



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO
TRABAJO DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
FASE DE DISEÑO

TEMA:

**“ESTUDIO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN MANTA, NUEVAS
TENDENCIAS ALIMENTICIAS, AÑO 2022”**

AUTORAS:

GENESIS MILENA CASTILLO CHIMBO

VALERIA DEYALITH PILLIGUA CHÓEZ

TUTOR:

A.S. CARLOS PIGUAVE MERO, MG

MANTA, ABRIL 2023

Certificación del Tutor

En calidad de docente tutor de la Facultad de Educación, Turismo, Arte y Humanidades de Manta de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de las estudiantes Castillo Chimbo Génesis Milena y Pilligua Chóez Valeria Deyalith, legalmente matriculada en la carrera de Turismo, período académico 2022 (2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es “Estudio gastronómico en el cantón Manta, nuevas tendencias alimenticias, año 2022”.

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, 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, enero 2023

Lo certifico

A.S. Carlos Rolando Piguave Mero, Mg.

Docente Tutor

Área: Turismo

Aprobación del Tribunal

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**ESTUDIO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN MANTA, NUEVAS TENDENCIAS ALIMENTICIAS, AÑO 2022**”, ha sido realizado y concluido por las señoritas Castillo Chimbo Génesis Milena y Pilligua Chóez Valeria Deyalith; 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:

Lcda. Rosario Álava Zambrano, Mg
**PRESIDENTE
DEL TRIBUNAL**

Ing. Lizandro Molina
**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Diego Guzmán
**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

A.S. Carlos Piguave Mero, Mg.
**DOCENTE TUTOR DE
TITULACIÓN**

Castillo Chimbo Génesis Milena
Estudiante

Pilligua Chóez Valeria Deyalith
Estudiante

Autoría

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo en la Universidad Laica Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a las autoras; en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.

Génesis Milena Castillo Chimbo

135177951-5

Valeria Deyalith Pilligua Chóez

131485929-7

Agradecimiento

Agradecemos principalmente a nuestros padres, familiares y amigos por el apoyo que nos han brindado en esta importante etapa de nuestras vidas, a nuestros mentores por habernos impartido sus valiosos conocimientos y haber dejado sus huellas en nuestras memorias.

En segundo lugar, queremos expresar el más grande y sincero agradecimiento al Mg. Carlos Piguave Mero, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su guía, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo. Finalmente, Agradecemos a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí que nos brindó la oportunidad de probarnos a nosotras mismas que somos capaces de alcanzar las metas planteadas y más allá de todo lo que nos propongamos.

Ante lo dicho, mis más sinceras gratitudes.

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a nuestros padres por habernos forjado como la persona que somos hoy en día, por haber sido el pilar fundamental y nuestro apoyo a lo largo de toda la carrera universitaria, por haber sido guías en nuestras vidas y enseñado a ser cada día un mejor ser humano.

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo general explicar las nuevas tendencias alimenticias para desarrollar el turismo gastronómico en Manta. El enfoque metodológico es cualitativo y cuantitativo apoyándose en el método análisis de contenido, comparativo, exploratorio secuencial. En cuanto a las técnicas, se aplican entrevistas a dos expertos en el ámbito turístico gastronómico y encuestas a 98 personas habitantes del cantón Manta, conjunto con una serie de parámetros establecidos en el proyecto. En términos generales, se concluye que entre los principales factores que existen para que un plato sea considerado tendencia, se destacan: los super alimentos, snacks y productos saludables, así como existen otros factores que son aquellos que llevan productos frescos, dan un plus y mantienen su origen en el proceso de la innovación, además de otros factores como cuidados en la salud nutricional y/o seguir movimientos en tendencia.

Palabras clave: Tendencias gastronómicas, gastronomía ancestral, turismo, innovación.

Abstract

This research has the general objective of explaining the new food trends to develop gastronomic tourism in Manta. The methodological approach is qualitative and quantitative, relying on the content analysis, comparative, exploratory sequential method. Regarding the techniques, interviews are applied to two experts in the gastronomic tourism field and surveys to 98 people living in the Manta canton, together with a series of parameters established in the project. In general terms, it is concluded that among the main factors that exist for a dish to be considered a trend, the following stand out: superfoods, snacks and healthy products, as well as other factors that include fresh products, give a plus and maintain their origin in the innovation process, in addition to other factors such as nutritional health care and/or following trends.

Keywords: Gastronomic trends, ancestral gastronomy, tourism, innovation.

ÍNDICE

Certificación del Tutor.....	ii
Aprobación del Tribunal.....	iii
Autoría.....	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	8
INTRODUCCIÓN.....	3
Objeto y campo de estudio.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo General	8
Objetivos específicos.....	8
CAPITULO I MARCO TEÓRICO	9
Gastronomía.....	9
Tipos de gastronomía.....	10
Gastronomía cultural.....	11
Tendencias alimenticias.....	12
Desarrollo turístico	13
CAPITULO II DISEÑO METODOLÓGICO.....	16
1.1 Enfoque metodológico.....	16
1.2 Métodos y técnicas de investigación:	16
CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	45
ANEXOS.....	49

Índice de figura

Figura 1 Diagrama Ishikawa.....	7
---------------------------------	---

Índice de gráfico

Gráfico 1 Hilo Conductor	9
--------------------------------	---

Índice de tabla

Tabla 1 Métodos de investigación	17
Tabla 2. Muestreo	20
Tabla 3 Indicadores de comida considerada tendencia por distintos autores.....	23
Tabla 4 Tendencias alimentarias en el ámbito turístico	24
Tabla 5 Tendencia gastronómica.....	25
Tabla 6. Desarrollo de turismo	26
Tabla 7. Restaurantes conocidos	27
Tabla 8. Características indispensables	28
Tabla 9. Medios	29
Tabla 10. Guía gastronómica.....	30
Tabla 11. Cocina fusión.....	31
Tabla 12. Restaurantes de cocina fusión	32
Tabla 13. Implementación de nuevas tendencias	33
Tabla 14. Consumo de gastronomía tradicional local	35
Tabla 15.Promoción turística.....	36
Tabla 16.Impulsar tendencia y atención del público	37
Tabla 17. Creación de estrategias	38
Tabla 18. Propuestas.....	39
Tabla 19. Implementación de propuestas gastronómicas	40

TEMA:

“ESTUDIO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN MANTA, NUEVAS
TENDENCIAS ALIMENTICIAS, AÑO 2022”

AUTORAS:

GENESIS MILENA CASTILLO CHIMBO

VALERIA DEYALITH PILLIGUA CHÓEZ

INTRODUCCIÓN

La gastronomía según Torres, Romero y Viteri (2017), es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos, así como ha llamado la atención por parte de la comunicación social. De esta manera se puede interpretar que el turismo es amplio y está dividido en diversos segmentos de acuerdo con las expectativas, deseos y motivaciones que el turista desea desarrollar.

En este sentido, Di Clemente, Hernández y López (2014) afirman que en el aspecto mundial y nacional cuando se habla de gastronomía, de hecho, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma. El mundo académico y empresarial están reconociendo las fuertes sinergias que existen entre el turismo y la gastronomía. Asimismo, las administraciones públicas y las organizaciones privadas también están activando numerosas iniciativas encaminadas a potenciar y promover los recursos gastronómicos y culinarios locales en una perspectiva turística.

Por otro lado, Alcívar (2018) menciona que en la actualidad, Manabí está potencializando la práctica de este tipo de turismo, a través de la difusión y organización de festivales gastronómicos, que en algunos casos han traspasado las fronteras manabitas y se conocen a nivel país, es el caso del Festival Gastronómico y Artesanal del Coco, desarrollado en Cojimíes en abril de cada año, o el Festival del Chame en Chone y Tosagua. Por su parte, cantones como Portoviejo y Pedernales han venido trabajando arduamente en la organización de varios eventos de este tipo, así, entre ambos cantones

se suman alrededor de 20 festivales, cuya principal motivación para los turistas es degustarse con la gastronomía de nuestra provincia. Por otro lado, es evidente que, así como crece el turismo, crece la necesidad de nuevos espacios y de más personas para brindar los servicios gastronómicos.

Así mismo, Regalado (2019) alega que las riquezas gastronómicas del cantón Manta resultan de las ventajas comparativas que posee en relación con su ubicación geográfica, siendo los mariscos las bases para muchos de los platos típicos representativos de este sector.

En ese mismo contexto, Regalado (2019) afirma que:

“quienes visitan 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, empanadas de verde, muchines, bolones de verde con queso, maní o chicharrón, patacones, chifles; viche de pescado o mariscos, caldo y seco de gallina criolla, caldo de vegetales con queso criollo, caldo de albóndigas, la deliciosa tonga, variedad de ceviches, el arroz exquisitamente elaborado y combinado con mariscos o frejoles del año, longaniza, o el arroz blanco acompañado con los sangos de maní, yuca, zapallo, verde con pescado, mariscos, carne o queso y desde luego no falta el ají que los hay de todos las intensidades, desde lo más suaves hasta aquellos que te hacen llorar, como el ají ratón”. (Regalado, 2019, p.112).

Para terminar, Perisé y Serrano (2020) certifica que actualmente existe una nebulosa de alimentos a los que se les añade, se les quita, se les sustituye, se les concentra o se les aumenta la biodisponibilidad de algunos componentes con el objetivo de diseñar un alimento funcional. También han aparecido los mal llamados "superalimentas", una mala interpretación de su funcionalidad, pero su éxito no hace más que subrayar el paso adelante de la sociedad respecto a la comprensión de la relación entre la causa y el efecto,

la ingestión de un alimento y su efecto sobre la salud. Más aún, muestran la desconexión entre el alimento funcional (o supuestamente funcional) y su componente organoléptico sociocultural, y se aceptan algas (como la espirulina) o frutas andinas en polvo (como la maca), ajenas a una dieta mediterránea estándar. De manera que en un mundo donde la alimentación será personalizada y centrada en la funcionalidad, quizá existirán los restaurantes de comida funcional personalizada en los que el trabajo del cocinero será transformar la comida y los ingredientes funcionales en algo familiar.

Planteamiento del problema

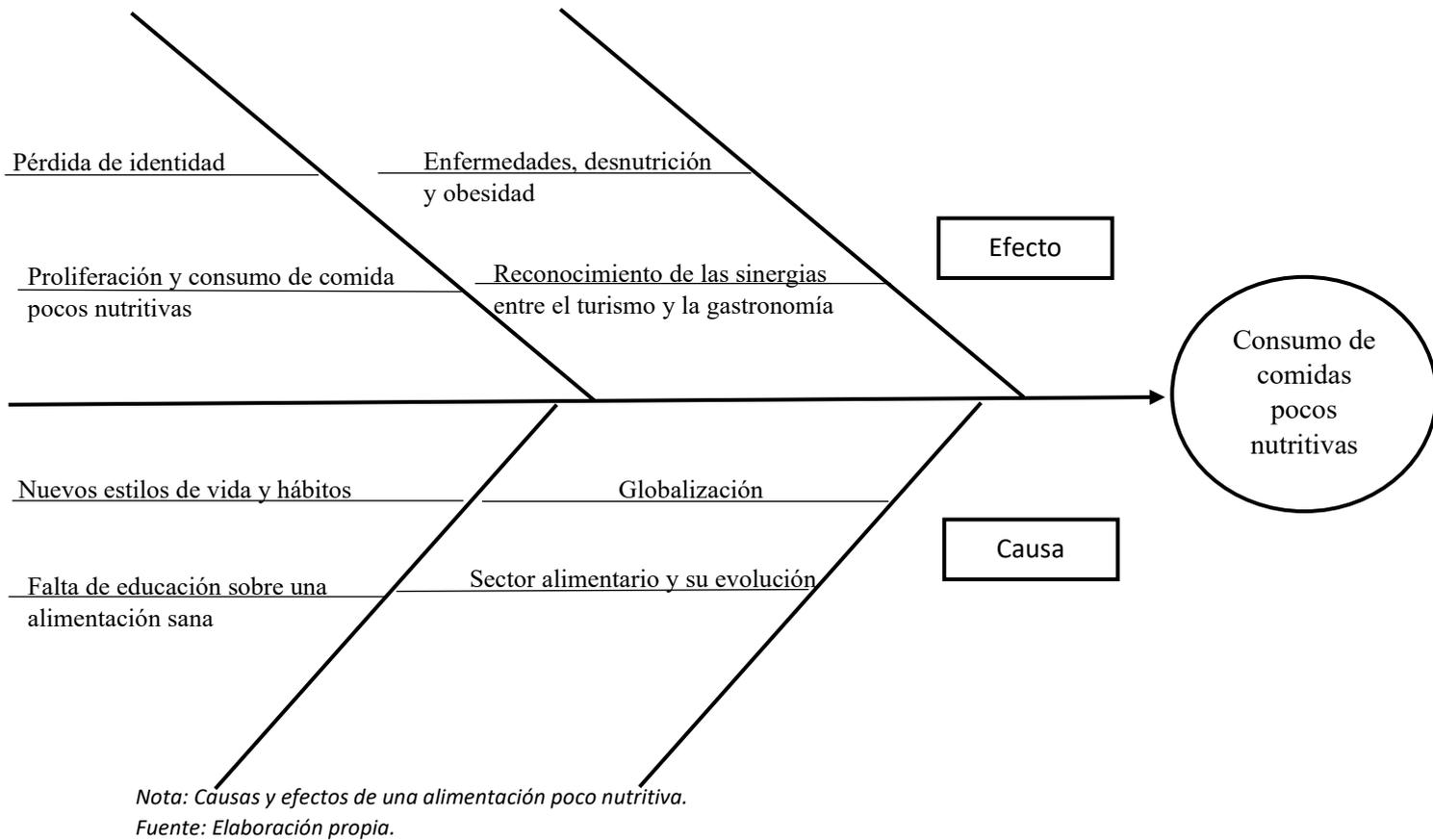
Para Doris, Leyva y Pérez (2015), la alimentación es un elemento de identidad cultural que distingue a un lugar o un país la cual se puede ser alterada por la intervención con otros grupos socioculturales. Los nuevos estilos de vida y hábitos alimentarios, los fenómenos migratorios, la variante cambió de los precios en los alimentos, la falta de políticas públicas que regulen la entrada de nuevos alimentos en el mercado y la creciente introducción de alimentos chatarra y comidas rápidas, entre otros, han sido algunos de los principales factores que han propiciado la pérdida de identidad cultural y étnica de la cultura alimentaria. En general, las raíces culturales de un grupo social es su ADN, que nos constituye e identifica como humanos, el cual, ha sido alterado por la globalización que ha generado mutaciones (enfermedades, desnutrición, obesidad) en los últimos años.

Así mismo, siguiendo al mismo autor anterior, si se realizara un inventario en los pequeños comercios, la tercera parte de los productos alimenticios están representados por productos chatarra y solo un tercio corresponde a verduras, frutas y hierbas frescas. Es decir, que el mercado global ha venido a desplazar los productos locales y con ello, los hábitos alimenticios en muchas comunidades rurales han cambiado originándose un desequilibrio entre lo que se ingiere y las calorías que se consumen. Hoy día, podemos encontrar en los mercados locales y los supermercados una gama de productos alimenticios, variados no sólo en cantidad, sino también en marcas, envasados, procedencia, formas y tamaños.

En este mismo contexto, actualmente existe una pérdida de cultura alimentaria y una baja educación sobre una alimentación nutritiva y más natural, lo que ha resultado en la proliferación y consumo de comidas poco nutritivas "comida chatarra".

A continuación, se ha generado un diagrama de Ishikawa para ilustrar el problema identificado con sus causas y efectos.

Figura 1
Diagrama Ishikawa.



Formulación del problema a través de una interrogante ¿Cuáles son las nuevas tendencias alimenticias para desarrollar el turismo gastronómico en Manta?

Objeto y campo de estudio

El objeto de estudio es la gastronomía y las tendencias alimentarias y el campo de acción es el cantón Manta, es decir, el área donde se va a realizar la investigación.

Objetivos

Objetivo General

Explicar las nuevas tendencias alimenticias para desarrollar el turismo gastronómico en Manta.

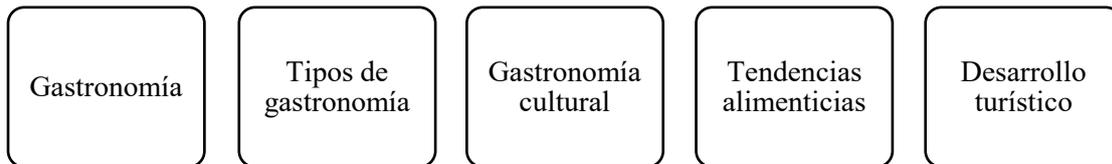
Objetivos específicos

- Identificar los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia.
- Determinar las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito turístico gastronómico a nivel mundial.
- Mostrar las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad.
- Generar propuestas para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

Dentro de este apartado se van a encontrar las principales definiciones de las variables que forman parte de esta investigación, y para que exista una mejor comprensión de éste, se ha procedido a generar el siguiente hilo conductor:

*Gráfico 1
Hilo Conductor*



Nota: Variables del estudio.

Gastronomía

Según Montecinos (2016), la gastronomía es considerada como el conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimentario de la humanidad.

En este mismo contexto, de acuerdo con Hernández, Tamayo, Castro y Muñoz (2016) puede afirmarse, desde el punto de vista disciplinario, que el objeto de estudio de la gastronomía es la relación que el hombre establece con los alimentos y por ello su investigación ha producido múltiples conocimientos especializados a partir de diversos campos y perspectivas: desde la medicina o la salud (alimentarse para vivir y nutrirse), de la historia (para conocer cómo han evolucionado las formas de alimentarse y de obtener la comida desde la prehistoria hasta nuestros días), o bien desde la antropología (cuyo interés radica en los símbolos y significados culturales de los alimentos), así como desde la perspectiva económica (producción y abastecimiento de materias primas que constituyen el sustento de campesinos, granjeros, pescadores, cazadores, distribuidores, proveedores, entre otros).

Así mismo, según Mejía, Mejía y Bravo (2014), la gastronomía es una disciplina con una amplia historia, es una ciencia que día a día se va renovando y va descubriendo nuevas formas de transformación de los alimentos gracias a la experimentación e ingenio de los cocineros, así mismo también es un arte, pues genera una experiencia estética y expresa un significado, la gastronomía cumple la función más noble: la de alimentar a la humanidad.

Fundamentado en lo anterior, las investigadoras asumen a la gastronomía como un arte y una ciencia que fomenta todas las formas de creatividad e innovación, además descubre nuevas técnicas para transformar platos y experiencias sensoriales de la cultura culinaria tradicional.

Tipos de gastronomía

De acuerdo con Varela (2018), existe diferentes tipos de gastronomía:

- **Gastronomía vegetariana:** los platos preparados se guían por las normas de este tipo de alimentación que descarta el consumo de carne.
- **Gastronomía vegana:** en este caso las recetas carecerán de cualquier alimento o producto que proceda de algún animal.
- **Gastronomía macrobiótica:** los principios macrobióticos guían las recetas y las formas de cocinar en esta gastronomía
- **Gastronomía naturista:** cada receta y cada método está influenciado por la filosofía naturista.
- **Gastronomía paleo:** si la elección ha sido la dieta paleo, esta se verá reflejada a la hora de cocinar.
- **Gastronomía de Navidad:** durante el periodo Navideño nuestra forma de comer cambia, adaptándonos a las tradiciones de estos días señalados y creando menús navideños para la ocasión.

- **Gastronomía de Semana Santa:** lo mismo sucede durante la cuaresma y la Semana Santa, donde podemos llegar a no comer carne durante determinados días.
- **Gastronomía medieval:** hay una serie de costumbres gastronómicas que se remontan a la Edad Media y que vuelven a hacer acto de presencia en las festividades relacionadas con el medievo.

De acuerdo con lo que menciona el autor, la gastronomía cuenta con diferentes tipos, los cuales hoy en día son muy conocidos, estas categorías están relacionados con los hábitos alimenticios y favoritismo por ciertos alimentos.

Gastronomía cultural

La cultura gastronómica es la conexión entre la tradición y el deleite de la cocina, ya que las prácticas alimenticias son un fenómeno cultural de hoy en día, las tradiciones arraigadas de los pueblos son la mejor armar para ofertar al turista una buena gastronomía. (Triviño, Arandia, Robles, Rivera 2019)

Para Fusté (2016), al hablar de la gastronomía como un símbolo territorial, tanto muestra de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos con arraigo a un determinado lugar. La gastronomía típica que se asocia a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades, un trazo de su identidad que se refleja a través del cultivo, los productos y platos típicos, o las formas de servir y consumir, que son tan nuestras, pero a la vez tan diferentes en contextos culturales extraños simplemente por no ser propias o no estar habituadas a ellos. Comer descalzo o sin cubiertos son hechos tan habituales en determinadas culturas como rarezas en otras. En cualquier caso, la cocina y todo aquello que la rodea, la cultura en sí misma, es parte y todo en el desarrollo de las comunidades y la vida en sociedad en cualquier parte del mundo.

En este mismo sentido, las investigadoras consideran que la gastronomía cultura es lo que ha dado pie para la creación y/o innovación de nuevas formas de alimentarse, evolucionando la cultura y sus costumbres y así mismo creando tendencias gastronómicas que se vuelven turísticas.

Tendencias alimenticias

A consideración de Mejía, Mejía y Bravo (2014), las tendencias alimenticias son ideas aplicadas a la vida cotidiana por gusto o atracción hacia un objeto, un modo de comportamiento y gastronómicamente hablando la forma de preparar y comer los alimentos; es un cambio o evolución adaptado a la vida de la sociedad, con gustos individuales que se conjuntan para hacer preferencias colectivas. En este mismo sentido, a saber, que cuando una tendencia se da en grupos poli sociales, tendrá suficiente espacio para crecer. Únicamente cuando un número suficiente de ejecutores de tendencia en cada grupo puede adherirse a dicha tendencia, esta tendrá la atención necesaria de los seguidores de las mismas

Así mismo, Mejía et al., (2014), explica que se debe de comprender que las tendencias tienen un declive y que los conceptos gastronómicos tienen fecha de caducidad, ya no se piensa en crear platillos que gusten a largo plazo, los cocineros que crean y siguen tendencias pueden ahorrarse esfuerzos y limitarse a buscar en los platillos inéditos el impacto máximo para gustar a sus comensales, pues al final de la moda se volverá obsoleto ante la entrada de las nuevas tendencias.

Ahora bien, según López (2020), la pandemia ha influido en las tendencias alimentarias y lo seguirá haciendo en los próximos años. En estos tiempos de crisis, se ha producido un cambio considerable en nuestro estilo de vida, así como en nuestros hábitos de consumo. También estamos evolucionando hacia la autosuficiencia y la

independencia, más orientados a la familia. A medida que los consumidores se van adaptando a la nueva situación, buscan pequeñas formas de mejorar su día a día. Filete con médula ósea, café con sirope de calabaza y crema batida, patatas fritas con trufa. Incluso durante las recesiones económicas, los consumidores se dan caprichos con pequeños artículos de lujo. López (2020)

Por otra parte, los consumidores y las empresas se están volviendo ahorradores por razones ambientales y por necesidades económicas. La cultura de usar y tirar tiene cada vez más detractores frente a la de reducir y reutilizar. En hostelería, esto se traduce en el aprovechamiento de excedentes para crear nuevos productos. Los consumidores están cocinando más y redescubriendo sus propias despensas, dando una nueva vida a las sobras de anoche para el desayuno y cultivando sus propios productos. López (2020)

Fundamentado en lo anterior, las investigadoras consideran que es bastante sabido que las tendencias alimentarias y gastronómicas se fusionan entre sí para la creación de nuevos hábitos que se llevan a cabo, de este modo a medida que el tiempo avanza, con ello la cultura, la economía y los conceptos de estilos de vida también. La gastronomía siempre va a tener la forma de sobresalir en cualquier tipo de medio por el que nos encontremos en la sociedad.

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico es una forma para mejorar la gestión de los recursos y satisfacer la necesidad económica, social y estética, respetando la integridad cultural, así como el proceso ecológico vital, la diversidad biológica y los sistemas básicos de la vida. (Pereyra, Palomino, Gárate 2021)

Los principios que debe sostener el desarrollo turístico es el equilibrio entre lo ambiental, económico y sociocultural garantizando la sostenibilidad a largo plazo; y

tener sostenibilidad es tratar los recursos ambientales en forma óptima, respetando lo sociocultural de las comunidades, preservando el patrimonio cultural incluido lo arquitectónico y los valores tradicionales, contribuyendo con la tolerancia de interculturalidad, asegurando a largo plazo actividades económicas viables, que contribuyan a la reducción de la pobreza. (OMT, 2004). (Pereyra, Palomino, Gárate 2021)

En este sentido se engloba el turismo gastronómico como gran aporte para este debido a que la gastronomía siempre ha formado parte del turismo, pero su relación en las últimas décadas ha cambiado significativamente. (Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019)

En este mismo contexto, se puede ver que en las últimas décadas, el turismo gastronómico ha evolucionado superando el marco de la mesa incorporando a la oferta todos los sectores de la cadena alimentaria y turística de un destino – productores (agricultura, pescadería, etc.), empresas transformadoras (queserías, almazaras, conserveras, bodegas, etc.), el sector turístico y hostelero (restaurantes, alojamientos especializados, empresas de actividades gastronómicas, etc.), el sector de la distribución, el sector comercial (venta de productos) e incluso el sector del conocimiento. (Organización Mundial del Turismo (OMT) 2019)

Por lo tanto, hoy en día existe un amplio consenso en la capacidad que ostenta el turismo gastronómico para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los destinos y una inmensa oportunidad de desarrollar esa contribución en áreas como el desarrollo rural, el crecimiento económico, la creación de empleo o el consumo y la producción responsable. (Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019)

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, las investigadoras argumentan que el desarrollo turístico se encuentra ligado estrechamente con la gastronomía, este sector tiene un impacto muy importante dado que constantemente está cambiando creando nuevas tendencias y nuevos intereses en el turista consumidor.

CAPITULO II DISEÑO METODOLÓGICO

En este apartado se presentarán los enfoques, métodos, técnicas e instrumentos que de acuerdo con los criterios de las investigadoras se relacionan con esta investigación y que por tanto se aplicarán en la misma para poder dar respuesta a los objetivos propuestos.

1.1 Enfoque metodológico

El enfoque de investigación decantado es el mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, ya que persiguen un mismo objetivo: buscar patrones en los datos que recopilan para establecer relaciones entre elementos. En ambos métodos se requiere de intencionalidad y de sistematizar la información, el uso de instrumentos en los cuantitativos son los que guían la investigación y en los cualitativos son los procesos los que guían. (Cadena at al., 2017).

En base a lo anterior las investigadoras consideran que, con el método mixto se pretende medir el criterio de los expertos y a su vez conocer el criterio de un grupo más grande, con lo cual al final se procurará contrastar estos criterios y dar una respuesta a la dificultad de la investigación.

1.2 Métodos y técnicas de investigación:

Para una mejor orientación del proceso metodológico a seguir, las investigadoras han generado la siguiente tabla en donde se identifican cada uno de los pasos a seguir, con sus respectivos métodos, técnicas y los resultados que se esperan en cada etapa:

Tabla 1
Métodos de investigación

Pasos (Objetivos de la investigación)	Métodos	Técnicas	Resultados
Revisión y análisis de la literatura actual sobre los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia.	Análisis de contenido	Revisión bibliográfica	La determinación los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia.
Revisar la literatura actual existente sobre las principales tendencias gastronómicas a nivel mundial	Comparativo Análisis de contenido	Revisión bibliográfica	La identificación de las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito turístico gastronómico a nivel mundial
Recolectar datos de los comensales y dueños de los restaurantes para obtener resultados sobre las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad.	Exploratorio secuencial	Encuesta y entrevista Bola de nieve	Las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad.
Generar propuestas para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local.	Exploratorio secuencial	Encuesta y entrevista Bola de nieve	Propuestas que puedan convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local.

Nota: Representación de los métodos a utilizar. Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, las investigadoras detallan a continuación cada uno de los pasos a seguir, enfatizando los métodos y técnicas seleccionados. En este sentido, lo primero que se realizará es un análisis de contenido, ya que:

“el análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva,

replicable, y valida. En ese sentido es semejante es su problemática y metodología, salvo algunas características específicas, al de cualquier otra técnica de recolección de datos de investigación social, observación, experimento, encuestas, entrevistas, etc. No obstante, lo característico del análisis de contenido y que le distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos” (Abela, 2018).

En base a lo antes mencionado, como técnica se empleará la revisión bibliográfica, ya que la labor de redactar una revisión supone hacer una investigación documental, solidificar un contenido considerable de información proveniente de diferentes fuentes y en motivos contrarios establecer relaciones intertextuales, comparar las diferentes posturas frente a un problema y, por último, redactar un escrito congruente que resuman los resultados y las conclusiones, y que debe pasar por varias revisiones y correcciones, antes de llegar a su versión definitiva. Peña (2010).

En este sentido las autoras, se sumergirán en la revisión y de la literatura actual existente sobre los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia que se puedan analizar mediante el método y la técnica mencionadas anteriormente, para en base a la información recopilada, obtener como resultado la identificación de las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito turístico gastronómico a nivel mundial.

Como segundo paso de investigación para obtener como resultado la identificación de los principales indicadores que determinan las principales tendencias gastronómicas a nivel mundial. Se pondrá en práctica el método de análisis de contenido y observación, cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (Fabbri, 2018).

Para este punto será necesaria la revisión y análisis de la literatura actual sobre los principales indicadores que determinan las principales tendencias gastronómicas a nivel mundial mediante el método y técnica que pudimos definir en el texto anterior, método mismo que nos ayudará dar con el resultado de la determinación los principales indicadores que determinan las principales tendencias gastronómicas a nivel mundial.

Y de la mano de todo lo antes mencionado, como antepenúltimo paso de esta investigación se tendrá en consideración el método del diseño exploratorio secuencial, mismo que se estará utilizando junto con encuestas y entrevistas para el paso final que será el objetivo cuatro y que nos dará como resultado, importantes propuestas que puedan convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local. Ahora bien, Este método para el objetivo tres nos ayudará a la definición marcada, ya que el diseño secuencial exploratorio es un arreglo en el cual se despliega en primer lugar el método cualitativo y posteriormente el método cuantitativo. Los hallazgos cualitativos generan la base para el uso de la fase cuantitativa. La notación de este diseño es cualitativo, cuantitativo. El método principal es el cualitativo. (Arévalo, Cruz, Palacios y Bonilla. 2020).

Para esto, el uso de las entrevistas remite a una relación directa con otra persona, es decir, que al hacer uso de esta técnica se efectuará un sistema de comunicación mediante el cual el entrevistador obtiene información de un entrevistado como lo afirman (Raúl López y Jean Pierre, 2011). A este sentido se ha establecido reunir la información correspondiente haciendo uso de los diferentes canales de comunicación existentes, mediante el uso de la técnica de la bola de nieve en el cual se hace una selección de audiencia y posterior se formulan 7 preguntas abiertas, mismas que fueron revisadas y a probadas por el tutor de esta tesis.

La técnica de la bola nieve según (Bastis, sep 2021) consiste en la identificación de sujetos potenciales, (expertos según el tema de investigación); el empleo de esta técnica se la hace en forma de cadena, es decir; una vez realizado el acercamiento con el primer experto, el entrevistador le pide ayuda al antes mencionado que le ayude a identificar a otras personas que tengan un rango de interés similar al primer experto.

La selección de esta audiencia se la llevó a cabo bajo la colaboración del tutor de esta tesis, facilitando el contacto con el posible primer experto, siendo este perteneciente a la carrera de gastronomía o experto en gastronomía, gracias a la ayuda de los primeros participantes se logró conseguir un total de 2 expertos para la sesión.

El tipo de muestra a utilizar en esta sesión es un tipo de muestreo intencional, este procedimiento consiste en que el investigador selecciona la muestra a ser desarrollada (Scharager, s.f.) por lo tanto, su representatividad depende de la intención y opinión del entrevistado, por lo tanto, la población a la que se dirigió fue específica debido a que fue direccionado netamente a expertos que conocían sobre el tema de nuevas tendencias gastronómicas, obteniendo como resultado de muestreo la siguiente tabla:

Tabla 2. Muestreo

Entrevistados	Área de profesionalización	Rango de Edad	Área de experiencia	Tiempo de experiencia	Cargo
Participante (1) (P1)	Licenciado en Administración Turística y Hotelera	57	Gastronomía Nacional	14 años	Chef/Docente Universitario
			Gastronomía Internacional	14 años	
Participante (2) (P2)	Administración, alimentos, Che.	45	Administración, Gastronomía	17 años	Docente

Nota: Representación de resultado de muestreo. Fuente: Elaboración propia.

Continuando con el proceso para la obtención de resultados, también fue necesario la utilización de la técnica de la encuesta misma que

está proporcionada por un banco de 8 preguntas cerradas y abiertas colocadas en un documento que previamente fue enviado vía email y validadas por dos expertas del área, según (Peterson, 2000) dicha encuesta evaluativa es la más utilizada debido a que de esta forma se evaluará la efectividad de aceptación sobre las nuevas tendencias gastronómicas que se puedan implementar en el Cantón Manta. Además, como parte de este diseño metodológico es importante considerar la utilización de una muestra, misma que sirve para determinar la cantidad de encuestados que se requiere en la presente investigación.

El tipo de muestreo a utilizar es finito, se lo considera de esta manera cuando se conoce la cantidad exacta de habitantes dicho por Ramírez, citado por Barranco (Villami, 2012); según el INEC (Instituto nacional de estadísticas y censos) la ciudad de Manta está conformada con un total de 226.477,00 habitantes; mismos que para conocer el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente formula:

En donde:

n = Tamaño de la muestra =?

N = Población = 226.477,00 habitantes

Z = nivel de confianza = 1,645

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada = 98%

q = probabilidad de fracaso = 2%

e = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 12%

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

$$n = \frac{226.477 * (1,645)^2 * 98\% * 2\%}{(2\%)^2 * (226.477 - 1) + (1,645)^2 * 98\% * 2\%}$$

$$n = \frac{12.011,91}{123}$$

n = 98 Habitantes

Las encuestas fueron realizadas a clientes y visitantes del Cantón Manta, mismas que fueron enviadas por medio de mensajes de difusión vía whatsapp, Facebook e Instragram que mediante un link los dirigía a la plataforma de google forms dónde se encontrarían las preguntas a resolver para luego plasmar el análisis de los resultados obtenidos en el siguiente capítulo de la investigación.

CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se podrán observar los resultados y análisis recopilados de las entrevistas y encuestas realizadas a los habitantes de Manta y sus turistas respectivamente. Junto con recolección de datos informativos y su interpretación, se llevará a cabo cuales son las nuevas tendencias alimenticias en el cantón Manta en el año 2022 dentro del sector turístico gastronómico y cultural.

Para responder al objetivo 1, que indica: “Identificar los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia”, se ha generado la siguiente tabla de resultados a partir de la revisión bibliográfica de diferentes autores:

Tabla 3 Indicadores de comida considerada tendencia por distintos autores.

Fuente: elaboración propia

#	Autor	Indicadores
1	López María Teresa-Gentile Natacha (2008) Dixis Figueroa Pedraza (2005)	<ul style="list-style-type: none">• Inclinación por los vegetales• Nutrición a base de vegetales para la prevención de varias enfermedades• Cuidados y nutrición• Variedades vegetarianas, vegana y pecetariana,• Nuevas experiencias al momento de degustar
2	Lina Sarai Mejía López; Sonia Edith Mejía Castillo; Miriam Bravo Rodríguez (2014)	<ul style="list-style-type: none">• Nuevas sensaciones a través de los platillos.• Conceptos modernos.• Extraordinarias recetas.
3	Erika Silvia (2017)	<ul style="list-style-type: none">• La producción propia.• Precios módicos• Calidad de los ingredientes• Cartas y productos para celíacos.
4	Francisco Olivares Bello (2019)	<ul style="list-style-type: none">• Estilo de vida más saludable

Breve Análisis: Una vez revisado las bibliografías de varios autores, las investigadoras determinan que los indicadores para que una comida se considere tendencia se basa a través de platillos saludables con la calidad de productos naturales y un estilo de vida más asociada a la salud, principalmente para evitar enfermedades relacionadas con la tasa de mortalidad sobre la obesidad, o simplemente mantener un aspecto y estado físico saludable

En este mismo orden de ideas, para responder al objetivo 2, que declara: “Determinar las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito turístico gastronómico a nivel mundial”, se ha generado la siguiente tabla de resultados a partir de la revisión bibliográfica de diferentes autores:

Tabla 4 Tendencias alimentarias en el ámbito turístico

#	Autor	Tendencias alimentarias a nivel mundial
1	Noemí Vidal (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Los snacks saludables, naturales y orgánicos • Alimentación saludable y el contenido en grasas y azúcares.
2	Guillermina García (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación vegana • Super alimentos • Comida saludable y de origen vegetal.
3	Tavola (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Comida en base a uso de grasas vegetales • Snacks saludables
4	Francisco Olivares Bello (2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Yogurt de origen vegetal • Suplementos alimentos • Barritas de snack
5	Nuria Valls (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Snack o aperitivos saludables • Ingesta de grasas vegetales

Fuente: elaboración propia

Breve Análisis: De acuerdo con lo recolectado en el gráfico anteriormente, las autoras consideran que las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito

turístico gastronómico a nivel mundial son los snacks saludables compartidos por varios autores en diferentes publicaciones así mismo como los super alimentos.

Ahora bien, para responder al objetivo 3 que dice: “Mostrar las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad”, se han tomado como referencia las 2 primeras preguntas de la entrevista y las 6 preguntas de la encuesta.

Presentación de resultados de las entrevistas

Pregunta 1: ¿Qué platos considera usted que pueden ser reconocidos como tendencia gastronómica en la ciudad de Manta actualmente? Justifique su respuesta

Tabla 5 Tendencia gastronómica

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	Es muy importante hablar de la gastronomía, muy importante el servicio de alimentación que brinda nuestra provincia, y por qué no decirlo, reconocerlo a nivel nacional por ser una de las exquisiteces en todas las variedades de nuestra provincia, sobre todo en nuestro cantón. Yo podría hablar primero en tendencia y es que nosotros debemos considerar a todos los platos muy importantes y no solo es vender y ni si siquiera utilizarlos porque son mejores, todos necesitan ser innovados, entonces yo tengo esa experiencia gracias a Dios de que si yo hago hoy un plato mañana lo estoy innovando sin perder la secuencia de su preparación. Eso significa como darle un valor agregado a ese plato. Yo considero importante que toda la gastronomía de Manabí debe ser así, no se la debe dañar porque si me he fijado de que los platos que se preparan en todos los circuitos gastronómicos como es Santa Ana, Tosagua, Rocafuerte hay muchos cambios, pero lamentablemente yo tengo que ser muy honeste y decir que los cambios que se han dado no son para nada bueno más bien están perjudicando.

2	Exp 2	Ceviche, Viche. Por ser platos con diversos ingredientes, por la aceptación de los turistas.
---	-------	--

Fuente: *Elaboración propia.*

Según el experto 1, La gastronomía turística debe ser considerada importante en su totalidad, tomando en cuenta el respeto a la originalidad del plato en momento de su innovación, tan solo dándole un valor agregado. Por otro lado, el experto 2 considera que el viche y ceviche, pueden ser una de las exquisiteces que cantón Manta podría tener en tendencia por varios factores que lo pueden llevar a cabo, como lo son sus ingredientes y la aceptación que tiene en los turistas.

Pregunta 2: ¿Cuál de los platos mencionados anteriormente considera usted que pudiera ser utilizado para desarrollar el turismo de la ciudad?

Justifique su respuesta

Tabla 6. Desarrollo de turismo

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	Yo tengo conocimiento y sobre todo porque a mí me conversan clientes que más que todos los mariscos, los que pertenecemos a una ciudad costera, nos basamos más que todo en los mariscos, por ejemplo: la concha, el camarón, el calamar, la langosta, el camotillo; Todo lo que es pescado pequeño, grande y mediano. Entonces hay muchas variedades en platos, pero uno de los platos importantes que a mí me llaman mucho la atención es: la sopa y el arroz marineros, para mí no es que sean los mejores platos, pero me llaman más la atención porque se usan casi todos los mariscos del perfil costanero. En el ámbito de la preparación, yo siempre lo estoy haciendo para mi familia estos platos, pero siempre innovando, agregándole un valor más para ver cómo queda, entonces yo no daño, yo mejoro; Eso es lo más importante para mí en mariscos. Y hablando del pescado, hay una preparación tradicional ancestral en base a este ingrediente principal que ya

		perdieron aquí, conocido como el lampreado de pescado que se lo prepara especialmente con dorado, este platillo va en filete bañado con la salsa de las tortitas de harina y ponerlo a freír en abundante aceite y se sirve con unos patacones grandes, ensalada de lechuga y el curtido que viene a ser la decoración.
2	Exp 2	Como nueva experiencia culinaria el viche, ya que se puede innovar y mejorar su presentación.

Fuente: *Elaboración propia.*

Para la pregunta número dos, el experto 1 considera a los mariscos como una gran fuente de desarrollo turístico en el cantón Manta ya que se ofrecen muchas variedades de platillos y presentaciones, en especial el arroz y sopa marinera ya que, en este tipo de presentación, los ingredientes principales son la mayoría de los mariscos del perfil costanero. Sin embargo, el experto 2 considera que uno de los platillos que podrían impulsar el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Manta, es el Viche, ya que tiene más posibilidades de ser innovadora y su mejora en presentación.

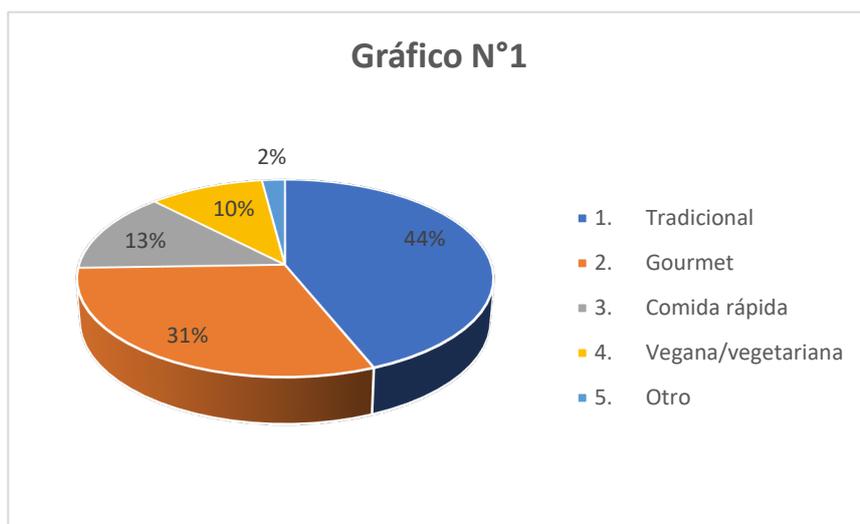
Presentación de resultados de las encuestas

Pregunta 1: ¿Qué tipos de restaurantes le gustaría conocer?

Tabla 7. Restaurantes conocidos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Tradicional	43	44%
2. Gourmet	30	31%
3. Comida rápida	13	13%
4. Vegana/vegetariana	10	10%
5. Otro	2	2%
Total	98	100%

Fuente: *Elaboración propia.*



*Ilustración 1. Restaurantes conocidos
Fuente: Elaboración propia*

En el gráfico número 1 podemos observar que la encuesta con la pregunta: ¿Qué tipos de restaurantes le gustaría conocer?, nos da como resultado un 44% de personas que le gusta la comida tradicional ya que son platos únicos y de esa forma se demuestra la tradición, costumbre y el estilo de vida de las personas, el 31% eligió platillos gourmet por la presentación y nuevas experiencias, el 13% eligió comida rápida por la calidad, seguido el orden y el tiempo de espera, la ubicación y el precio, el 10% optó por la comida vegana/vegetariana por la salud, luego convirtiéndose en tendencia y siendo tomado como moda actualmente en su mayoría, mientras que el 2% restante de los encuestados tomó por opción otro.

Pregunta 2: ¿Qué características son indispensables para que usted visite un restaurante en Manta

Tabla 8. Características indispensables

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Amplia variedad	40	41%
2. Productos de elaboración compleja	17	17%
3. Autoservicio del menú	19	19%
4. Platillos en tendencia	22	22%
5. Otro	0	0%

Total	98	100%
-------	----	------

Fuente: Elaboración propia.

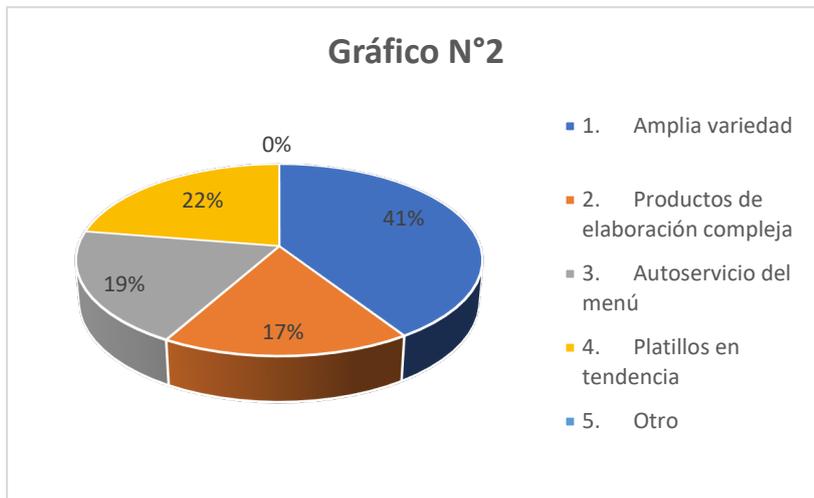


Ilustración 2. Características indispensables

Fuente: Elaboración propia.

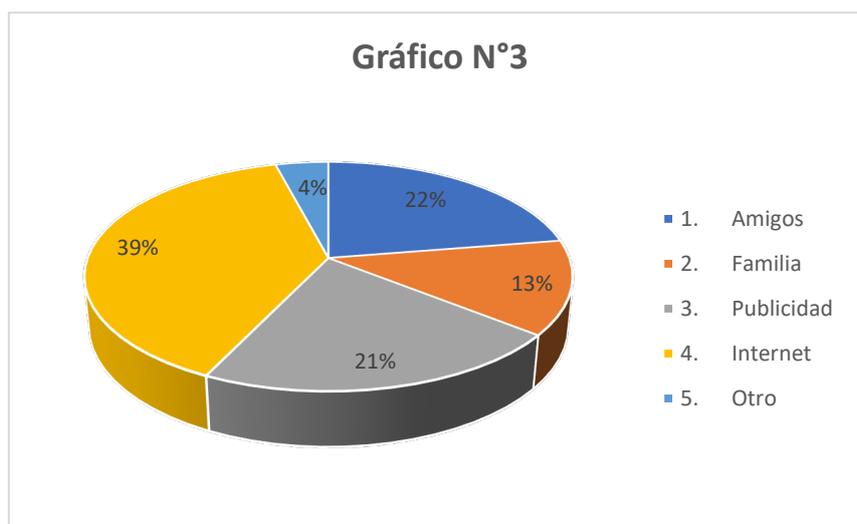
En este segundo gráfico de pastel observamos lo siguiente, dándonos como resultado que el 41% de los encuestados cree que es indispensable una amplia variedad para acceder a un restaurante en la ciudad de Manta, seguido del 22% con platos en tendencia ya que buscan degustar nuevos sabores, el 19% con autoservicio del menú porque prefieren elegir que productos combinar en sus platos y terminando con solo un 17% que opta por productos de elaboración compleja para reanimar sensaciones gastronómicas.

Pregunta 3: ¿A través de qué medios conoció los restaurantes con nuevas tendencias gastronómicas?

Tabla 9. Medios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Amigos	22	22%
2. Familia	13	13%
3. Publicidad	21	21%
4. Internet	38	39%
5. Otro	4	4%
Total	98	100%

Fuente: Elaboración propia.



*Ilustración 3. Medios
Fuente: Elaboración propia*

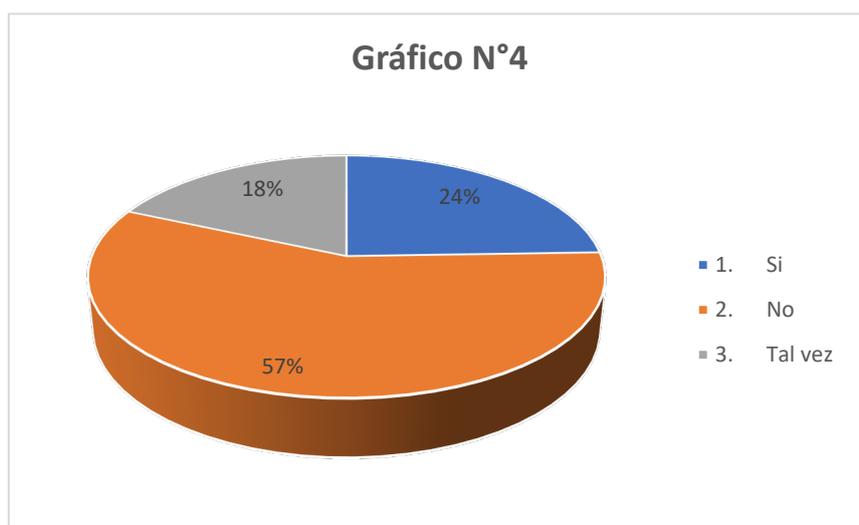
Dentro de nuestro tercer gráfico de pastel observamos lo siguiente: como primer lugar un 39% de los encuestados han conocido los restaurantes con nuevas tendencias gastronómicas por medio de internet donde se impulsa más el marketing, le sigue el 22% mediante amigos, el 21% por medio de publicidad como vallas publicitarias, folletos y publicidad proporcionada, el 13% por familiares y tan solo un 4% se declinó por la opción “otro”

Pregunta 4: ¿Conoce usted o ha escuchado sobre una guía gastronómica en la ciudad de Manta?

Tabla 10. Guía gastronómica

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	24	24%
2. No	56	57%
3. Tal vez	18	18%
Total	98	100%

Fuente: Elaboración propia.



*Ilustración 4. Guía gastronómica
Fuente: Elaboración propia.*

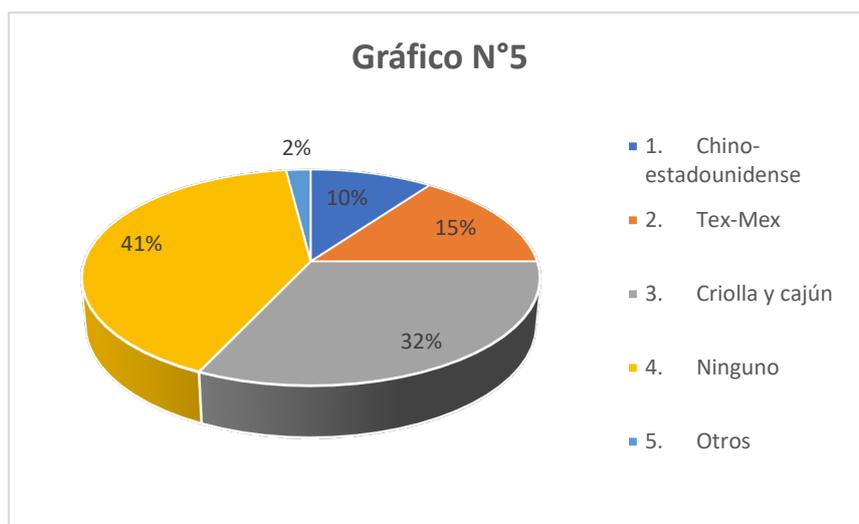
En el cuarto gráfico tenemos los siguientes resultados: El 57% de los encuestados tiene conocimiento sobre alguna guía gastronómica en la ciudad de Manta, seguido del 24% de encuestados con conocimientos y por otro lado un restantes del 18% con un tal vez.

Pregunta 5: ¿Tiene conocimiento sobre algunas de esta cocina fusión?

Tabla 11. Cocina fusión

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Chino-estadounidense	10	10%
2. Tex-Mex	15	15%
3. Criolla y cajún	31	32%
4. Ninguno	40	41%
5. Otros	2	2%
Total	98	100%

Fuente: Elaboración propia.



*Ilustración 5. Cocina fusión
Fuente: Elaboración propia.*

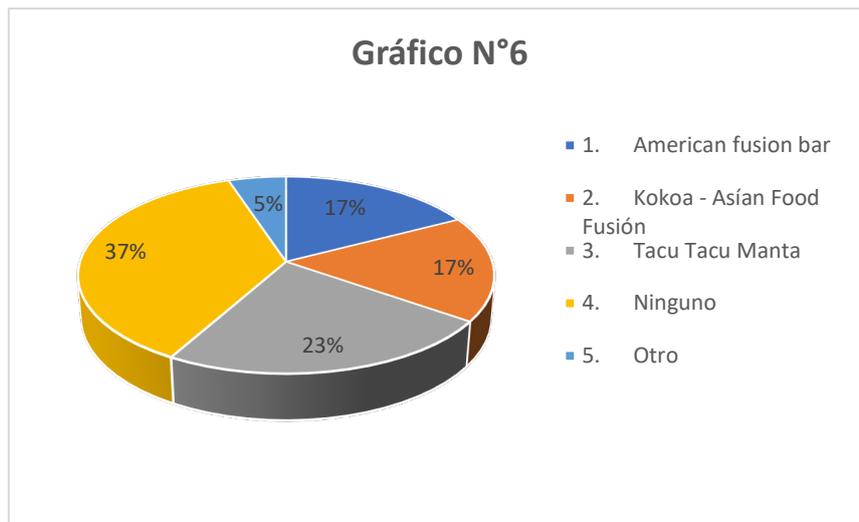
En el gráfico cinco muestra como resultado que un 41% de los encuestados no tiene conocimiento sobre la cocina fusión porque no se le ha dado la importancia adecuada a esta nueva tendencia, mientras que el 32% lo conoce la cocina fusión criolla y cajún, seguido del 15% con conocimientos sobre la fusión Tex-Mex, al contrario del 10% de los encuestados que responden a la cocina fusión chino-estadounidense, y tan solo un restante del 2% optó por la opción “otro”

Pregunta 6: ¿Conoce usted si existen restaurantes de cocina fusión en la ciudad de Manta?

Tabla 12. Restaurantes de cocina fusión

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. American fusion bar	17	17%
2. Kokoa - Asian Food Fusión	17	17%
3. Tacu Tacu Manta	23	23%
4. Ninguno	36	37%
5. Otro	5	5%
Total	98	100%

Fuente: Elaboración propia.



*Ilustración 6. Restaurantes de cocina fusión
Fuente: Elaboración propia.*

En el gráfico seis se observan los siguientes resultados referente al conocimiento sobre la existencia de restaurantes de cocina fusión en la ciudad de Manta: una mayoría del 37% de los encuestados indicaron como respuesta ninguna porque no se ha establecido un marketing específico para este tipo de gastronomía, mientras que el 23% indicó al restaurante “Tacu Tacu Manta”, seguido del 17% con el restaurante “Kokoa-Asian food”, así mismo con el 17% con “American Fusion Bar”, y con un restante del 5% que optó por la opción “otro”

Y como último punto, para responder al objetivo 4 que dice: “Generar propuestas para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local.”, se han tomado como referencia las 5 preguntas de la entrevista y las 2 preguntas de la encuesta.

Presentación de resultados de las entrevistas

Pregunta 3: ¿Qué factores tomaría en cuenta para la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en restaurantes del Cantón Manta? Justifique su respuesta

Tabla 13. Implementación de nuevas tendencias

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	Yo creo que si nosotros sabemos comprar, también debemos saber cómo conservar; Pero hay negocios que comprar por comprar y van acumulando y lo fresco queda adelante y lo que se ha comprado la semana antes queda atrás, entonces es el punto que está dañando la preparación porque al momento de degustar de un chicharrón de pescado, que lamentablemente le toque el marisco de la semana y eso va hacer que lo sienta mariscoso, de ese modo el comensal va a comentar que el pescado esta viejo, y lo que pasa realmente es que al momento de estar por mucho tiempo guardado, al pescado se le va a asentar la sangre y eso hace que se concentre y de un sabor mariscoso. Entonces eso es uno de los factores muy importantes a tomar: saber conservar los alimentos para su debido proceso o darse la tarea aliñarlos el mismo día, ese es uno de los éxitos muy importantes en un negocio.
2	Exp 2	Avances tecnológicos (utensilios, equipos) Programas de capacitaciones en nuevas técnicas culinarias.

Fuente: *Elaboración propia*

El experto 1, indica que los factores más importantes para la implementación de nuevas tendencias en restaurantes son, saber mantener los productos frescos para el momento de su preparación. A diferencia del experto 2, que piensa que los factores como avances tecnológicos como utensilios, equipos etc. Tendrían que ser tomadas en cuenta, así como también los programas de capacitaciones en nuevas técnicas culinarias.

Pregunta 4: En base a su experiencia, ¿qué considera usted que sería importante en la ciudad de Manta para convertir en tendencias el consumo de la gastronomía tradicional local

Tabla 14. Consumo de gastronomía tradicional local

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	<p>Po lo general siempre darlos a conocer con un buen marketing, luego el dueño del negocio debe saber manipular, preparar, y presentar con un costo adecuado, porque muchos dueños de negocios venden por vender y no ven que el cliente está siendo perjudicado en el servicio del plato cosa que no debería de ser así. Uno de los éxitos es saber preparar y cobrar módicamente porque los precios que ofrecen son tan exagerados. Por esta misma razón los negocios que están en playita mía sucumbieron, aunque hay que rescatar que el único plato accesible para un comensal dentro de uno de los restaurantes de playita mía es el honrado de pescado que está a un módico precio de 2,50; Entre más se vende más se gana. Esos son los factores que se deberían tomar en cuenta para convertir en tendencia un plato y mejorar en consumo y que al final ambas partes sean beneficiadas, tanto el dueño del negocio como el comensal. Y todo se habla desde la experiencia, dado que desde los quince años he sido chef.</p>
2	Exp 2	<p>Seguridad alimentaria Innovación de productos y servicios Apertura de nuevos mercados.</p>

Fuente: Elaboración propia

El experto 1 considera que, para convertir en tendencia a la gastronomía en la ciudad de Manta, siempre es importante implementar un buen marketing, saber ofrecer calidad y un buen precio al platillo, ya que de lo contrario y como se ha visto, mucho de los negocios en la ciudad de Manta no prosperan ante una idea de innovación a convertir en tendencia.

Por otro lado, el experto 2 nos indica que es de vital importancia la seguridad alimentaria para el comensal, saber innovar los productos, así como el servicio junto con la apertura de nuevos mercados.

Pregunta 5: ¿La estructura de promoción turística que tiene el Cantón Manta es suficiente para impulsar las nuevas tendencias alimenticias tanto a nivel nacional como internacional? ¿Por qué?

Tabla 15. Promoción turística

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	Existe mucha fuente de marketing, escritas, televisivas y de persona a persona. Si preguntan uno de los mejores, para mí, en base a docentes que nos dio la maestría decía: “el cliente es el mayor destructor de la información, se lo considera un terrorista de la información; si su negocio es bueno se lo dice, si su negocio es malo lo daña.” Entonces yo creo que a todo esto es muy importante lo que se ha mencionado de buena manera para que ese producto tenga una acogida muy importante para el consumo.
2	Exp 2	La promoción turística en Manta cuenta con debilidades, ya que no existe una estructura sólida que trascienda en el tiempo. Falta de apoyo de estado.

Fuente: Elaboración propia

El experto 1, considera que la crítica de los clientes es una de las mayores fuentes del marketing para un negocio dado que el mismo puede sentenciar lo bueno o lo malo del platillo presentado a degustar o del producto a la venta. Por otra parte, el experto 2, indica que la promoción turística del cantón manta, cuenta con muchas debilidades debido a que existe una falta de apoyo por parte de las autoridades del estado.

Pregunta 6: ¿De qué manera impulsaría a forma de tendencia un nuevo plato y que capte la atención del público?

Tabla 16. Impulsar tendencia y atención del público

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	Voy a mencionar la experiencia más reciente que pude tener, hablando de la torta de pescado preparándola ayer, le agregué un poco más de ingredientes tratando de innovar sin perder su origen. También elaboré un plato de pescado entomatado con una salsa de calamar, plato en el cual quisiera trabajar aún mucho más para darlo a conocer y conocer los platos que vende nuestro país, pero innovando, mejorando, dándole otro plus, o sea un valor agregado.
2	Exp 2	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de estado o gobierno • Marketing, publicidad a nivel internacional. • Apertura de nuevos mercados competitivos • Aseguramiento de la calidad de productos y servicios.

Fuente: Elaboración propia

Para el experto 1, una forma de impulsar a forma de tendencia un plato sería innovando la preparación de manera que se respete la originalidad del plato, hablando de sus ingredientes principales, al contrario de Emil Viera (2023) que opta por varias opciones como el apoyo del gobierno en el ámbito turístico gastronómico, aperturas de nuevos mercados competitivos que ayudarían a impulsar nuevas tendencias en el cantón Manta o el aseguramiento de la calidad de los productos y servicios.

Pregunta 7: De qué manera considera usted que el GAD municipal de Manta apoyaría a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas.

Tabla 17. Creación de estrategias

#	Entrevistado	Respuesta
1	Exp 1	Tengo mucho tiempo escuchando sobre el GAD municipal de Manta que se está preocupando por nuestro cantón, pero hasta el momento no veo ni un 10% de eso, para política puede ser, pero al ámbito turístico no le prestan tanta atención cuando sabemos que el turismo va a ser uno de los primeros ingresos económicos. El GAD debe preocuparse mucho por valorar, implementar todo lo referente al turismo y el turismo abarca todo: hoteles, guianza, gastronomía, el urbanismo etc.
2	Exp 2	El GAD debe apoyar y participar en planes de desarrollo turístico gastronómico y buscar colaboración con especialistas internacionales para que aporten con experiencias a la creación de estrategias.

Fuente: Elaboración propia

Para el experto 1, el GAD municipal debería prestar especialmente atención a el turismo gastronómico y todo lo que esto abarca ya que, en la actualidad, no se

trabajado en ello ni un 10% de lo que realmente se debería hacer, concordando así con el experto 2. en el apoyo del estado.

Presentación de resultados de las encuestas

Pregunta 7: ¿Cuál cree que sería una propuesta eficaz para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local?

Tabla 18. Propuestas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. Uniones estratégicas	30	31%
2. Gestión de marketing	34	35%
3. Fusión con la gastronomía típica	28	29%
4. Ninguna de las anteriores	4	4%
5. Otras	2	2%
Total	98	100%

Fuente: Elaboración propia.

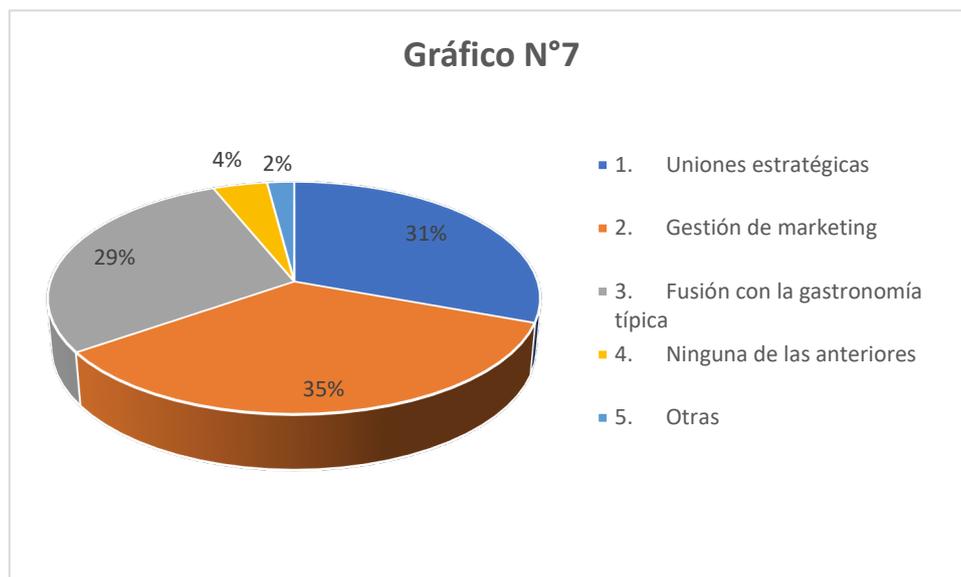


Ilustración 7. Propuesta
Fuente: Elaboración propia

En el séptimo gráfico de las encuestas tenemos como resultado de propuestas eficaces para convertir en tendencia el consumo de gastronomía tradicional, local: que un 35% opta por la gestión de marketing para contribuir a la promoción de estas nuevas ideas, mientras que un 31% se inclina por las uniones de estrategias, seguido del 29% con la opción de fusionar la gastronomía típica con otros platillos, con un 4% ninguna de las anteriores y un restante del 2% que optan por la opción “otras”

Pregunta 8: ¿Cuál cree usted que sería una buena implementación de propuesta gastronómica en el cantón Manta?

Tabla 19. Implementación de propuestas gastronómicas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1. La cocina fusión	22	22%
2. Marketing gastronómico	24	24%
3. Guías gastronómicas	14	14%
4. Productos innovadores	20	20%
5. Innovación de restaurantes	18	18%
Total	98	100%

Fuente: Elaboración propia

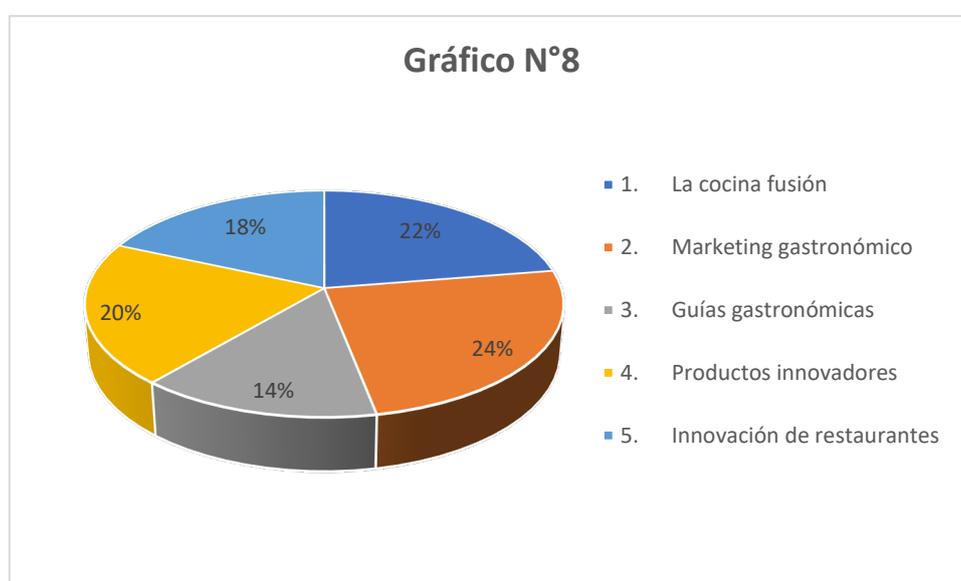


Ilustración 8. Implementación de propuestas gastronómicas
Fuente: Elaboración propia.

Y como último punto de la encuesta, tenemos el gráfico 8 donde se muestran los resultados de cual sería una buena implementación de propuesta gastronómica para el cantón Manta, con los resultados de las siguientes opciones: Un 24% de los encuestados eligió el marketing gastronómico debido a que esto ayuda a captar y cautivar a cada uno de sus clientes, seguido de un 22% con la cocina fusión ya que es una mezcla de estilo culinario que nos ayudaría a conocer más de nuestra cultura, un 20% con productos innovadores, un 18% elige innovación de restaurantes y finalmente un 14% con guías gastronómicas.

En base a los resultados obtenidos de las encuestas y las entrevistas, las investigadoras establecen que no hay una relación sólida entre el marketing, turismo

gastronómico y las tendencias que en ella se puedan desarrollar, debido a que las personas especialistas en el área que fueron entrevistados relatan que aún hay una deficiencia en el conocimiento de la preparación de un platillo a la hora de innovar, así como la falta de apoyo de las organizaciones y/o autoridades que influyen en el turismo.

Todo lo anteriormente mencionado permite que, entre estas variantes, exista un sesgo haciendo hincapié en la falta de conocimiento, por lo que las tendencias gastronómicas en el cantón Manta no se ha desarrollado de manera tal que contribuyan con el mercado turístico gastronómico.

Para la restablecerlo, se debe influir gran parte en la mercadotecnia con ayuda de entidades que estén a su disponibilidad para el cantón Manta, así como capacitaciones y ferias que ayuden a aunar la tradición junto con la innovación.

CONCLUSIONES

1. Se identificaron los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia, destacándose criterios varios como los de: Lina Sarai Mejía López; Sonia Edith Mejía Castillo; Miriam Bravo Rodríguez (2014), Erika Silvia (2011), Francisco Olivares Bello (2019), y adicionalmente aquellos analizados en el marco teórico referencial como: Montecinos (2016), Hernández, Tamayo, Castro y Muñoz (2016), Mejía, Mejía y Bravo (2014), para concluir entre los indicadores más relevantes constan: aquellas que reflejan el origen de lo tradicional en el ámbito gastronómico del cantón Manta, además de que muestra las variedades de platillos gastronómicos que se innovan y convierten en tendencia.

2. Una vez realizada la investigación de campo a través de las entrevistas a los distintos actores relevantes y obtener los resultados de los objetivos correspondientes, se puede determinar las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta, mediante Indicadores de alimentos considerados tendencia por distintos autores.

3. Por medio de lo anteriormente mencionado, se mostrarán las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad, entre ellas: la conservación del platillo típico gastronómico ancestral, la innovación gastronómica respetando sus ingredientes originales, trabajos conjuntos con entidades como el GAD municipal y un buen marketing gastronómico.

4. Luego de analizar las respuestas de los encuestados en el cantón Manta, es posible percatarse de la relación que las personas tienen con la gastronomía y la innovación mientras se conserven los orígenes de sus platillos típicos dándole un valor agregado, debido a que se ha evidenciado mediante las encuestas y resultados de los objetivos, que no muchas personas tienen basto conocimiento sobre la gastronomía

fusionada y los restaurantes que en ellos se sirven. Por esta razón es necesaria la participación de capacitadores y la intervención de ferias gastronómicas que ayuden al entendimiento, mejoría y conocimiento de un platillo en tendencia.

RECOMENDACIONES

1. Se sugieren a las autoridades a las autoridades del cantón Manta, invertir en la difusión del turismo gastronómico tradicional, en su innovación y fusión, resaltando los principales factores para que se conviertan en tendencia, teniendo precaución de las recetas originales.

2. También se recomienda a las autoridades del sector público promover el marketing del turismo convocando ferias gastronómicas que den lugar a estas nuevas creaciones gastronómicas que se dan con el pasar de los años, motivando así los turistas y/o comensales a experimentar nuevas sensaciones.

3. Teniendo en cuenta que la gastronomía del cantón manta cuenta con un gran potencial innovador para captar la atención de los turistas y visitantes de la ciudad, siendo así, un ingreso significativo también para la localidad. Se recomienda tener en cuenta los resultados que se han obtenido en este presente proyecto de investigación para crear propuestas que ayuden a incrementar la tendencia del consumo de la gastronomía tradicional local.

BIBLIOGRAFÍA

- Abela, J. (Febrero de 2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido*. Recuperado el 22 de Agosto de 2022, de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Alcívar Vera, I. (16 de Julio de 2018). *Entorno Turístico Hablemos de turismo*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://www.entornoturistico.com/el-turismo-gastronomico-en-manabi-ecuador/>
- Arévalo Chávez, P., Cruz Cárdenas, J., Palacios Fierro , A., & Bonilla Bedolla , S. (2020). Actualización en metodología de la investigación científica. En P. Arévalo Chávez, J. Cruz Cárdenas, A. Palacios Fierro, & S. Bonilla Bedolla, *Actualización en metodología de la investigación científica* (págs. 13-159). Quito: Editorial Universidad Tecnológica Indoamericana. Recuperado el 8 de Julio de 2022
- Bastis. (sep 2021). Muestreo por bola de nieve. *Online tesis*. Obtenido de <https://online-tesis.com/muestreo-por-bola-de-nieve/>
- Cadena Iñiguez, P., Rendón Medel, R., Aguilar Ávila, J., Salinas Cuz, E., Cruz Morales, F., & Sangerman Jarquín, D. (2017). En P. Cadena Iñiguez, R. Rendón Medel, J. Aguilar Ávila, E. Salinas Cuz, F. d. Cruz Morales, & D. M. Sangerman Jarquín, *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales* (págs. 1603-1617). México: Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas. Recuperado el 25 de Septiembre de 2022
- Calderón Bailón , J., & Hernández Rojas, R. (2016). *Una introducción al turismo gastronómico del cantón Manta-Ecuador*. Editorial Universitaria de Córdoba (UCOPress)'. Recuperado el 13 de Junio de 2022, de <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>
- Di Clemente, E., Hernández Mogollón , J., & López Guzmán, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. *Monográfico, n° 9*, 817-833. Recuperado el 26 de Junio de 2022
- Fabbri, M. (1 de Abril de 2018). *instituto ciencias humanas*. Recuperado el 22 de Agosto de 2022, de <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Figueroa Pedraza, D. (2005). Acceso a los alimentos como factor determinante de la seguridad alimentaria y nutricional y sus representaciones en Brasil. *Revista Costarricense de Salud Pública*. Recuperado el 5 de enero de 2023, de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-14292005000200009#8
- Fusté Forné, F. (Junio de 2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. 24. Montevideo. Recuperado el 26 de Octubre de 2022

- Galarza, B. (15 de Mayo de 2015). Municipio promueve la gastronomía que ofrece Manta. *La gente de Manabí, revista ecuatoriana* , 1. Recuperado el 13 de Junio de 2022, de <https://lagentedemanabi.jimdofree.com/2015/05/15/municipio-promueve-la-gastronom%C3%ADa-que-ofrece-manta/>
- García , G. (28 de Enero de 2022). Estas son las tendencias alimentarias para 2022. Obtenido de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/estas-son-las-tendencias-alimentarias-para-2022/>
- Hernández Hermosillo, S. (14 de Abril de 2013). Recuperado el 26 de Octubre de 2022, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT86.pdf
- Hernández Heredia, C., Tamayo Salcedo, A., Castro Ricalde , D., & Muñoz Muñoz, I. (2016). Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica. *Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 76-84. Recuperado el 13 de Junio de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10444319009>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Definiciones de los enfoques cuantitativos y cualitativo, sus similitudes y diferencias* . México: McGraw Hill Education. Recuperado el 26 de Octubre de 2022
- López, C. (9 de Diciembre de 2020). *mapal-os.com*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://mapal-os.com/es/recursos/blog/las-10-tendencias-alimentarias-para-2021-y-2022>
- Mejía López, L., Mejía Castillo, S., & Bravo Rodríguez, M. (2014). En L. S. Mejía López, S. E. Mejía Castillo, & M. Bravo Rodríguez, *Tendencias gastronómicas: La encrucijada entre lo tradicional y lo innovador*. (págs. 27-40). Mexico: Revista virtual especializada en Gastronomía. Recuperado el 6 de Julio de 2022, de http://web.uaemex.mx/Culinaria/PDF%20finales%208/Tendencias_gastronomicas.pdf
- Montecinos, A. D. (1 de Diciembre de 2016). *Centro Empresarial Gastronómico Hotelero*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://cegaho.wordpress.com/2016/12/01/definicion-gastronomia/>
- Olivares Bello, F. (9 de Octubre de 2019). Tendencias de consumo de la industria alimentaria. Recuperado el 9 de Enero de 2023, de https://www.ey.com/es_ec/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-alimentos
- Organización Mundial del Turismo , & Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Madrid. Recuperado el 24 de Noviembre de 2022, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>

- Ortiz Celi, M. (11 de Enero de 2022). Las tendencias mundiales en nutrición y alimentación para el 2022. *El universo-salud*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://www.eluniverso.com/larevista/salud/las-tendencias-mundiales-en-nutricion-y-alimentacion-para-el-2022-nota/>
- Ortiz, C. (Enero de 2020). Obtenido de <https://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/Telesecundaria/Recursos%20Digitales/3o%20Recursos%20Digitales%20TS%20BY-SA%203.0/PROYECTOS%20INTEGRADOS/U12%20proyecto%2012%20educaci%C3%B3n.pdf>
- PEÑA, L. (Mayo de 2010). *Javeriana.edu*. Recuperado el 22 de Agosto de 2022, de https://www.javeriana.edu.co/prin/sites/default/files/La_revision_bibliografica_mayo_2010.pdf
- Pereyra Gonzales, T., Palomino Alvarado, G., & Gárate Ríos, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. En T. Pereyra Gonzales, G. Palomino Alvarado, & J. Gárate Ríos, *Desarrollo turístico promotor socioeconómico* (Vol. 8, págs. 1390-9320). Perú: Revista Científica Ecociencia. Recuperado el 14 de Diciembre de 2022, de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/483/316>
- Pérez Vázquez, A., Doris Arianna, & Leyva Trinidad. (2015). Pérdida de las raíces culinarias por la transformación en la cultura alimentaria. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 867-881. Recuperado el 4 de Julio de 2022
- Perisé, R., & Serrano Ríos, G. (Septiembre de 2020). Ensayo sobre salud, nutrición y gastronomía. *Nutrición Hospitalaria*, 35, 52-55. Recuperado el 11 de Julio de 2022, de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112018000700010
- Peterson, R. A. (2000). *Constructing Effective Questionnaires*. Thousands Oaks: Sage. Obtenido de <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
- Pickers, S. (04 de 11 de 2015). *psyma*. Obtenido de <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Prieto, P. (2016). Innovación y tendencias alimentarias. *Contribuciones Científicas y Tecnológicas, Vol. 141*. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/contribuciones/article/view/2610/2379>
- Ramírez Bazarro, M., & Mendoza Balcázar, J. (2019). El valor nutricional de los desayunos que se ofertan en la gastronomía típica de la ciudad de Manta. *Polo del conocimiento*, 75-85. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164418>
- Raúl E López & Jean-Pierre. (2011). *La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en el trabajo social*. Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2711/La%20ent>

revista%20cualitativa%20como%20t%C3%A9cnica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Regalado Espinoza , L. (2019). Manabí y su comida milenaria. En L. Regalado Espinoza , *Manabí y su comida milenaria* (págs. 52-132). Manta -Manabí - Ecuador: Fidel Chiriboga. Recuperado el 4 de Julio de 2022
- Scharager, J. (s.f.). *Escuela de psicología*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31715755/muestreo-libre.pdf?1392395541=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia_de_la_Investigacion_Escuela.pdf&Expires=1671210089&Signature=JYgecrquuQBm0wsF03IqKm9wTXRbSCLXu~VYD~IX1ZJ8gl97rUg5gD
- Silvia , E. (8 de Mayo de 2017). La tendencia gastronómica a seguir en 2020. Obtenido de <https://marketinggastronomico.com/tendencias-gastronomicas/>
- Tavola. (27 de Febreo de 2022). ALIMENTOS REALES Y SALUDABLES TENDENCIA 2022. Recuperado el 8 de Enero de 2023, de [8https://tavolaecuador.com/tendencias-de-consumo-2022/](https://tavolaecuador.com/tendencias-de-consumo-2022/)
- THE FOOD TECH. (12 de Enero de 2022). Recuperado el 13 de Junio de 2022, de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/estas-son-las-tendencias-alimentarias-que-permearan-a-nivel-mundial-en-2022/>
- Torres Oñate, F., Romero Fierro , J., & Viteri, M. F. (2017). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. (Gastronomic diversity and its contribution to cultural identity). *Revista de Comunicación de la SEECI*, 44, 01-13. doi:<http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-13>
- Triviño , K., Arandia , J., Robles , G., & Rivera , G. (2019). Fortalecimiento de la identidad cultural-gastronómica en la provincia de los Ríos, Ecuador . *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 2313-7819. Recuperado el 26 de Octubre de 2022, de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/215974010/html/#:~:text=La%20cultura%20gastron%C3%B3mica%20es%20la,al%20turista%20una%20buena%20gastronom%C3%ADa>
- Varela , R. (27 de Noviembre de 2018). *mamirecetas.com*. Recuperado el 8 de Julio de 2022, de <https://www.mamirecetas.com/que-tipos-de-gastronomia-existen.html>
- Vidal , N. (15 de Julio de 2021). Las enfermedades relacionadas con hábitos alimentarios inadecuados continúan creciendo en todo el mundo, esto hace que estemos cada vez más preocupados por nuestra propia salud a través de los alimentos que consumimos. Recuperado el 10 de Enero de 2023, de <https://www.ainia.es/ainia-news/alimentacion-saludable-7-tendencias-consumo-actual/>
- Villami, C. (2012). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 8 de Enero de 2023, de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>

ANEXOS

ENTREVISTAS

1. ¿Qué platos considera usted que podrían ser reconocidos como tendencia gastronómica en la ciudad de Manta actualmente? Justifique su respuesta.
2. ¿Cuál de los platos mencionados anteriormente considera usted que podría ser considerado como nueva experiencia culinaria? Justifique su respuesta
3. ¿Qué factores tomaría en cuenta para la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en restaurantes del Cantón Manta? Justifique su respuesta
4. ¿En base a su experiencia, qué aspectos deben ser considerados para convertir los platos que tiene la ciudad de Manta en tendencias el consumo?
5. ¿La estructura de promoción turística que tiene el Cantón Manta es suficiente para impulsar las nuevas tendencias alimenticias tanto a nivel nacional como internacional? ¿Por qué?
6. ¿De qué manera impulsaría un nuevo plato para que sea tendencia y que capte la atención del público?
7. De qué manera considera usted que el GAD municipal de Manta debería o podría apoyar a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas.

Anexo.1 Módulo de entrevistas

ENCUESTAS

1. ¿Qué tipos de restaurantes le gustaría conocer?
 - a) Tradicional
 - b) Gourmet
 - c) Comida rápida
 - d) Vegana/vegetariana
 - e) Otro _____
2. ¿Qué características son indispensables para que usted visite un restaurante en Manta?
 - a) Amplia variedad
 - b) Productos de elaboración compleja
 - c) Autoservicio del menú
 - d) Platos en tendencia
 - e) Otro _____
3. ¿A través de qué medios conoció los restaurantes con nuevas tendencias gastronómicas?
 - a) Amigos
 - b) Familia
 - c) Publicidad
 - d) Internet
 - e) Otros _____
4. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre una guía gastronómica en la ciudad de Manta?
 - a) Si
 - b) No
 - c) ¿Cual? _____
5. ¿Tiene conocimiento sobre estas tendencias en cocina fusión?
 - a) Chino-estadounidense
 - b) Tex-Mex
 - c) Criolla y cajún
 - d) Ninguno
 - e) Otros _____
6. ¿Conoce usted si existen restaurantes de cocina fusión en la ciudad de Manta?
 - a) American fusion bar
 - b) Kokoa - Asian Food Fusión
 - c) Tacu Tacu Manta
 - d) Ninguno
 - e) Otro _____
7. ¿Cuál cree que sería una propuesta eficaz para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local?
 - a) Uniones estratégicas
 - b) Gestión de marketing
 - c) Fusión con la gastronomía típica
 - d) Ninguna de las anteriores
 - e) Otras _____
8. ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que podría ser una buena implementación de propuesta gastronómica en el cantón Manta?
 - a) La cocina fusión
 - b) Marketing gastronómico
 - c) Guías gastronómicas
 - d) Productos innovadores
 - e) Innovación de restaurantes

Anexo 2. Módulo de encuesta

Manta, Enero de 2023

Ing. Inés Mora Pisco
Señor (a)

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de conocer las nuevas tendencias alimenticias del cantón Manta, año 2022

Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en turismo, objeto de estudio de esta investigación.

Ud. ha sido seleccionado(a) como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,

Autora
Castillo Chimbo Milena
Pilligua Chóez Valeria

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

“ESTUDIO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN MANTA, NUEVAS TENDENCIAS ALIMENTICIAS, AÑO 2022”

OBJETIVO GENERAL.

Explicar las nuevas tendencias alimenticias para desarrollar el turismo gastronómico en Manta.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Identificar los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia.
2. Determinar las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito turístico gastronómico a nivel mundial.
3. Mostrar las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad.
4. Generar propuestas para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local.

FORMATO DE INVESTIGACIÓN PARA ENTREVISTA

Esta entrevista va dirigida a 3 docentes de la facultad de educación, turismo, artes y humanidades; especialistas en el área de Turismo, del cantón Manta.

Preguntas orientadas a responder el objetivo 3
1. ¿Qué platos considera usted que pueden ser reconocidos como tendencia gastronómica en la ciudad de Manta actualmente? Justifique su respuesta.
2. ¿Cuál de los platos mencionados anteriormente considera usted que pudiera ser utilizado para desarrollar el turismo de la ciudad? Justifique su respuesta

Preguntas orientadas a responder el objetivo 4
3. ¿Qué factores tomaría en cuenta para la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en restaurantes del Cantón Manta? Justifique su respuesta
4. ¿En base a su experiencia, qué considera usted que sería importante en la ciudad de Manta para convertir en tendencias el consumo de la gastronomía tradicional local?

5. ¿La estructura de promoción turística que tiene el Cantón Manta es suficiente para impulsar las nuevas tendencias alimenticias tanto a nivel nacional como internacional? ¿Por qué?



6. ¿De qué manera impulsaría a forma de tendencia un nuevo plato y que capte la atención del público?

7. De qué manera considera usted que el GAD municipal de Manta apoyaría a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas.

FORMATO PARA LA ENCUESTA

Esta encuesta va dirigida a 98 habitantes del cantón Manta.

Preguntas orientadas a responder el objetivo 3

1. ¿Qué tipos de restaurantes le gustaría conocer?

- a) Tradicional
- b) Gourmet
- c) Comida rápida
- d) Vegana/vegetariana
- e) Otro _____

2. ¿Qué características son indispensables para que usted visite un restaurante en Manta?

- a) Amplia variedad
- b) Productos de elaboración compleja
- c) Autoservicio del menú
- d) Platos en tendencia
- e) Otro _____

3. ¿A través de qué medios conoció los restaurantes con nuevas tendencias gastronómicas?

- a) Amigos
- b) Familia
- c) Publicidad
- d) Internet
- e) Otros _____

4. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre una guía gastronómica en la ciudad de Manta?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

5. ¿Tiene conocimiento sobre algunas de esta cocina fusión?

- a) Chino-estadounidense
- b) Tex-Mex
- c) Criolla y cajún
- d) Ninguno
- e) Otros _____

6. ¿Conoce usted si existen restaurantes de cocina fusión en la ciudad de Manta?

- a) American fusion bar
- b) Kokoa - Asian Food Fusión
- c) Tacu Tacu Manta
- d) Ninguno
- e) Otro _____

Preguntas orientadas a responder el objetivo 4

1. ¿Cuál cree que sería una propuesta eficaz para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local?

- a) Uniones estratégicas
- b) Gestión de marketing
- c) Fusión con la gastronomía típica
- d) Ninguna de las anteriores
- e) Otras _____

2. ¿Cuál cree usted que sería una buena implementación de propuesta gastronómica en el cantón Manta?
- a) La cocina fusión
 - b) Marketing gastronómico
 - c) Guías gastronómicas
 - d) Productos innovadores
 - e) Innovación de restaurantes



Datos Personales del Experto:

Apellidos: Mora Pisco Carmen Inés

Organización donde Trabaja: Uleam

Título de Pre-grado: Ingeniera en administración de empresas turísticas

Título de Post-Grado: Gestión del turismo sostenible

C. I.: 1312103508

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

VALIDACION ENTREVISTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		

VALIDACION ENCUESTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

VALIDACIÓN ENTREVISTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		

VALIDACIÓN ENCUESTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

VALIDACIÓN ENTREVISTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3		X	¿Qué factores se deben considerar para la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en restaurantes del cantón Manta? Justifique su respuesta
4	X		
5	X		
6		X	¿De qué manera impulsaría a forma de tendencia un nuevo plato y que capte la atención del público?
7		X	De qué manera considera usted que el GAD municipal de Manta apoyaría a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas.

VALIDACIÓN ENCUESTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4		X	¿Conoce usted o ha escuchado sobre una guía gastronómica en la ciudad de Manta? d) Si e) No ¿Cual? _____
5		X	¿Tiene conocimiento sobre algunas de estas cocinas fusión?
6	X		
7	X		
8		X	¿Cuál considera usted sería la implementación adecuada de propuesta gastronómica en el cantón Manta?

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Si: X No _____

Observaciones: _____

Firma:



Fecha: 13 enero. 2023

Manta, Enero de 2023

Mariuxi Bruzza Moncayo, Mg
Señor (a)

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de conocer las nuevas tendencias alimenticias del cantón Manta, año 2022

Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en turismo, objeto de estudio de esta investigación.

Ud. ha sido seleccionado(a) como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,

Autora
Castillo Chimbo Milena
Pilligua Chóez Valeria



TEMA DE INVESTIGACIÓN:
"ESTUDIO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN MANTA, NUEVAS TENDENCIAS ALIMENTICIAS, AÑO 2022"

OBJETIVO GENERAL.

Explicar las nuevas tendencias alimenticias para desarrollar el turismo gastronómico en Manta.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Identificar los principales indicadores que determinan que una comida debe ser considerada tendencia.
2. Determinar las tendencias alimentarias que predominan en el ámbito turístico gastronómico a nivel mundial.
3. Mostrar las nuevas tendencias gastronómicas del cantón Manta que pueden ser utilizadas para desarrollar el turismo de la ciudad.
4. Generar propuestas para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local.

FORMATO DE INVESTIGACIÓN PARA ENTREVISTA

Esta entrevista va dirigida a 3 docentes de la facultad de educación, turismo, artes y humanidades; especialistas en el área de Turismo, del cantón Manta.

Preguntas orientadas a responder el objetivo 3
1. ¿Qué platos considera usted que pueden ser reconocidos como tendencia gastronómica en la ciudad de Manta actualmente? Justifique su respuesta.
2. ¿Cuál de los platos mencionados anteriormente considera usted que pudiera ser utilizado para desarrollar el turismo de la ciudad? Justifique su respuesta

Preguntas orientadas a responder el objetivo 4
3. ¿Qué factores tomaría en cuenta para la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en restaurantes del Cantón Manta? Justifique su respuesta
4. ¿En base a su experiencia, qué considera usted que sería importante en la ciudad de Manta para convertir en tendencias el consumo de la gastronomía tradicional local?
5. ¿La estructura de promoción turística que tiene el Cantón Manta es suficiente para impulsar las nuevas tendencias alimenticias tanto a nivel nacional como internacional? ¿Por qué?

- | |
|--|
| 6. ¿De qué manera impulsaría a forma de tendencia un nuevo plato y que capte la atención del público? |
| 7. De qué manera considera usted que el GAD municipal de Manta apoyaría a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas. |

FORMATO PARA LA ENCUESTA

Esta encuesta va dirigida a 98 habitantes del cantón Manta.

Preguntas orientadas a responder el objetivo 3
1. ¿Qué tipos de restaurantes le gustaría conocer? a) Tradicional b) Gourmet c) Comida rápida d) Vegana/vegetariana e) Otro _____
2. ¿Qué características son indispensables para que usted visite un restaurante en Manta? a) Amplia variedad b) Productos de elaboración compleja c) Autoservicio del menú d) Platos en tendencia e) Otro _____
3. ¿A través de qué medios conoció los restaurantes con nuevas tendencias gastronómicas? a) Amigos b) Familia c) Publicidad d) Internet e) Otros _____
4. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre una guía gastronómica en la ciudad de Manta? a) Sí b) No c) Tal vez

5. ¿Tiene conocimiento sobre algunas de esta cocina fusión? a) Chino-estadounidense b) Tex-Mex c) Criolla y cajún d) Ninguno e) Otros _____
6. ¿Conoce usted si existen restaurantes de cocina fusión en la ciudad de Manta? a) American fusion bar b) Kokoa - Asian Food Fusión c) Tacu Tacu Manta d) Ninguno e) Otro _____

Preguntas orientadas a responder el objetivo 4
1. ¿Cuál cree que sería una propuesta eficaz para convertir en tendencia el consumo de la gastronomía tradicional local? a) Uniones estratégicas b) Gestión de marketing c) Fusión con la gastronomía típica d) Ninguna de las anteriores e) Otras _____
2. ¿Cuál cree usted que sería una buena implementación de propuesta gastronómica en el cantón Manta? a) La cocina fusión b) Marketing gastronómico c) Guías gastronómicas d) Productos innovadores e) Innovación de restaurantes

Datos Personales del Experto:

Apellidos:

Organización donde Trabaja:

Título de Pre-grado:

Título de Post-Grado:

C. I.: _____

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

VALIDACION ENTREVISTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		

VALIDACION ENCUESTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

VALIDACION ENTREVISTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		

VALIDACION ENCUESTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

VALIDACION ENTREVISTA

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1		X	¿Qué platos considera usted que podrían ser reconocidos como tendencia gastronómica en la ciudad de Manta actualmente? Justifique su respuesta.
2		X	¿Cuál de los platos mencionados anteriormente considera usted que podría ser considerado como nueva experiencia culinaria ? Justifique su respuesta
3	X		
4		X	¿En base a su experiencia, qué aspectos deben ser considerados para convertir los platos que tiene la ciudad de Manta en tendencias el consumo ?
5	X		
6		X	¿De qué manera impulsaría a forma de tendencia un nuevo plato

			para que sea tendencia y que capte la atención del público?
7		X	De qué manera considera usted que el GAD municipal de Mantua debería o podría apoyar a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas.

VALIDACIÓN ENCUESTA

#Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5		X	¿Tiene conocimiento sobre estas tendencias en cocina fusión?
6	X		
7	X		
8		X	¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que podría ser una buena implementación de propuesta gastronómica en el cantón Mantua?

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Si X No _____

Observaciones: Sugiero que en la pregunta 1 para el objetivo 4 se podría agregar: tendencias funcionales y o funcionales.

Firma:  

Fecha: 13 enero. 2023

Anexos 3. Validación de entrevistas y encuestas



Anexos 4. Experto 1 en el Área Gastronomía

Nombres y apellidos: *Emil Viera*
 Área de profesionalización: *Administración, Alimentación, Chef*
 Rango de edad: *35-45*
 Área de experiencia: *Administración, Gastronomía*
 Tiempo de experiencia: *17 años*
 Cargo: *Docente*

ENTREVISTAS

1. ¿Qué platos considera usted que podrían ser reconocidos como tendencia gastronómica en la ciudad de Manta actualmente? Justifique su respuesta.

*Ceviche
Viche
Por ser platos con diversos ingredientes,
por la aceptación de los turistas.*

2. ¿Cuál de los platos mencionados anteriormente considera usted que podría ser considerado como nueva experiencia culinaria? Justifique su respuesta

*Como nueva experiencia culinaria el viche,
ya que se puede innovar y mejorar su
presentación*

3. ¿Qué factores tomaría en cuenta para la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en restaurantes del Cantón Manta? Justifique su respuesta

- Avances tecnológicos (utensilios, equipos)
- Programas de capacitaciones en nuevas técnicas culinarias

4. ¿En base a su experiencia, qué aspectos deben ser considerados para convertir los platos que tiene la ciudad de Manta en tendencias el consumo?

- Seguridad Alimentaria
- Innovación de productos y servicios
- Apertura de nuevos mercados

5. ¿La estructura de promoción turística que tiene el Cantón Manta es suficiente para impulsar las nuevas tendencias alimenticias tanto a nivel nacional como internacional? ¿Por qué?

La promoción turística en Manta cuenta con debilidades, ya que no existe una estructura sólida que trascienda en el tiempo. Falta de apoyo de estado.

6. ¿De qué manera impulsaría un nuevo plato para que sea tendencia y que capte la atención del público?

- 1- Apoyo del estado o gobierno
- 2- Marketing, publicidad a nivel internacional
- 3- Apertura de nuevos mercados competitivos
- 4- Aseguramiento de la calidad de productos y servicios

7. De qué manera considera usted que el GAD municipal de Manta debería o podría apoyar a la creación de estrategias para implementar nuevas tendencias gastronómicas.

El GAD debe apoyar y participar en planes de desarrollo turístico gastronómico y buscar colaboración con especialistas internacionales para que aprendan con experiencias a la creación de estrategias.

Anexos 5. Evidencia de entrevista a experto 2