el puntaje más alto a la gastronomía de la costa, siendo así la más ofertada en dichos restaurantes.

3. ¿Con qué frecuencia los comensales piden gastronomía típica de Manabí?

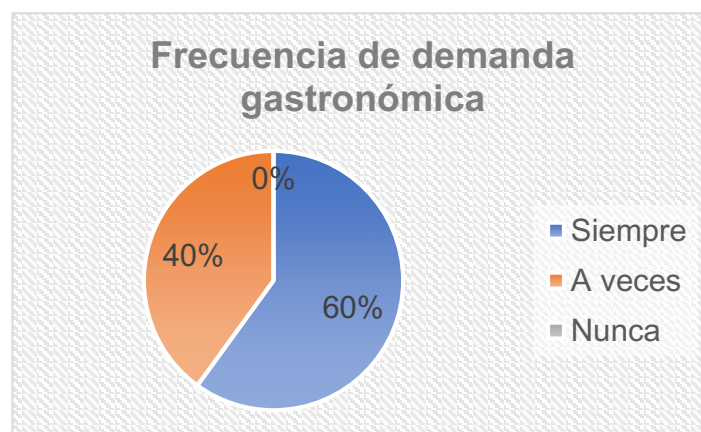


Gráfico 3: Frecuencia de demanda gastronómica. Fuente: Elaboración propia.

El 60% de las personas encuestadas respondieron que los comensales siempre piden gastronomía típica de Manabí en los establecimientos en los que laboran, el resto del personal dijo que solo a veces es solicitada por los clientes.

4. ¿Cuál es la procedencia de los comensales que piden gastronomía típica de Manabí?

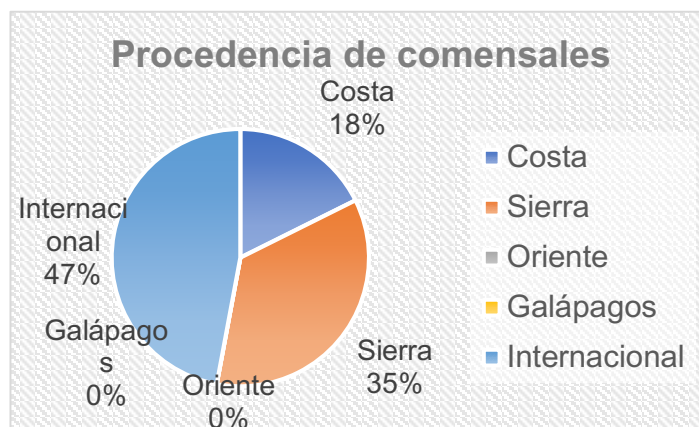


Gráfico 4: Procedencia de comensales. Fuente: Elaboración propia.

El 47% de los trabajadores respondieron que la procedencia de las personas que más piden gastronomía típica manabita es de origen internacional, seguido de personas de la sierra y de la costa, lo que muestra que existe mayor interés por parte de los turistas extranjeros.

5. Señale los tipos de oferta de gastronomía típica de Manabí que se brindan en el restaurante de este hotel.

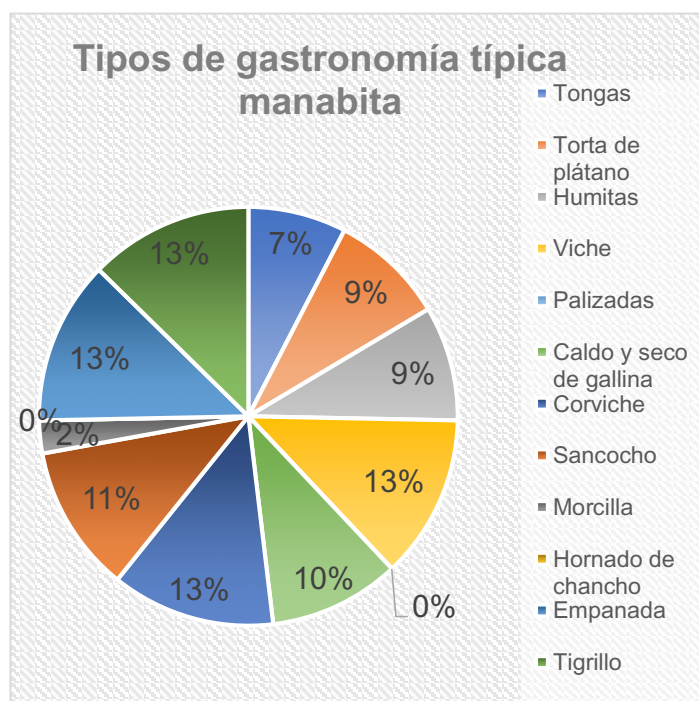


Gráfico 5: Tipos de gastronomía típica manabita. Fuente: Elaboración propia.

La mayor parte de los trabajadores respondieron que lo que más se oferta en los establecimientos en los que laboran son la empanada, el tigrillo, el corviche y el viche, siguiéndole el sancocho, el caldo y seco de gallina, la torta de plátano, las humitas y las tongas, en comparación a la morcilla, la palizada y el hornado de chancho que son muy poco ofertadas en dichos establecimientos.

6. ¿Con qué frecuencia se oferta la gastronomía típica de Manabí en el restaurante de este hotel?

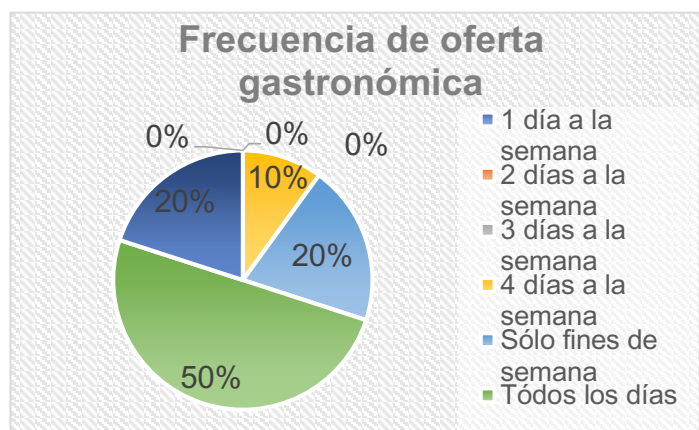


Gráfico 6: Frecuencia de oferta gastronómica. Fuente: Elaboración propia.

El 50% de los trabajadores respondió que todos los días se oferta gastronomía típica de Manabí en los establecimientos en los que laboran, un 20% solo la ofertaban en los fines de semana y una vez al mes y el 10% respondió que 4 días a la semana.

7. ¿En qué rango de precio se ajusta la oferta gastronómica típica manabita en el restaurante de este hotel?

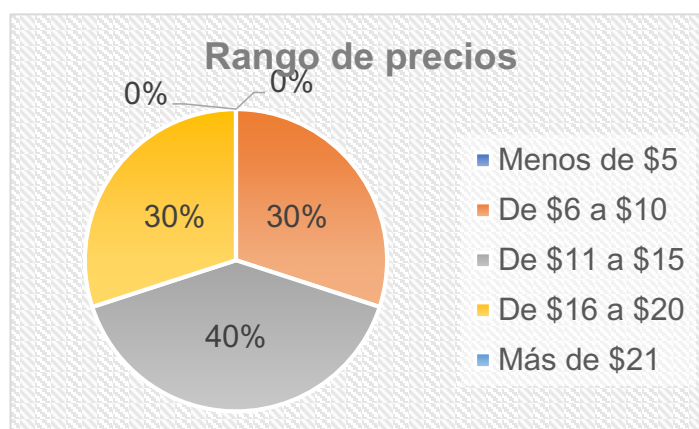


Gráfico 7: Rango de precios. Fuente: Elaboración propia.

El 40% de los trabajadores indicaron que el rango de precio en el que se encuentra la gastronomía típica de Manabí en los establecimientos en donde ellos laboran es de \$11 a \$15, y por otra parte dijeron que está entre \$6 a \$10 y \$16 a \$20

8. ¿Cuántas personas al día consumen gastronomía típica de Manabí en este restaurante?

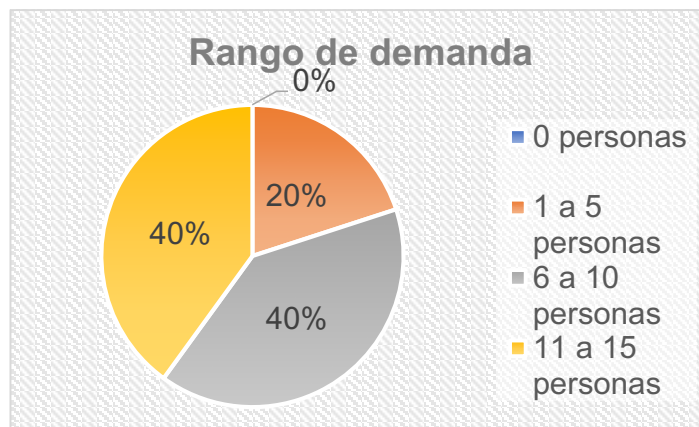


Gráfico 8: Rango de demanda. Fuente: Elaboración propia.

El 40% de los trabajadores respondieron que en el establecimiento en el que laboran consumen gastronomía típica de Manabí de 11 a 15 personas, y otro 40% de 6 a 10 y el 20% de trabajadores dijo que de 1 a 5.

9. Del 1 al 5, (considerando que 1 es el puntaje más bajo y 5 el más alto) en qué nivel usted coloca a la gastronomía tradicional manabita.

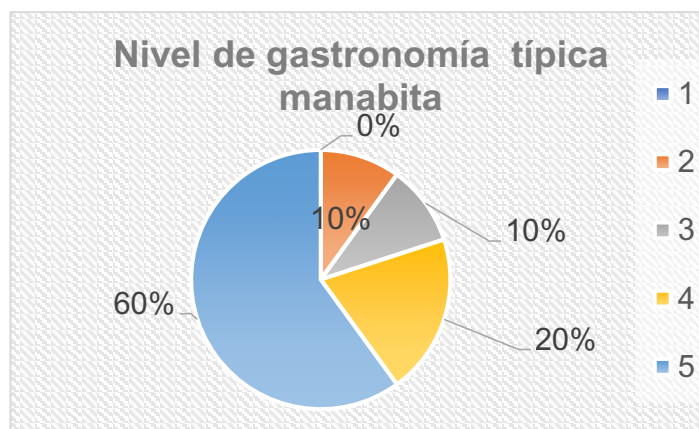


Gráfico 9: Nivel de gastronomía típica manabita. Fuente: Elaboración propia.

El 60% de los trabajadores ubicó a la gastronomía típica de Manabí en el nivel 5, el 20% nivel 4 y los demás la ubicaron en el nivel 3 y 2.

Encuesta a clientes

Esta encuesta se les realizó a 50 clientes de los restaurantes antes mencionados, indicándonos en qué nivel es ofertada la gastronomía tradicional manabita según su punto de vista.

A continuación, se presenta la interpretación de los resultados de manera analítica y gráfica.

1. ¿Con qué frecuencia visita usted los hoteles de la ciudad de Manta?

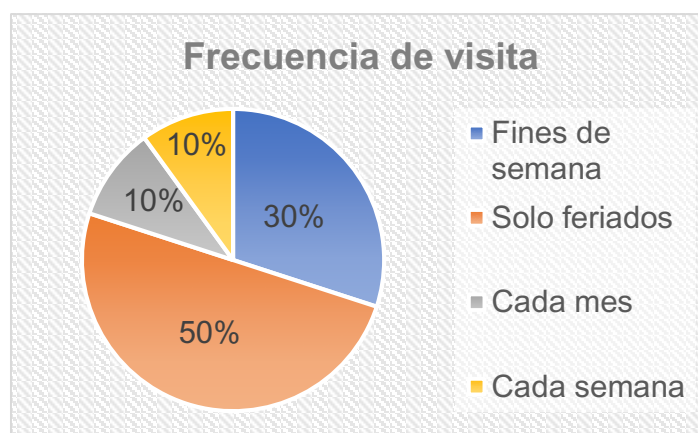


Gráfico 10: Frecuencia de visita. Fuente: Elaboración propia.

El 50% de las personas encuestadas respondieron que visitan la ciudad de Manta solo en feriados, un 30% solo en los fines de semana y el 10% cada mes o cada semana.

2. Cuando visita la ciudad de Manta, ¿En cuál de los siguientes hoteles se hospeda usted?

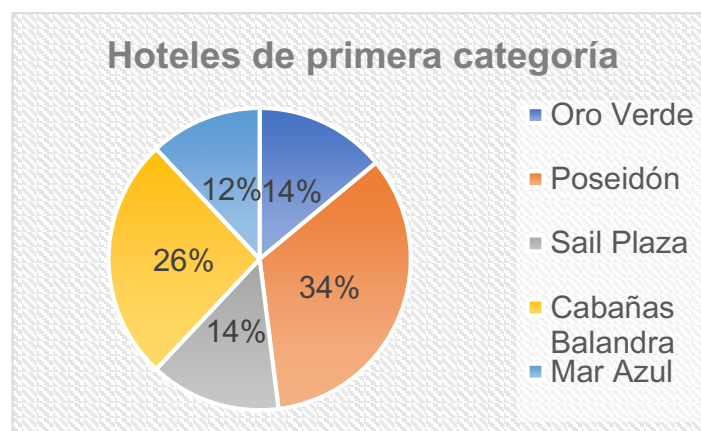


Gráfico 11: Hoteles de primera categoría. Fuente: Elaboración propia.

34% personas encuestadas respondieron que al visitar Manta se hospedan en Poseidón, 26% en Cabañas Balandra, siguiéndole Mar Azul y Sail plaza con 14% y el 12% dijo que se hospedaba en Oro Verde.

3. A la hora de decidir dónde comer, ¿Dónde lo hace usted?

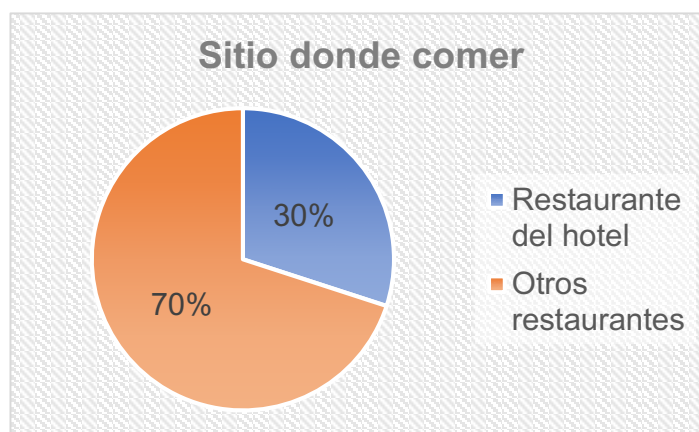


Gráfico 12: Sitio donde comer. Fuente: Elaboración propia.

El 70% de las personas encuestadas respondieron que prefieren comer fuera del hotel donde están hospedados y el otro 30% prefiere comer en el restaurante del hotel.

4. ¿Al momento de elegir su comida en el restaurante del hotel, que elementos influyen?

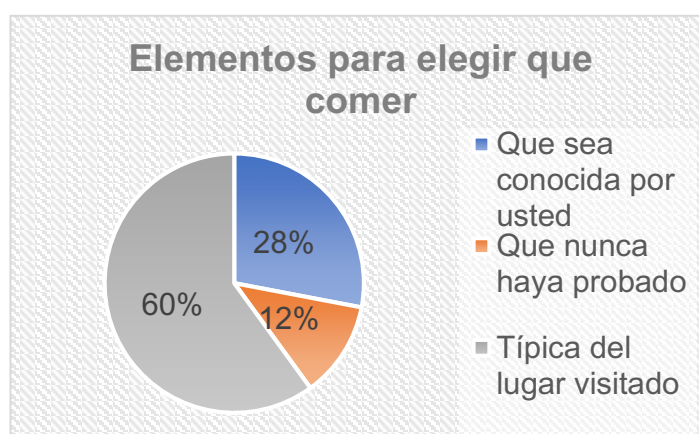


Gráfico 13: Elementos para elegir que comer. Fuente: Elaboración propia.

El 60% de las personas encuestadas prefieren comer gastronomía típica del lugar visitado, 28% que sea conocida por ellos y el 12% prefiere experimentar en platillos que no haya probado nunca.

5. ¿Conoce usted los tipos de gastronomía típica que existen en Manabí?

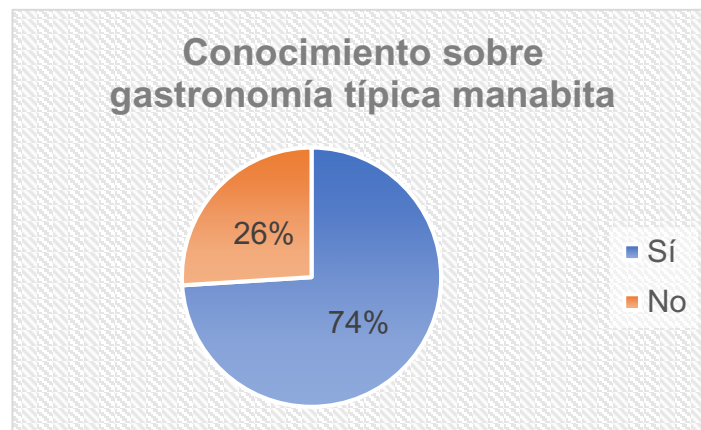


Gráfico 14: Conocimiento sobre gastronomía típica manabita.
Fuente: Elaboración propia.

El 74% de las personas encuestadas respondieron que sí conocen la gastronomía típica de Manabí y mencionaron platos como la tonga, la gallina criolla, el bollo, las humitas, entre otros platillos tradicionales y el 25% respondió que no conoce sobre esta gastronomía.

6. Al llegar a los hoteles de la ciudad de Manta, ¿qué es lo primero que usted desea degustar?

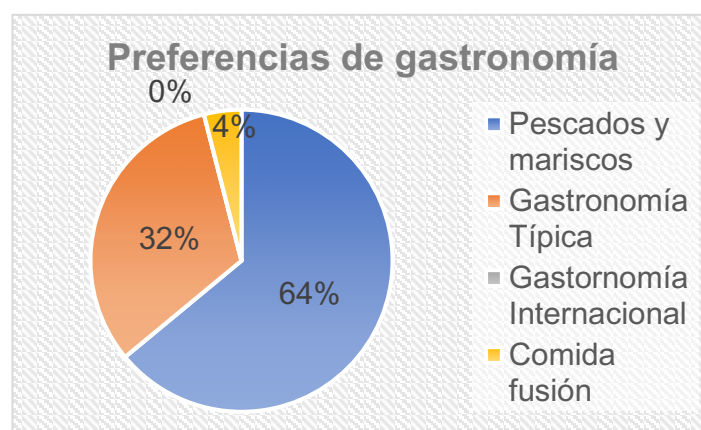


Gráfico 15: Preferencias gastronómicas. Fuente: Elaboración propia.

El 64% de las personas encuestadas respondieron que prefieren degustar pescados y mariscos al llegar a Manta, otra 32% prefiere la gastronomía típica y el 4% prefiere comida fusión.

7. De los hoteles antes mencionados, que cuentan con restaurantes, ¿conoce usted cuales ofertan gastronomía típica de Manabí?

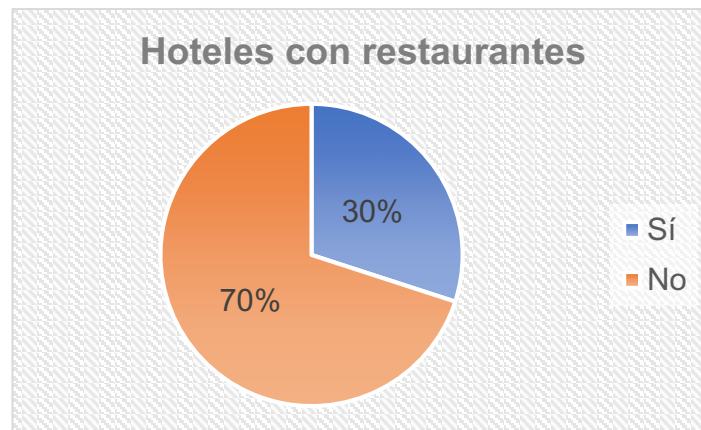


Gráfico 16: Hoteles con restaurante. Fuente: Elaboración propia.

El 70% personas encuestadas respondieron que si conoce cuales de los hoteles antes mencionados ofertan gastronomía típica de Manabí, nombraron al hotel Poseidón, Cabañas Balandra y al hotel Oro verde, y el 30% dijo que no tiene conocimiento de que ofertan en estos hoteles.

8. ¿Cree usted que la gastronomía típica de Manabí debería de implementarse en los hoteles de primera categoría de Manta?

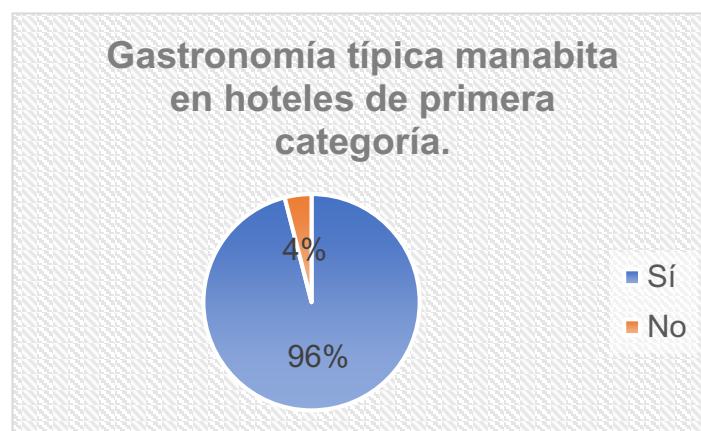


Gráfico 17: Gastronomía típica manabita en hoteles de primera categoría. Fuente: Elaboración propia

El 96% de las personas encuestadas creen que si se debe de implementar la gastronomía típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta alegando que la misma identifica el lugar y su gastronomía y el 4% respondió que no.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones de comida típica de Manabí le gustaría encontrar en el menú del Restaurante?

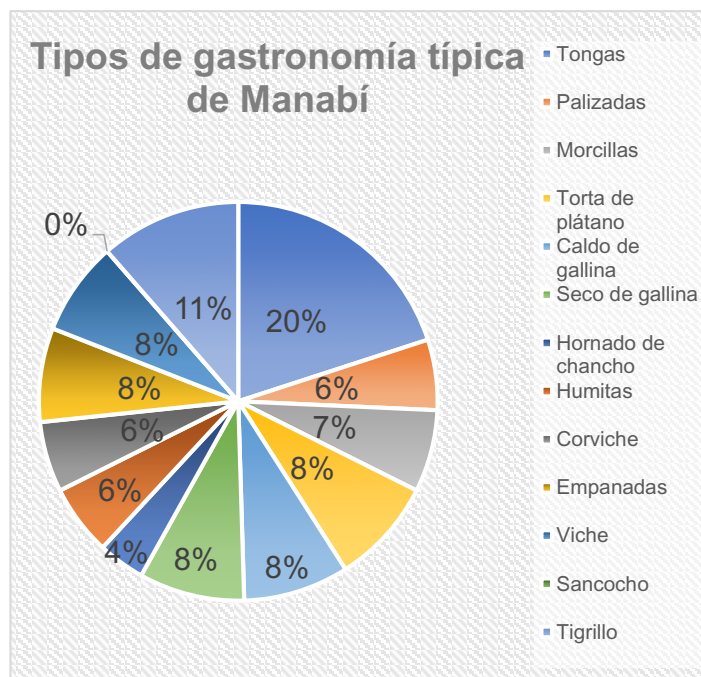


Gráfico 18: Tipos de gastronomía típica de Manabí. Fuente: Elaboración propia.

El 20% personas encuestadas respondieron que prefieren encontrar en la carta de un restaurante las tongas, tigrillo, torta de plátano, caldo y seco de gallina, empanadas y viche y solo una cantidad mínima de las personas encuestadas respondieron que prefieren morcillas, palizadas, humitas, corviches, hornado de chancho y ninguno respondió que prefiere sancocho.

10. De los siguientes precios, ¿cuál estaría usted dispuesto a pagar por un plato típico de Manabí?

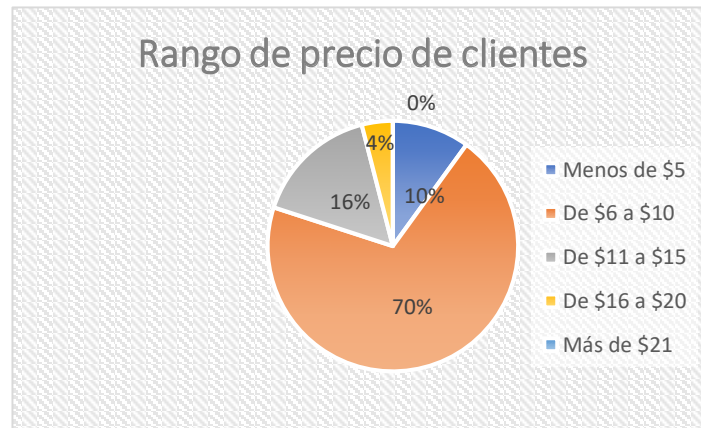


Gráfico 19: Rango de precio de clientes. Fuente: Elaboración propia.

El 70% de las personas encuestadas respondieron que están dispuestos a pagar de entre \$6 a \$10 por un plato de gastronomía típica de Manabí, 16% prefiere pagar de \$11 a \$15 y el resto está dispuesto a pagar menos de \$5 o de \$16 a \$20.

Análisis general de las encuestas realizadas a clientes y empleados de los establecimientos escogidos para la investigación.

De manera general por medio de las encuestas aplicadas a los 10 trabajadores de cada establecimiento se logró conocer que la gastronomía más ofertada es la de la costa, y que quienes más la demandan son comensales de origen extranjero, por otra parte, alegan que la comida típica de Manabí es ofertada todos los días y que está valorada en un rango de \$11 a \$15.

También, a través de las encuestas aplicadas a los 50 clientes se pudo conocer que estos turistas visitan la ciudad de Manta mayormente en feriados, que prefieren degustar en primer lugar comidas hechas a base de pescados y mariscos y en segundo la comida típica de la ciudad del lugar visitado, así mismo respondieron que la gastronomía típica de Manabí debería de implementarse más en los hoteles de primera categoría de la ciudad y que estaría dispuestos a pagar de \$6 a \$10 por uno de estos platos.

Entrevista

Estas entrevistas fueron realizadas a los 5 chefs ejecutivos de los restaurantes antes mencionados, indicándonos el nivel de conocimiento que poseen sobre la oferta de la gastronomía tradicional manabita que brindan a los clientes.

A continuación, se presenta la interpretación de los resultados de manera analítica.

Entrevista al Sr. Orlando Cedeño, sub-chef del restaurante Buena Vista del hotel Oro Verde.

Respecto al perfil de los clientes que visitan el restaurante Cedeño comenta que son de toda clase, nacionales e internacionales, pero que en días de semana son más ejecutivos y fines de semana familiares, el menú de este restaurante se elaboró en base a los mariscos y a la comida criolla, el tipo de comida que más se oferta según el chef es de la costa, de la sierra y del oriente no se oferta nada porque se caracterizan por la gastronomía manabita, y asegura que lo que más se brinda es el seco de gallina, el caldo de gallina, las morcillas que son muy características de la provincia, la cazuela de mariscos y el camotillo. Sobre la pregunta #6 Cedeño respondió que la gastronomía manabita está en el menú todos los días, pero que los días domingos es cuando más la piden los clientes, también dice que es muy aceptada por los clientes tanto nacionales como extranjeros, por último, como recomendación dijo que es importante que como provincia se oferte la comida tradicional criolla ya que es nuestra cultura.

Entrevista al Sr. Eduardo Ávila, chef ejecutivo del restaurante El Dorado del hotel Poseidón.

Sobre el perfil de los clientes que visitan el restaurante el chef dijo que generalmente son de clase media alta y turistas internacionales, el menú fue elaborado basándose en los productos tradicionales aunque ciertos platos son fusionados con productos de otros países, también pudo acotar que lo que más se oferta son los platos a la carta y los mariscos, sobre la gastronomía tradicional Ecuatoriana aseguró que no se oferta ni de la sierra, ni del oriente, la comida que más se ofrece en este restaurante es la manabita. Con respecto a la pregunta #6 Ávila respondió que generalmente los desayunos del fin de semana son manabitas con platillo que comúnmente no se ofrecen como lo son las

hayacas, bollos y los tigrillos que siempre están en el menú, también comentó que la gastronomía tradicional manabita es muy aceptada por los turistas nacionales y extranjeros, y por ultimo como recomendación dijo que actualmente se realizan concursos y de hecho se ha formado una asociación de los chefs de estos restaurantes donde se está tratando de ver la forma de integrar universidades y compartir conocimientos para así realzar la cultura gastronómica de nuestra provincia.

Entrevista al Sr. Antonio Lara, chef ejecutivo del restaurante El Faro del hotel Cabañas Balandra.

A la primera pregunta que trata sobre el perfil de los clientes que visitan el restaurante el chef dijo que hay de todo tipo, pero por lo general tienen más visitas de extranjeros, por otro lado comentó que la carta fue elaborada en base a encuestas realizadas a algunos clientes, también dijo que lo que más se oferta es la corvina en salsa de mariscos y el “steak tomahouse”, sobre la gastronomía tradicional ecuatoriana dijo que no suelen ofertar comida de la sierra ni del oriente, que prefieren invertir en la gastronomía manabita, como por ejemplo el seco y caldo de gallina criolla, tonga, tigrillo y la cuajada. Respecto a cada que cierto tiempo es ofertada la gastronomía tradicional manabita el chef dijo que por lo general hacen festivales pasando 2 meses, que aunque la carta tiene platos típico de Manabí ellos quieren tener todo tipo de platillos porque sus clientes quieren probar de todo, pero de la misma manera dice que a los comensales, tanto nacionales como extranjeros, les gusta mucho la gastronomía manabita y como recomendación alega que para poder ofrecer la cultura gastronómica manabita primero se debe de conocer como nuestros ancestros la preparaban.

Entrevista al Sr. Luis Holguín, chef ejecutivo de los restaurantes El Astillero y Coral Rojo del hotel Sail Plaza Manta

Respecto al perfil de los clientes que visitan los restaurantes del hotel Sail Plaza Manta, el chef ejecutivo Luis Holguín, comenta que ellos tienen una promoción llamada “Todo incluido” que busca la segmentación de clientes más del tipo turístico como familias o extranjeros, también nos cuenta que los menús de los restaurantes fueron elaborados basándose en la comida manabita sobre todo en el restaurante El Astillero, por otra parte cuenta que la comida tradicional ecuatoriana que más se oferta en los

restaurantes es la manabita, pero que al ellos tener 2 restaurantes El Astillero ofrece comida manabita y en el Coral rojo se ofrece más gastronomía gourmet o internacional, respecto a la comida tradicional manabita nos comentó que están elaborando un proyecto para resaltar más la comida manabita pero como la cocinaban nuestros ancestros, por ahora se ofrece la sal prieta, maduro asado, el camotillo, y otros tipos de pescados que son de Manta, también nos aseguró el chef que la comida tradicional manabita es ofertada cada semana en sus restaurantes y que a los clientes tanto nacionales como extranjeros les agrada mucho la gastronomía tradicional manabita, por último, como recomendación Holguín dijo que hay que ser embajadores de nuestra gastronomía, que primero se debe de conocer cómo nuestros ancestros preparaban la comida para así poder explotar esos conocimientos y hacer que la gastronomía tradicional manabita sea conocida de manera nacional e internacional.

Entrevista al Sr. Irvin Pin Sub-chef del restaurante Ocean Blue del Mar Azul.

Sobre el perfil de los clientes que visitan el restaurante Pin respondió que la mayor parte de los clientes que visitan el restaurante son empresarios; el menú fue se realizó basándose en encuestas; el tipo de comida más oferta en Ocean blue es la manabita y la gastronomía internacional; no ofertan gastronomía de la sierra se basan en la costeña como el tigrillo, bolón, empanadas, caldo de gallina, cazuela y también algunos platos internacionales, también el sub-chef acotó que la comida manabita está en la carta todos los días, pero que no siempre es consumida por los clientes aunque es muy bien aceptada por los mismos, por último, como recomendación el Sr. Irvin dijo que sería muy bueno realizar eventos gastronómicos para mostrar la variedad de la gastronomía manabita, plantear días específicos donde se oferte este tipo de comida y hacer publicidad de la historia de la misma.

Gráfico 20: Tabla de análisis de las entrevistas. Fuente: Elaboración Propia.

Chefs	Pregunta # 1	Pregunta # 2	Pregunta # 3	Pregunta # 4	Pregunta # 5	Pregunta # 6	Pregunta # 7	Pregunta # 8
Orlando Cedeño (Restaurante Buena Vista)	Nacionales e internacionales, ejecutivos y familias.	Mariscos y comida criolla.	Costa	Comida de la costa, nada de la sierra ni del oriente porque se especializan en la gastronomía manabita.	Seco y caldo de gallina, morcillas, cazuela de mariscos y el camotillo.	Todos los días	Es muy aceptada por los turistas nacionales y extranjeros	Ofertar la comida tradicional criolla ya que representa la cultura de la provincia
Eduardo Ávila (Restaurante El Dorado)	Clase Media Alta, turistas internacionales.	Productos tradicionales	Platos a la carta y mariscos	Coinciden	Hayacas, bolones, tigrillos	Desayunos del fin de semana son manabitas	Coinciden	Realizar concursos, compartir conocimientos sobre La forma ancestral de preparar comida criolla.
Antonio Lara (Restaurante El Faro)	Todo tipo de clientes, mayormente extranjeros.	Encuestas	Corvina en salsa de mariscos y el Steak Tomahouse	Coinciden	Seco y caldo de gallina, tonga, tigrillo y cuajada	Todos los días esta en la carta, pero festivales manabita pasando 2 meses.	Coinciden	Conocer la forma ancestral de la preparacion de la comida manabita
Luis Holguin (Restaurante El astillero – Coral Rojo)	Turistas extranjeros y familia.	Comida Manabita	Manabita	Coinciden	Sal prieta, maduro asado, camotillo.	Todos los días	Coinciden	Conocer la forma ancestral de la preparacion de la comida manabita y explotar esos conocimientos
Irvin Pin (Restaurante Ocean Blue)	Empresarios	Encuestas	Manabita e Internacional	Coinciden	tigrillo, bolón, empanadas, caldo de gallina, cazuela	Todos los días	Coinciden	Realizar eventos para mostrar la variedad de la gastronomía manabita, y hacer publicidad de la historia de la misma con días específicos en los que se oferte la comida criolla manabita.

Análisis general de las entrevistas

Al concluir las entrevistas, se logró saber que los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta ofertan todos los días en su menú la gastronomía típica de Manabí, pero, estos se inclinan más hacia los platillos hechos a base de pescados y mariscos siendo que la gastronomía típica de Manabí está compuesta por un sin número de ingredientes como lo son la gallina criolla, el chancho, el maíz, plátano, yuca entre otros que hacen de la gastronomía manabita una de las más deseadas por los comensales. Por otra parte, dos de los chefs coincidieron en que para lograr que la cultura gastronómica manabita sea conocida a nivel internacional se debe de conocer los inicios de la misma, saber cómo los ancestros preparaban esa clase de alimento para así explotar estos conocimientos y a través de ellos hacer cursos, seminarios y ferias que la den a conocer ya que es muy bien aceptada por los clientes tanto nacionales como extranjeros.

4.2. Discusión de resultados

Una vez observados los resultados de los métodos aplicados para obtener la información necesaria acerca de la oferta de gastronomía típica de Manabí en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta, en base a la investigación realizada por (Mendoza, 2013) en la zona Mazahua de México, determinó que la gastronomía de un lugar es clave importante para generar una serie de desplazamientos en el lugar, ya que es un patrimonio que debe transmitirse a la población en general y en particular al turismo doméstico y receptivo en todas sus clasificaciones y motivos de viaje.

Es decir, es importante que la gastronomía típica de un pueblo o lugar específico, en este caso la de Manabí sea difundida o promocionada ya que es un patrimonio y representa la cultura del mismo pueblo y puede crear turismo de muchas maneras.

Por otra parte, (Rojas & Millán, 2017) en los resultados de su artículo “Turismo gastronómico, la gastronomía tradicional de Córdoba (España)” aseguran que más de la mitad de las empresas presentan en sus cartas platos de la cocina cordobesa más tradicional, y no sólo eso, sino que cuando tienen que incluir un nuevo plato creen positivo el contar con este tipo de platos dado que el turista gastronómico lo percibe como un plato tradicional de la gastronomía cordobesa.

Es una iniciática muy acertada, que los restaurantes de una ciudad gastronómica en este caso los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta tengan en sus cartas al menos 1 plato típico de la gastronomía manabita y que así mismo se vayan agregando de a poco toda la gama de platillos típicos con los que cuenta la provincia.

Según (García & Pardo, 2015) en Bogotá, la gastronomía típica colombiana ocupa un lugar importante para la población, ya que son fieles a los sabores de antaño y valoran su historia, sin embargo los dueños de los restaurantes afirman que mantener las tradiciones es difícil en un entorno tan cambiante, ya que no es una actividad que les genere dinero, por otro lado también hay varios locales que trabajan en su gastronomía porque les gusta y de una u otra manera sienten la responsabilidad de rescatar los sabores de sus antepasados.

Con respecto a los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta, la gastronomía típica de Manabí es ofertada en los cinco restaurantes intervenidos para la investigación, pero hay que tener en cuenta, que por estar en zona costera de la provincia se dirigen más hacia la comida hecha a base de pescados y mariscos y con respecto a la comida típica de la zona rural de la provincia comentaron que normalmente brindan en su carta lo más común que es el caldo y seco de gallina criolla, entre otros aperitivos como la empanada, el bollo y la hayaca, pero que lo hacen mayormente los fines de semana o en el menú de los desayunos.

5. Conclusiones

El diagnóstico realizado en los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta muestra que:

Existe un nivel alto de oferta gastronómica típica de Manabí en los mismos, sin embargo, estos apuestan más por los platos hechos a base de pescados y mariscos, excluyendo un poco la esencia de la zona rural o el comúnmente llamado “campo” de la provincia.

También, se logró determinar que las cartas mayormente ofrecen pescados y mariscos por estar ubicados en la zona costera de la provincia, pero en todos los establecimientos cuentan con al menos 2 platos hechos a base de ingredientes como la gallina criolla, y el maní dando a conocer que la gastronomía típica manabita no está totalmente apartada de sus menús, aunque hay que tener en cuenta que este tipo de gastronomía es consumida y ofertada principalmente en la zona rural de la provincia.

Por otra parte, analizando la carta de cada establecimiento se logró reconocer que la gastronomía que ofertan los hoteles de primera categoría varía entre la comida fusión e internacional, dando a sus comensales opciones como pastas, parrilladas, carnes importadas, entre otros alimentos, alegando que se debe de tener un menú variado para poder satisfacer las necesidades de todos los clientes.

En base a esto se concluye que, aunque la gastronomía típica manabita sea ofertada en los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta, se debe de trabajar para que día a día las cartas de estos establecimientos muestren la cultura gastronómica manabita, tanto de la zona costera como de la rural, ya que representa a la provincia y da la oportunidad de hacer que el mundo conozca las delicias que tiene Manabí para ofrecer.

6. Recomendaciones

Para que la gastronomía típica de Manabí se posicione en los hoteles de primera categoría de la ciudad de Manta puedo recomendar lo siguiente:

Unificar la gastronomía típica de Manabí tanto de la zona costera como la de la zona rural, para que esta se destaque por la variedad de sabores que contiene y que las personas puedan reconocer cada uno de sus platillos.

Posicionar la gastronomía típica manabita por medio de publicidad, congresos o jornadas gastronómicas, para que esto incentive a los turistas nacionales e internacionales a degustar nuestra comida y que la oferta en los hoteles de primera categoría aumente.

Crear establecimientos de primera categoría en lugares claves de la ciudad que oferten únicamente gastronomía típica de Manabí de la zona rural.

Brindar cursos o capacitaciones que permita que los chefs, estudiantes de cocina y demás personas aledañas al mundo gastronómico conozcan la forma ancestral de preparar la comida manabita.

Elaborar rutas gastronómicas por la provincia incluidas en los paquetes de hospedaje para que los turistas conozcan más sobre la cultura gastronómica de Manabí.

Por último, es recomendable que se distingan cuáles son los platillos típicos de cada cantón de la provincia para así poder elaborar la ruta gastronómica y que no quede ninguno sin ser conocido.

7. Bibliografía

(s.f.).

A, C., & Karim, A. (2014). *Consumer Attitudes and Perceptions towards Western Cuisine: A Strategic Investigation of the Italian Restaurant Industry in Malaysia.*

Acerenza, M. (2006). *Efectos económicos, socioculturales y ambientales del turismo.* Mexico: Trillas.

APEGA. (11 de 12 de 2017). *¡Por sexto año consecutivo! Perú es el mejor destino culinario del mundo.* Obtenido de APEGA: <http://www.apega.pe/noticias/prensa-y-difusion/por-sexto-ano-consecutivo-peru-es-el-mejor-destino-culinario-del-mundo.html#>

Bertomeu, P. F. (2016). *La entrevista.*

Blanco, C. F., & Herrera, C. F. (2011). *Turismo gastronómico: estrategias de marketing y experiencias de éxito.* España: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Boullon, R. (2002). *Clasificación de los recursos turísticos.* Mexico: Trillan.

Corchero, M. (2011). *LA EMPRESA TURISTICA: CONCEPTO, CLASES Y ORDENACION JURIDICO-ADMINISTRATIVA.*

Corredera, I. C. (2011). *Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento (mf0259_2).* Málaga: IC Editorial.

Curiel, J. d., Sánchez, V. E., & Antonovica, A. (2014). *Turismo gastronómico y enológico.* España: Dykinson .

- DestinosTurísticos, G. d. (2010). *cloudtourism*. Obtenido de <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041436/7-1%20Empresas%20Tur%C3%ADsticas>
- DeWalt, K. M., & DeWalt, B. R. (2002). *Participant observation: a guide for fieldworkers*.
- EFE. (17 de 09 de 2018). *Publica fm*. Obtenido de Publica fm: <https://www.publicafm.ec/noticias/actualidad/1/ecuador-turismo-gastronomia>
- El Comercio*. (06 de 2014). Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/comida-criolla-manabi-festival-gastronomico.html>
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). *The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England*.
- Fabbri, M. S. (2015). *www.fhumyar.unr.edu.ar*. Obtenido de Las técnicas de investigación: la observación.: <http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabri1.htm>
- Fernández, F. A. (2016). *100pre anuncios*. Obtenido de 100pre anuncios: <https://100preanuncios.com/ecuador-gastronomico-una-feria-para-promover-el-turismo-y-la-gastronomia-guayaquilena/>
- García, D. V., & Pardo, A. V. (2015). *Turismo y sitio web*. Obtenido de La comida típica dentro de la internacionalización de la oferta gastronómica en Bogotá:

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/4439-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18800-1-10-20160309.pdf

Hernández, M. A., García, S. C., Abejón, N. L., & Zazo, M. R. (s.f.). *www.uam.es*.
Obtenido de Métodos de investigación:
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación. Cuarta Edición*. Mexico.

Hoteltur. (11 de 08 de 2016). *Hoteltur*. Obtenido de Hoteltur:
https://www.hosteltur.com/lat/160100_argentina-disena-plan-turismo-gastronomico-ganar-mercado.html

Jacob, M., & Aguiló, E. (2008). La innovación en el sector turístico: El caso Belares. *Dialnet*, 14.

Karim, A., & Chen-Qing. (2010). *Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image*.

Lattuf, Z. L. (2010). *LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO*. Mexico.

López, E. P., & García, F. C. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. McGraw-Hill España.

- Mendoza, M. G. (2013). *Análisis del patrimonio gastronómico entre los Mazahuas de San Antonio Pueblo Nuevo, San José del rincón, México*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/412743.pdf
- Menezes, P., & Balduino, B. V. (2009). Qualidade e segurança alimentar nos restaurantes de Mananguape. *Selecao dos melhores trabalhos apresentados no segundo Forum Internaciona de Turismo Do Iguassu Polo iguassu Feiras &Eventos, Foz do Iguacu*, 59 - 78.
- Mesa, J. C. (2016). *Operaciones y gestión de empresas turísticas: teoría y práctica*. Almería : Universidad de Almería .
- MinTur. (2018 de Septiembre de 2018). *Ecuador cuenta con un Plan Nacional Gastronómico para promover el turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-cuenta-con-un-plan-nacional-gastronomico-para-promover-el-turismo-en-el-pais/>
- Mogollon, J. M., Di-Clemente, E., & Guzmán, T. L. (2014). El turismo gastronómico como experiencia cultural. *Dialnet*, 428.
- Montano, J. (2017). *www.lifeder.com/investigacion-no-experimental*. Obtenido de Investigación No Experimental: Diseños, Características, Tipos y Ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental>
- Morono, G. (s.f.). *Métodos y técnicas de la investigación científica*.
- Mouly, G. (1990). *Educational Reserch: the Artand Science of Investigation*. Allyn and Bacon. Boston.

- Muñoz, P. L., & Lambíes, J. M. (10 de 11 de 2017). *síntesis*. Obtenido de síntesis: <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771853.pdf>
- Navarro, F., & Schlüter, R. (2010). *El turismo en los pueblos rurales de Argentina. ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo?*
- OMT. (1994). *Compendio de Estadísticas del Turismo 1988-1992*. Madrid.
- Parra, P. (2017). *revista gestión*. Obtenido de La recuperacion de Manabí enfocada en el turismo solidario: https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/265_003.pdf
- Pérez, B. C. (05 de 2013). *Gobierno Provincial de Manabí*. Obtenido de Dirección de gestion ambiental: <http://www.manabi.gob.ec/images2010/2013/05/BORRADOR-ZONA-14.pdf>
- Posada, J. d. (2016). *Diseño y comercialización de ofertas de restauración. HOTR0309*. Mexico: IC Editorial .
- Powers, T., & Barrows, C. (2006). *Introduction to the Hospitality Industry*. Estados Unidos: Wiley.
- Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo (4 ed.)*. San José, Costa Rica.
- Ramírez, C. (2003). *La Modernización y Administración de Empresas Turísticas*. Mexico: Editorial Trillas. .
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption*. London.

- Rocco, M. A., & Andrew, N. V. (2004). *Hospitality Today an Introduction*. Michigan: Educational Institute.
- Rodriguez, D., & Valdeoriola, J. (2012). *Metodología de la investigación*. México.
- Rojas, R. D., & Millán, M. G. (17 de Agosto de 2017). *redalyc.org*. Obtenido de TURISMO GASTRONÓMICO La gastronomía tradicional de Córdoba (España): <http://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755394013/html/index.html>
- Rosa, A. d. (17 de 05 de 2018). Gastronomía mexicana atrae a más turistas extranjeros. *El economista*, pág. 1.
- Salgado, D. J. (2013). *LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA*. Ambato.
- Sánchez, L. d. (2015). *PROGRAMA PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN DE COMIDA TÍPICA EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PASTAZA*. Cuba: Universidad De La Habana.
- Sancho, A. (2008). *Introducción al turismo*.
- SECTUR. (2019). *Visit Mexico*. Obtenido de Visit Mexico: <https://www.visitmexico.com/es/>
- SEGITTUR. (15 de 02 de 2013). *SEGITTUR*. Obtenido de SEGITTUR: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>

- Segura, J. L. (02 de 12 de 2018). *Gestión*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tendencias/viajes/peru-lleva-tres-galardones-world-travel-awards-2018-251629>
- Soler, M., & R., J. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Solórzano, M. (2014). *Manabí y su comida milenaria*. Manta: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Torres, J. M., & Fuente, G. M. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Scielo*, 24.
- Torrucó, M., & Ramírez, M. (1987). *Servicios Turísticos: la oferta turística y sus principales componentes*. Mexico: Diana.
- Tres, S. (2013). *ceavirtual*. Obtenido de <http://www.ceavirtual.ceuniversidad.com/material/3/metod1/353.pdf>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local; la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Universidad Nacional de Mar de la plata.
- Vera, I. A. (2017). *Entorno turístico*. Obtenido de El turismo gastronómico en Manabí.: <https://www.entornoturistico.com/el-turismo-gastronomico-en-manabi-ecuador/>
- WTO. (1998). *National and regional tourism planning, methodologies and case studies*. Spain: World Tourism Organization.

Zambrano, J. B. (12 de 10 de 2018). El Universo. *Dos eventos gastronómicos prepara la provincia de Manabí para el 13 de octubre.*

Zauzich, I. (2017). La potencia del turismo gastronómico. *Motero de piedra.*

8. Anexos

8.1. Anexo 1. Cuestionario de encuesta trabajadores

1. ¿Qué tipo de gastronomía típica ofertan en el restaurante de este hotel?
 - Costa
 - Sierra
 - Oriente
 - Galápagos
 - Internacional
 - Comida Fusión
2. Del 1 al 5, (considerando que 1 es el puntaje más bajo y 5 el más alto) ¿Cuál de las siguientes opciones de gastronomía se ofertan más en el restaurante de este hotel?

	1	2	3	4	5
Costa					
Sierra					
Oriente					
Galápagos					
Internacional					
Comida Fusión					

3. ¿Con qué frecuencia los comensales piden gastronomía típica de Manabí?
 - Siempre
 - A veces
 - Nunca
4. ¿Cuál es la procedencia de los comensales que piden gastronomía típica de Manabí?
 - Costa
 - Sierra
 - Oriente
 - Galápagos
 - Internacional

5. Señale los posibles tipos de oferta de gastronomía típica de Manabí que se brindan en el restaurante de este hotel.

Tongas	Palizadas	Morcillas
Torta de plátano	Caldo de Gallina	Hornado de chancho
Humitas	Corviches	Empanadas
Viche	Sancocho	Tigrillo

6. ¿Con que frecuencia se oferta la gastronomía típica de Manabí en el restaurante de este hotel?
- 1 día a la semana
 - 2 días a la semana
 - 3 días a la semana
 - 4 días a la semana
 - Sólo fines de semana
 - Todos los días
 - 1 vez al mes
7. ¿En qué rango de precio se ajusta la oferta gastronómica típica de Manabí en el restaurante de este hotel?
- Menos de \$5
 - De \$6 a \$10
 - De \$11 a \$15
 - De \$15 a \$20
 - Más de \$21
8. ¿Cuántas personas al día consumen gastronomía típica de Manabí?
- Ninguna
 - 1 a 5 personas
 - 6 a 10 personas
 - 10 a 15 personas
9. Del 1 al 5, (considerando que 1 es el puntaje más bajo y 5 el más alto) en qué nivel usted coloca a la gastronomía típica de Manabí.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

8.2. Anexo 2. Cuestionario de encuestas clientes

1. ¿Con que frecuencia visita usted los hoteles de la ciudad de Manta?
 - Fines de semanas
 - Feriados
 - Cada mes
 - Cada semana
2. Cuando visita la ciudad de Manta, ¿En cuál de los siguientes hoteles se hospeda usted?
 - Oro verde
 - Poseidón
 - Sail plaza
 - Cabañas balandra
 - Mar azul
3. A la hora de decidir dónde comer, ¿Dónde lo hace usted?:
 - Restaurante del hotel
 - Otros restaurantes
4. ¿Al momento de elegir su comida en el restaurante del hotel, que elementos influyen?
 - Que sea conocida por usted
 - Que nunca haya probado
 - Típica del lugar
5. ¿Conoce usted los tipos de comida típica que existen en Manabí?
 - Si
 - No

Si tu respuesta fue sí, nombre algunas: _____

6. Al llegar a los hoteles de la ciudad de Manta, ¿qué es lo primero que usted desea degustar?
 - Pescados y Mariscos
 - Gastronomía típica de Manabí
 - Gastronomía Internacional

- Comida Fusión

7. De los hoteles antes mencionados, que cuentan con restaurantes, ¿conoce usted cuales ofertan gastronomía típica de Manabí?

- Si
- No

Si tu respuesta fue sí, nombre algunas: _____

8. ¿Cree usted que la comida típica de Manabí debería de implementarse en los hoteles de primera categoría de Manta?

-Si

-No

-Por qué? _____

9.Cuál de las siguientes opciones de comida típica de Manabí le gustaría encontrar en el menú del Restaurante.

- Tongas (Plato hecho a base de arroz, pollo y salsa de maní servido en hoja de plátano)
- Palizadas (Plato hecho a base de las menudencias del pollo)
- Morcillas (embutido hecho a base de sangre de cerdo, arroz y otras especias)
- Torta de plátano
- Caldo de Gallina
- Hornado de chancho
- Humitas
- Corviche
- Empanadas
- Viche
- Sancocho
- Tigrillo

10. De los siguientes precios, ¿cuál estaría usted dispuesto a pagar por un plato típico de Manabí?

- Menos de \$5

- De \$6 a \$10
- De \$11 a \$15
- De \$15 a \$20
- Más de \$21

8.3. Anexo 3. Cuestionario de entrevista

1. ¿Cuál es el perfil de los clientes que visitan este restaurante?
2. ¿En base a qué factores elaboraron el menú de este restaurante?
3. ¿Cuál es el tipo de comida que más ofertan en este restaurante?
4. ¿Cuáles son las opciones de gastronomía típica ecuatoriana que son mayormente ofertadas en este restaurante y por qué?
5. ¿Cuáles son las opciones de gastronomía típica manabita que son mayormente ofertadas en este restaurante y por qué?
6. ¿Cada que tiempo es ofertada la gastronomía típica manabita y porque
7. ¿Cree usted que la comida típica ecuatoriana y manabita tiene buena aceptación por los clientes nacionales y extranjeros?
8. ¿Que recomendaciones o propuestas daría usted para fortalecer la oferta de la comida típica manabita en los restaurantes de los hoteles de primera categoría de la ciudad de manta.