



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD DE TURISMO ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA
EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

TÍTULO:

Importancia de la gastronomía local en la experiencia del turista caso Manta.

AUTORA: Alonzo Pico Jahaira

TUTOR: Leda. Claudia Loor Caicedo, Mg.

MANTA- MANABÍ- ECUADOR
2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICO

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

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante ALONZO PICO JAHAIRA MARIBEL, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMIA LOCAN EN LA EXPERIENCIA DEL TURISTA CASO MANTA"*

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

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

Manta, Martes, 12 de agosto de 2025.

Lo certifico,

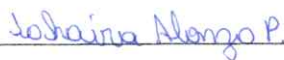


CLAUDIA LOOR CAICEDO

DOCENTE TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo cumplir con los requisitos previos para la obtención del título de Licenciada en Hospitalidad y Hotelería de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Las ideas presentadas en el documento son propiedad intelectual de Alonzo Pico Jahaira Maribel, enfatizando que se debe otorgar el crédito adecuado si se utiliza algún extracto del texto

A handwritten signature in blue ink, reading "Jahaira Alonzo P.", is positioned above a horizontal line.

Alonzo Pico Jahaira Maribel

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMIA LOCAL EN LA EXPERINCIA DEL TURISTA CASO MANTA”, ha sido realizado y concluido por las estudiantes Alonzo Pico Jahaira Maribel, 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:



Ing. Angela Farfán Tigre

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Lcda. Claudia Loor.

DOCENTE TUTOR DE TITULACION



Ing. Cabrera Chávez María

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Gastro_: Durán Guznay Marcos

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Alonzo Pico Jahaira Maribel

EGRESADA

Dedicatoria

Gracias a Dios, por guiar cada paso de mi camino, darme fortaleza en los momentos difíciles y llenarme de sabiduría para alcanzar esta meta.

A mis padres, por su amor incondicional, sacrificios y enseñanzas, que han sido la base de mi formación personal y profesional.

A mi esposo, por su apoyo constante, paciencia y motivación, que me impulsaron a seguir adelante incluso en los días más desafiantes.

A mis hijas, que son mi mayor inspiración y el motor que me impulsa a luchar por mis sueños; este triunfo también es para ustedes.

Hoy, este logro es el fruto del amor, la fe y el esfuerzo compartido.

Alonzo Pico Jahaira

Reconocimiento

Dirijo este reconocimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a la Facultad Turismo Artes y Humanidades, por brindarme la oportunidad y las herramientas para formarme profesionalmente.

A mi directora de tesis, Claudia Loor por su orientación, paciencia y compromiso en la realización de este trabajo.

A mis padres, esposo e hijas, por acompañarme y motivarme en cada etapa de este camino académico.

A mis compañeros y amigos, por las experiencias compartidas que enriquecieron este proceso.

Y a todos los docentes que impartieron sus enseñanzas de una u otra forma, contribuyeron para que este proyecto se haga realidad.

Alonzo Pico Jahaira

Resumen

El objetivo principal de este estudio fue explorar la gastronomía de Manta como un componente clave de la experiencia turística considerando su autenticidad, su calidad, su valoración en el destino y su oferta, con el fin de realizar una propuesta que contribuya a mejorar los servicios y mejorar la experiencia del turista. Se aplicó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo, para la recolección de datos, se aplicó una encuesta a una muestra de 50 turistas que llegaron a Manta. Con los resultados obtenidos se propuso que la oferta gastronómica tradicional mantenga su autenticidad y calidad en los alimentos. Se concluyó que la gastronomía de Manta constituye un componente esencial e inclusivo de la experiencia turística, ya que permite a los visitantes degustar la cultura y los sabores propios de su gente, lo que resultó altamente atractivo y satisfactorio para ellos. La mayoría de los turistas coincidió en destacar la calidad y autenticidad de la propuesta gastronómica local. Sin embargo, también señalaron la necesidad de ampliar la variedad de la oferta y fortalecer la promoción de la gastronomía como un valor diferenciador de la región.

Palabras clave: Gastronomía, local, turista, Manta.

Summary

The main objective of this study was to explore the gastronomy of Manta as a key component of the tourist experience, considering its authenticity, quality, value within the destination, and overall offerings, with the aim of developing a proposal to improve services and enhance the visitor experience. A quantitative approach with a descriptive design was applied, and data collection was carried out through a survey administered to a sample of 50 tourists visiting Manta. Based on the results, it was proposed that the traditional gastronomic offerings should preserve their authenticity and maintain high food quality. The study concluded that Manta's gastronomy is an essential and inclusive component of the tourist experience, as it allows visitors to savor the culture and distinctive flavors of its people, which proved to be highly attractive and satisfying for them. Most tourists agreed on the quality and authenticity of the local gastronomy; however, they also pointed out the need to expand the variety of offerings and strengthen the promotion of gastronomy as a distinctive value of the region.

Keywords: Gastronomy, local, tourist, Manta.

Índice

1. Diseño teórico.....	13
1.1. Problema	13
1.2. Objetivo.....	15
1.2.1. Objetivo general	15
1.2.2. Objetivos específicos	15
1.3. Hipótesis	16
1.4. Variables conceptuales	16
1.4.1. Variable independiente.....	16
1.4.2. Variable dependiente	16
1.5. Variables operacionales.....	16
Variable 1: Gastronomía local.....	16
Variable 2: Experiencia del turista	17
Satisfacción gastronómica	17
Capítulo I Marco teórico.....	20
Antecedentes.....	20
Bases teóricas.....	23
Variable independiente: Gastronomía local	23
Definición de gastronomía local	23
Experiencias sensoriales y culturales.....	24
Atractivo turístico y diferenciación de destinos	25
Relación entre gastronomía y desarrollo económico local	26
Promoción de emprendimientos	27
Conservación de la cultura culinaria.....	28
Variable dependiente: Experiencia del turista.....	28
Definición de experiencia del turista	28

	10
Factores que influyen en la experiencia del turista.....	29
Tipos de experiencias turísticas	30
Satisfacción y lealtad del turista	31
El papel de la gastronomía en la diferenciación de destinos	32
Experiencia del turista y sostenibilidad	32
Capítulo II. Diseño metodológico.....	36
2.1. Población	36
2.2. Muestra	36
2.3. Métodos	38
2.3.1. Método Analítico	38
2.3.2. Método Inductivo.....	38
2.3.3. Método Deductivo	38
2.4. Técnicas	39
2.4.1. Encuesta	39
2.4.2. Entrevista	39
Capítulo III. Resultados y discusión.....	40
3.1. Resultados.....	40
3.1.1. Encuestas	40
Análisis general.....	47
3.1.2. Entrevistas.....	49
3.2. Discusión	51
Conclusiones.....	53
Recomendaciones	54
Bibliografía	56
Anexo.....	58
Anexo 1 Encuesta	58
Anexo 2 Entrevista.....	61

Anexo 3 Evidencias fotográficas	62
Anexo 4 Propuesta	63
Capacitación continua.....	67
Estandarización de procesos	67
Diversificación de la oferta.....	67
Promoción y marketing.....	68
Experiencias interactivas	68

Índice de tabla

Tabla 1 Matriz de operacionalización	18
Tabla 2 Sostenibilidad.....	33
Tabla 3 Frescura de los ingredientes.....	40
Tabla 4 Autenticidad de la cocina tradicional manabita.	40
Tabla 5 Variedad de platos típicos locales.	41
Tabla 6 Gastronomía de Manta.	41
Tabla 7 Presentación de los platos	42
Tabla 8 Experiencia gastronómica.	42
Tabla 9 Tradiciones y técnicas culinarias de la región.....	43
Tabla 10 Cultura y costumbres.	43
Tabla 11 Acceso a platos típicos en los restaurantes.....	44
Tabla 12 Gastronomía local en sitios turísticos que recorrió.....	44
Tabla 13 Calidad y el sabor de los platos típicos de Manta.....	45
Tabla 14 Expectativas previas al viaje.....	45
Tabla 15 Gastronomía es un reflejo auténtico de la identidad cultural de Manta.	46
Tabla 16 Actividad relacionada con la gastronomía (como talleres, ferias o visitas a mercados).....	46
Tabla 17 Recomendación de la gastronomía local de Manta.....	47
Tabla 18 Entrevistas.....	49

Introducción

1. Diseño teórico

1.1.Problema

El turismo constituye una de las principales actividades económicas y socioculturales de las ciudades costeras, y su relación con la gastronomía es cada vez más evidente. La oferta culinaria no solo satisface una necesidad básica, sino que también transmite tradiciones, costumbres y valores de una localidad. En este sentido, la gastronomía se convierte en un recurso turístico que fortalece la identidad cultural de los destinos. En Manta, reconocida por su diversidad marina y culinaria, la gastronomía representa un atractivo que puede incidir directamente en la satisfacción y percepción de los visitantes. Sin embargo, aún existe un vacío de conocimiento respecto a cómo la cocina local impacta la experiencia del turista, y si realmente constituye un factor diferenciador frente a otros destinos similares

La gastronomía ecuatoriana y especialmente la de la ciudad de Manta, repotencia la ciudad tanto a nivel nacional como internacional gracias a su gigante impacto cultural, su desarrollo y crecimiento económico y su atracción hacia turistas que buscan experiencias auténticas. La ciudad de Manta, ubicada en la costa de Ecuador, además de su impresionante impacto cultural y turístico, cuenta con una identidad marítima y costera que se refleja a través de su exquisita gastronomía, como es el famoso ceviche, el encebollado o la corvina.

A nivel mundial, ahora la gastronomía es parte de la experiencia integrada del turismo. Para la Organización Mundial del Turismo (2019), “Italia, Francia, Tailandia y México se han posicionado no solo por sus atracciones turísticas, sino también por la oferta culinaria, que es parte de su cultura de identidad” (p. 53). Ha habido un notable

aumento en el turismo gastronómico y los viajeros se aseguran no solo de visitar ciertos lugares, sino de probar la comida y aprender sobre la cultura. Esto ha animado a varios países a comercializar estratégicamente su comida como parte del turismo.

Ecuador ha estado en el mapa durante los últimos años como un destino de turismo culinario. Cada región del país tiene una oferta gastronómica particular que muestra su biodiversidad y rica cultura. En palabras de Baldeon (2019), “el país es cada vez más considerado como un destino atractivo para turistas nacionales e internacionales ansiosos por experimentar su rica cultura a través de su comida, comenzando por los mariscos costeros, platos andinos hasta la cocina amazónica” (p. 5).

En el caso de Manta, una ciudad costera en la provincia de Manabí, la cocina local constituye un componente esencial en la experiencia del turista, al ser reconocida por su rica herencia culinaria basada principalmente en mariscos y productos del mar como pescados y camarones. La oferta gastronómica de la ciudad, resultado de su ubicación geográfica y tradición pesquera, representa un valor añadido para los visitantes que buscan sumergirse en la autenticidad cultural del lugar a través de su cocina. Sin embargo, a pesar de este potencial, persiste la necesidad de promover y fortalecer la gastronomía local para consolidarla como un motor más robusto de desarrollo turístico (Castillo y Pilligua, 2023).

En este contexto, la presente investigación se centra en analizar la influencia de la gastronomía local en la experiencia turística de quienes visitan Manta durante el período 2023-2024, delimitando su alcance al cantón Manta y a los establecimientos de servicios gastronómicos vinculados a la actividad turística en la zona urbana y costera.

Manta, ciudad costera de la provincia de Manabí, cuenta con una amplia herencia culinaria basada en mariscos y productos pesqueros que forman parte esencial de su

identidad cultural y de la experiencia de sus visitantes. No obstante, a pesar de esta riqueza gastronómica, la ciudad no ha logrado consolidarse como un destino gastronómico diferenciado dentro del mapa turístico del Ecuador y del mundo. El problema central radica en la ausencia de estrategias locales integrales que incorporen la cocina como un componente primario en la planificación y promoción del turismo.

La oferta culinaria existente, aunque valorada por los turistas, carece de un posicionamiento estratégico que permita proyectar a Manta más allá del consumo ocasional de productos marinos, convirtiéndola en una marca o imagen culinaria reconocida. Esta situación evidencia la necesidad de analizar de qué manera la gastronomía local influye en la experiencia turística, y qué tan determinante resulta para generar identidad, fidelización y desarrollo económico sostenible en la ciudad.

Por ello surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Como la gastronomía local influye en la experiencia del turista en Manta?

1.2.Objetivo

1.2.1. Objetivo general

Analizar la influencia de la gastronomía local en la experiencia del turista en la ciudad de Manta, con el fin de proponer estrategias que fortalezcan su posicionamiento como destino gastronómico

1.2.2. Objetivos específicos

- Realizar una revisión bibliográfica y documental sobre la relación entre gastronomía y turismo para fundamentar el marco teórico de la investigación.

- Aplicar encuestas y entrevistas a turistas y actores locales con el fin de diagnosticar la situación actual de la gastronomía en la experiencia turística de Manta.
- Analizar de manera crítica los resultados obtenidos para identificar fortalezas, debilidades y oportunidades en la oferta gastronómica local.
- Diseñar una propuesta estratégica que oriente la mejora de los servicios gastronómicos y contribuya a consolidar la identidad culinaria de Manta como atractivo turístico

1.3.Hipótesis

Hi. La gastronomía local tiene una influencia significativa en la experiencia del turista en Manta

Ho. La gastronomía local no tiene una influencia significativa en la experiencia del turista en Manta

1.4.Variables conceptuales

1.4.1. Variable independiente

- Gastronomía local

1.4.2. Variable dependiente

- Experiencia del turista

1.5.Variables operacionales

Variable 1: Gastronomía local

Dimensiones

Calidad de los ingredientes

Diversidad de platos

Presentación de los alimentos

Autenticidad culinaria

Disponibilidad de gastronomía local

Variable 2: Experiencia del turista

Dimensiones

Satisfacción gastronómica

Percepción cultural

Interacción y participación

Expectativas cumplidas

Recomendación y repetición

Tabla 1

Matriz de operacionalización

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems o Preguntas
Gastronomía local	Calidad de los ingredientes	Frescura y autenticidad de los productos locales	- ¿Cómo calificaría la frescura de los ingredientes en los platos que ha probado en Manta? - ¿Los ingredientes utilizados en la gastronomía reflejan la autenticidad de la cultura local?
	Diversidad de platos	Variedad de platos típicos ofrecidos	- ¿Considera que existe una amplia variedad de platos típicos en los restaurantes locales? - ¿Ha tenido la oportunidad de probar diferentes platos representativos de Manta?
	Presentación de los alimentos	Estética y atractivo visual de los platos	- ¿Qué opinión tiene sobre la presentación visual de los platos que ha probado? - ¿Considera que la presentación de los platos mejora su experiencia gastronómica?
	Autenticidad culinaria	Respeto por las tradiciones y técnicas locales	- ¿Cree que los platos que ha consumido respetan las tradiciones culinarias locales? - ¿La comida local le ha permitido conocer mejor la cultura y tradiciones de Manta?
	Disponibilidad de gastronomía	Accesibilidad de platos típicos en establecimientos locales	- ¿Considera fácil encontrar platos típicos en los restaurantes o mercados de Manta? - ¿La gastronomía local está disponible en la mayoría de los lugares turísticos que ha visitado?
	Satisfacción gastronómica	Nivel de satisfacción con la comida local	- ¿Qué tan satisfecho se siente con la calidad de los platos típicos de Manta? - ¿La gastronomía local cumplió con sus expectativas en cuanto a calidad y sabor?
Experiencia del turista	Percepción cultural	Conexión cultural a través de la gastronomía	- ¿La comida local le permitió conocer mejor la cultura de la región? - ¿La gastronomía refleja la identidad cultural de Manta según su percepción?
	Interacción y participación	Participación en actividades gastronómicas	- ¿Tuvo la oportunidad de participar en actividades relacionadas con la gastronomía local (como clases o visitas a mercados)? - ¿Considera valiosa la oportunidad de interactuar con la gastronomía local a través de experiencias participativas?

Expectativas cumplidas	Cumplimiento	de	- ¿La gastronomía de Manta cumplió o superó sus expectativas previas al viaje?
	expectativas previas		- ¿Recomendaría la gastronomía de Manta a otros turistas?
Recomendación	y	Disposición a recomendar o	- ¿Qué tan probable es que recomiende la comida típica de Manta a otros?
repetición		regresar	- ¿Le gustaría regresar a Manta para seguir disfrutando de su gastronomía local?

Fuente: (Cuzme, 2022)

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Capítulo I Marco teórico

El turismo, como una de las principales actividades económicas a nivel mundial, está *profundamente influenciado por las experiencias culturales que los destinos ofrecen a sus visitantes*. Dentro de estas experiencias, la gastronomía local juega un papel central, ya que permite a los turistas conectar con la identidad cultural, las tradiciones y el patrimonio de una región. En el caso de Manta, una ciudad costera de Ecuador conocida por su riqueza en productos del mar y tradiciones culinarias, la gastronomía se posiciona como un elemento clave para enriquecer la experiencia del turista.

Antecedentes

Alcívar (2022) en su libro *“La gastronomía como motor atractivo del turismo para el desarrollo de empresas locales basado en el turismo en la Ciudad Creativa de la UNESCO de Portoviejo, Ecuador”* sugiere que la gastronomía puede convertirse en un motor estratégico para el desarrollo de las empresas locales de Portoviejo, especialmente tras la designación de la Ciudad Creativa de la UNESCO. Este reconocimiento internacional aumenta el valor de la gastronomía como un recurso cultural y socioeconómico que puede ayudar a construir la identidad local y estimular la actividad económica en la región. Utilizando una metodología cualitativa, entrevistas con emprendedores locales de Portoviejo y análisis de documentos, el estudio muestra que promover la gastronomía indígena no solo satisface la necesidad de los visitantes que buscan experiencias significativas, sino que también da lugar a nuevas oportunidades de negocio y empleo. Las conclusiones destacan que potenciar la gastronomía indígena puede ser un motor clave del turismo cultural y un acelerador del desarrollo sostenible.

El “Estudio gastronómico en el cantón de Manta, nuevas tendencias alimenticias, año 2022”, de Castillo y Pilligua (2023), analiza cómo afectan las nuevas tendencias alimenticias al sector gastronómico de Manta, destacando las nuevas ofertas tanto para la culinaria como para el consumidor. La investigación, de carácter mixto, incluye encuestas a los consumidores

para conocer la marca de su preferencia alimentaria, así como entrevistas a los dueños de los restaurantes para saber cómo manejan la oferta de sus menús. Entre los hallazgos más relevantes, los autores destacan que el consumo de comida saludable en la región, el uso de la sostenibilidad como discurso responsable, y el crecimiento de la fusión gastronómica en venta como respuesta a las expectativas de los turistas. Para aprovechar la ventaja, los autores concluyen que esto constituye la oportunidad para posicionar el turismo en gastronomía en Manta, siempre y cuando se haga de forma planificada y se incorporen a las políticas de los planes de desarrollo turístico.

En "Turismo y desarrollo local en el litoral ecuatoriano. Potencialidad y límites: *Crucita, Ecuador*", Sabando (2022) explora el impacto del turismo como una vía para el desarrollo local en Crucita, que es un pequeño pueblo ubicado en la costa de Ecuador. El estudio tiene como objetivo determinar el potencial turístico de esta área en relación con la cocina local, los recursos naturales y la cultura. Basándose en una metodología mixta que consiste en estudios de campo, entrevistas con partes interesadas relevantes y análisis de documentos del plan turístico, el autor llega a la conclusión de que, aunque Crucita posee un gran recurso natural y cultural para el turismo, existen algunos, de hecho, numerosos y serios obstáculos que enfrentar. Estos incluyen infraestructura insuficiente y falta de infraestructura adecuada, mala comercialización y la necesidad de capacitar a las comunidades locales para ofrecer estándares de servicio aceptables.

Un estudio realizado en Latacunga analizó la percepción de los turistas respecto a la comida tradicional mediante 445 encuestas aplicadas de manera presencial y online. La investigación mostró que los visitantes valoran especialmente la autenticidad, frescura y sabor de los platos locales, aunque identificaron áreas de mejora en la presentación y el servicio. Los resultados sugieren que la gastronomía puede convertirse en un recurso estratégico para potenciar la identidad cultural y la satisfacción del turista, siempre que se gestione de manera

planificada. Este antecedente es relevante para Manta, pues evidencia que la riqueza culinaria por sí sola no garantiza una experiencia turística positiva; requiere estandarización, innovación y promoción adecuada (Carvache, 2022).

En el centro histórico de Quito, una investigación aplicada con 100 turistas reveló que la gastronomía patrimonial actúa como un atractivo primario capaz de fortalecer el conocimiento del patrimonio tangible e intangible de la ciudad. La metodología incluyó encuestas y análisis comparativo de rutas gastronómicas. Los hallazgos muestran que los turistas perciben la cocina local como un factor diferenciador que mejora su experiencia y fidelización. Para la investigación en Manta, este estudio refuerza la idea de que la gastronomía puede funcionar como un recurso central del turismo, más allá de ser un complemento de la visita, y aporta criterios metodológicos útiles para medir la percepción del visitante.

En México, objeto de un estudio etnográfico sobre turismo gastronómico que buscaba comprender cómo las cocinas tradicionales contribuyen al turismo cultural vivencial. Mediante *observación participante, entrevistas a cocineros y análisis de actividades comunitarias*, los autores concluyeron que la gastronomía indígena genera experiencias inmersivas significativas y fortalece la identidad local. Además, se evidencia que estas experiencias contribuyen a la creación de empleo y a la dinamización de microempresas locales. Este antecedente es especialmente útil para Manta, muestra cómo integrar experiencias gastronómicas auténticas con la economía local puede convertir la oferta culinaria en un motor de desarrollo socioeconómico y turístico.

Este proyecto es parte del estudio sobre la gastronomía de Manta al resaltar la importancia de la gastronomía como un punto focal de la experiencia turística, así como el potencial que tiene para fomentar el crecimiento económico sostenible en las comunidades costeras.

Bases teóricas

Variable independiente: Gastronomía local

Definición de gastronomía local

La gastronomía local se refiere a la herencia culinaria de una región o comunidad que se compone de recetas y platos que han evolucionado a lo largo del tiempo. La gastronomía local no solo se caracteriza por la riqueza de sus sabores, sino por lo que representa en torno a la cultura de sus habitantes. En este sentido, los ingredientes son autóctonos o de la región, mientras que los procedimientos de los platos son tradicionales. En la obra de Ferguson, esta última se basa en la cultura y, según Ferguson (2014), la gastronomía local se refiere a uno de los elementos más claves en la historia, la cultura y los valores de una comunidad, como lo es la gastronomía, pues “cada platillo” se nos regocija en ofrecer un relato de la región, así como las costumbres y cómo su población se ha adaptado a su espacio.

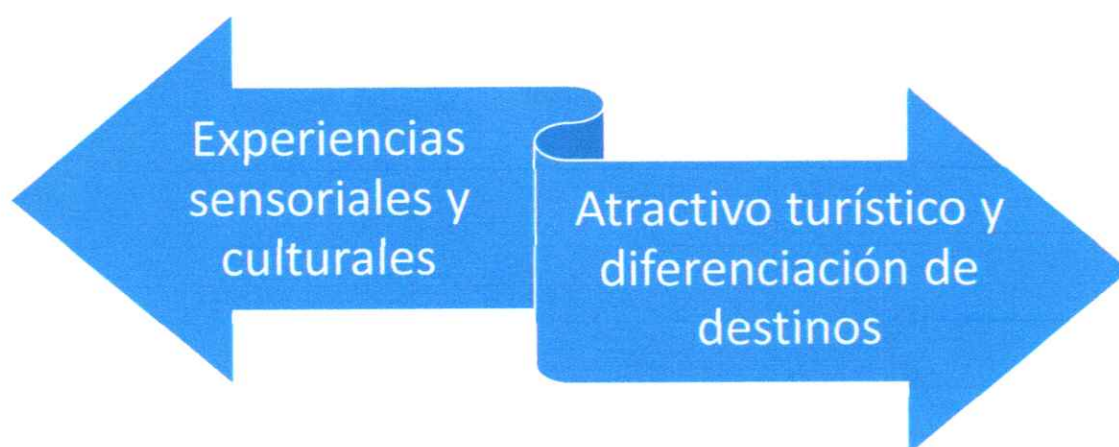
Por lo tanto, la gastronomía local se configura como un hecho que trasciende la mera preparación de alimentos. Esta constituye una de las vitalidades económicas y sociales de un territorio. Y, lo que, es más, resulta de gran interés para la nutrición de la cultura y la memoria, así como para la definición de carácter colectivo de grupo social, constituyendo, por tanto, un bien para los que viven en ese lugar y para los que viajan a esa región.

La gastronomía local, más allá de ser simplemente la preparación de alimentos, constituye un elemento central de la identidad cultural de una región, cada platillo refleja la historia, los valores y las costumbres de una comunidad, funcionando como un relato que conecta pasado y presente. Reflexionando sobre esto, se puede afirmar que la cocina de una localidad no solo satisface necesidades nutricionales, sino que también ofrece una experiencia cultural que fortalece la memoria colectiva y la pertenencia social. En el contexto de Manta, esta perspectiva cobra especial relevancia, ya que los mariscos y platos tradicionales permiten

al turista vivir la cultura local a través del gusto y la tradición, consolidando así la gastronomía como un recurso estratégico para el turismo y el desarrollo económico de la región.

Importancia de la gastronomía en el turismo

Gráfico 1 Importancia de la gastronomía en el turismo



Fuente: (Cusme, 2022)

Experiencias sensoriales y culturales

La cocina de un país influye muy profundamente en los turistas de un país dado en el plano sensorial, cultural y emocional. Cuzme (2022) III define los alimentos, yendo más allá de una cultura, como un verdadero medio de transición. El acto de comer se transforma en un viaje a través de los sentidos, y los turistas pueden deleitarse con sabores, texturas, olores y colores que catalizan la cultura local. El aspecto emocional de la cocina constituye un factor muy crucial en el turismo; las personas que pasan en un país una sola vez dudan en viajar a otro país en un viaje, ya que las personas marcan y les gustan los capítulos de las personas.

Explorar la gastronomía local también genera un aprendizaje cultural; a través de la comida, los turistas pueden conocer la historia y las costumbres de una región, puesto que muchos de los platos tradicionales tienen que ver con los ancestros, las épocas coloniales, la extranjería y los rituales que forman parte del ADN cultural de la comunidad. Los turistas que exploran la gastronomía local no solo obtienen información de los componentes y los pasos a seguir, sino que también participan en las costumbres y el significado cultural que hay en torno a cada plato. Esto hace que la gastronomía sea un importante atractivo turístico, ayuda a los viajeros a disfrutar de las tradiciones y profundizar su comprensión de la cultura local.

Atractivo turístico y diferenciación de destinos

La gastronomía se ha consolidado como un factor estratégico en la competitividad de los destinos turísticos, no solo satisface necesidades alimenticias, sino que transmite identidad cultural y fortalece la marca de una región (Pérez y González, 2019). En un contexto globalizado, donde los turistas tienen acceso a experiencias culinarias de todo el mundo, los destinos que ofrecen platos autóctonos y experiencias gastronómicas auténticas logran diferenciarse, atraer visitantes interesados en vivencias significativas y prolongar la estadía, generando un impacto económico positivo.

González (2018) resalta que la gastronomía local permite al turista ir más allá de la degustación, convirtiéndose en un medio para explorar la cultura, las tradiciones y la historia de un lugar. De esta forma, los platos tradicionales se transforman en experiencias multidimensionales que fortalecen la fidelización y el reconocimiento del destino.

Estudios recientes en Ecuador refuerzan esta idea. Castillo y Pilligua (2023) muestran que la integración de tendencias culinarias innovadoras y sostenibles en Manta incrementa la satisfacción del turista y contribuye a diferenciar la ciudad como destino gastronómico. De manera complementaria, Alcívar (2022) evidencia que en Portoviejo la gastronomía indígena

dinamiza la economía local y fortalece la identidad cultural, lecciones que pueden aplicarse a Manta para posicionar estratégicamente su oferta culinaria.

En consecuencia, la gastronomía deja de ser un elemento complementario para convertirse en un pilar del turismo experiencial, capaz de generar experiencias memorables, construir identidad territorial y consolidar la reputación del destino. Para Manta, la oferta de mariscos y platos tradicionales representa una oportunidad única, que requiere gestión estratégica, innovación y promoción para diferenciar la ciudad, atraer turistas nacionales e internacionales y contribuir al desarrollo económico y cultural sostenible.

Relación entre gastronomía y desarrollo económico local

Generación de empleo

La promoción de la gastronomía de una región está relacionada de manera efectiva y concreta con la generación de empleo en dicha región. Como sostiene González (2018), la industria de la gastronomía también genera empleo en otras actividades diferentes a la alimentación, como en la producción de la materia prima y su distribución, en la comercialización de productos autóctonos, y en actividades como la agricultura y la pesca. La gastronomía en su conjunto constituye una cadena de valor que integra a la micro y la macro economía, generando empleo en distintos rubros y promoviendo la economía en su conjunto. Por otro lado, la expansión del turismo gastronómico también incursiona en la formación profesional en gastronomía, administración de instituciones de gastronomía y ecoturismo gastronómico, así como en la elaboración de tours culinarios, contribuyendo de esta manera a la economía de la región de manera integral.

Para el caso de la Ferguson (2014), la gastronomía, además de lo mencionado, es un factor importante que contribuye a la recuperación de poblaciones rurales o con un estatus socioeconómico bajo. La recuperación de valor de los productos locales constituye un factor

que en muchos casos logra disminuir la migración a las grandes ciudades, ayudando a las poblaciones rurales a tener opciones de empleo y mejorar su calidad de vida.

Promoción de emprendimientos

Serrano (2016) señala que la gastronomía local constituye un recurso estratégico para el desarrollo de nuevos emprendimientos, especialmente en sectores como hostelería, catering y producción de alimentos. Los emprendedores que aprovechan la identidad culinaria de su región no solo buscan generar ingresos, sino también preservar y difundir la cultura y el conocimiento local, consolidando un vínculo entre tradición y economía. El creciente interés de los turistas por productos indígenas y locales impulsa la creación de pequeñas empresas, que van desde restaurantes tradicionales hasta mercados y ferias gastronómicas, fomentando un ecosistema empresarial autosostenible capaz de prosperar a largo plazo.

Además, Pérez y González (2019) destacan que la gastronomía local ofrece un marco para la innovación cultural, permitiendo que los emprendedores desarrollen nuevas formas de *ofrecer la comida, sin perder la esencia tradicional*. Estas innovaciones incluyen menús de fusión, experiencias culinarias inmersivas, talleres de cocina y presentaciones interactivas, que enriquecen la oferta turística y elevan la experiencia del visitante.

Este fenómeno tiene un doble impacto: por un lado, fortalece la economía local, generando empleo y oportunidades para micro y pequeñas empresas; por otro, contribuye a la diferenciación del destino turístico, posicionando a la gastronomía como un elemento distintivo frente a otros lugares. En Manta, por ejemplo, la riqueza de los mariscos y la tradición pesquera podría ser aprovechada mediante emprendimientos innovadores que integren degustaciones temáticas, rutas gastronómicas y talleres de cocina marina, generando experiencias significativas que conecten al turista con la cultura local.

Finalmente, la relación entre gastronomía, emprendimiento e innovación refuerza la idea de que la cocina local no es solo un atractivo turístico, sino un motor de desarrollo socioeconómico sostenible, capaz de *potenciar la identidad regional y consolidar la reputación del destino*.

Conservación de la cultura culinaria

La cultura alimentaria de un lugar tiene un papel crítico en la preservación de la cultura culinaria de esa región en particular. Como menciona González (2018), una cultura alimentaria no solo es una parte importante de la identidad de una sociedad, sino que también contribuye activamente a preservar el patrimonio intangible. Es una tradición que la gente prepara y consume los platos que los conectan con la ancestría y el patrimonio. La gastronomía local no solo tiene el potencial de preservar las tradiciones, sino que también educa a los visitantes y les ayuda a entender la historia de la región. Así, cuando la cocina local se convierte en una atracción turística, ayuda a preservar las tradiciones locales y proporciona educación a los visitantes.

Además, Serrano (2016) enfatiza las políticas de conservación de la gastronomía local que pueden incluir la formación de jóvenes chefs, la comercialización de productos agrarios locales, así como el apoyo a los pequeños agricultores. Tales políticas aseguran que las habilidades culinarias tradicionales se preservan, aunque modernizadas. La cocina local, con un creciente reconocimiento como un activo cultural y turístico, es ahora una herramienta para conservar y transmitir el patrimonio cultural a las futuras generaciones.

Variable dependiente: Experiencia del turista

Definición de experiencia del turista

La vivencia de un viajero integra una sinergia de todos los lugares que un viajero visita, sus emociones, lo que siente y mucho más, por lo que parece un circuito completo. Bajo la

teoría de la economía de la experiencia, Baldeó (2019) la sugiere colocando que dicha experiencia turística, se constituida como un evento registrable que se realiza mucho más que los servicios básicos de turismo. A su vez, los autores mencionados, apuntan que la experiencia de un turista se va construyendo por una relación activa con un destino y, por lo tanto, puede tener uno o más componentes como la emoción, los sentidos, la educación o el arte. El destino que un visitante seleccionó, así como los servicios ofrecidos, se idealizan y se perciben por la forma en que sus visitantes los brindan en su mayoría, de una buena manera.

Por otro lado, destaca que la gastronomía no es solo un añadido del turismo, sino que se integra como un factor importante de la vivencia del turista. Comer es una manera de “moverse” sin tener que desplazarse, en donde el visitante se puede conectar de forma directa con la cultura del lugar. La gastronomía se transforma de una manera en que los turistas puedan disfrutar de una experiencia emocional que complementa otras vivencias culturales, sociales e históricas. En este sentido, el turismo gastronómico puede tener un importante impacto sobre la memoria de los turistas, dado que lo que ingieren no es solamente alimento, sino una parte de la cultura de la región.

Factores que influyen en la experiencia del turista

La experiencia de un turista está moldeada por una serie de factores que se extienden más allá de las simples actividades turísticas. Los más relevantes son los siguientes:

Expectativas y motivaciones turísticas: Las expectativas de un turista son fundamentales para determinar la experiencia general. Como señala Crespo en 2019, los turistas visitan un destino determinado con un conjunto de expectativas predefinidas, gracias a materiales informativos previos como guías de viaje, recursos en internet o incluso recomendaciones de conocidos. Cuando los productos turísticos comercializados cumplen o superan las expectativas, se genera una experiencia positiva y una consecuente satisfacción.

Calidad de la oferta gastronómica: La calidad percibida de los productos gastronómicos ofrecidos juega un papel crítico en la experiencia del turista. Como señala Crespo en 2019, *la calidad de la comida abarca no solo la frescura y el sabor de los alimentos, sino también la autenticidad de la cocina, así como su presentación y el servicio posterior*. La mayoría de los turistas, en particular aquellos con interés en el turismo gastronómico, aprecian la cultura gastronómica del destino como una manera fundamental de valorar la cultura.

La manera en que los turistas se relacionan con la cultura del sitio que visitan, también afecta su experiencia. De acuerdo con Crespo (2019), los turistas que buscan vivir experiencias memorables e interesantes, intentan participar en actividades que los aprenden a las costumbres de la cultura, y la comida es una de las más accesibles. Probar un platillo típico de la cultura o asistir a una clase de cocina de la región puede convertir una comida en un momento de aprendizaje y apreciación cultural.

Tipos de experiencias turísticas

En función de los aspectos que se toman en cuenta, la experiencia turística se puede clasificar en diferentes categorías. Relacionándose con la comida, algunos ejemplos de estas experiencias son:

Experiencias sensoriales: Por experiencias sensoriales nos referimos a las que estimulan los sentidos: la gastronomía y la comida en particular. Localmente, la gastronomía impacta más en la experiencia de viaje, agencia a nivel de degustaciones. La comida puede generar placer, sorpresa y en ocasiones hasta descubrimiento. Como sugieren las Rojas y Vergara (2022), las experiencias estarán en sintonía con lo que el viaje turístico, el viaje en sí. En esta realidad, el acto de la comida no es solo una acción de obtener energía, en realidad es un proceso total que lo sumerge al disfrute de su viaje.

Experiencias culturales: Las experiencias culturales están relacionadas con el hecho de poder vivir y aprender la historia, la costumbre y la tradición de un lugar. Rodea (2022) señala que la gastronomía es una de las maneras más poderosas de construir experiencias turísticas que conlleven un aprendizaje cultural. A través de la degustación de platos típicos, los turistas no solo se deleitan con la comida, sino que acceden a un saber más profundo sobre la cultura y la historia del lugar. La identidad de un lugar se refleja en la forma que se elabora, se presenta y se ingiere un plato.

Experiencias emocionales: Las experiencias emocionales se dan cuando la gastronomía produce algún efecto positivo sobre las emociones del turista. Como consecuencia, el recuerdo es más intenso y duradero. Rodea (2022) menciona que una experiencia gastronómica puede generar emociones como satisfacción, sorpresa e incluso, en algunos casos, nostalgia cuando se prueba un platillo que se relaciona con su país o alguna vivencia. Estos lazos emocionales pueden llegar a ser tan intensos que se convierten en el soporte de las memorias del viaje.

Satisfacción y lealtad del turista

El turismo como experiencia tiene resultados y la satisfacción del turista es uno de los más importantes. La gastronomía del lugar tiene un papel decisivo en este proceso. Según (Fernández, 2022) la satisfacción se logra cuando el visitante logra superar sus expectativas, generando en este caso no solo una percepción positiva, y lo que es deseo es mejor, en muchos casos un de regresar o recomendar el destino. Relacionado con la gastronomía, una comida que se recuerda de una forma positiva puede ser un impulsor del aumento de la satisfacción general del turista.

El turismo también alimenta la satisfacción y si el visitante se siente satisfecho con el destino, se generará lealtad. Un turista que vive una experiencia gastronómica gratificante con

alta probabilidad comprará nuevamente el mismo destino, o lo recomendará a sus amigos y familiares. La gastronomía se convierte en este caso en un elemento de lealtad y esto no solo en términos de satisfacción con la gastronomía, sino también como parte de la experiencia total del turismo en el destino.

El papel de la gastronomía en la diferenciación de destinos

En el mercado turístico altamente competitivo, es vital que cada destino se destaque. Como señala Nieto en 2020, la gastronomía local puede servir para diferenciar de manera única un destino, particularmente en el caso del turismo cultural y culinario. A medida que más turistas buscan experiencias auténticas, la gastronomía puede servir como el principal atractivo que distingue a un destino, atrayendo a aquellos viajeros que desean experimentar la cultura más allá de visitar los sitios.

Los destinos que incorporan estratégicamente la gastronomía como un producto turístico tienden a atraer a más turistas, como es el caso de las regiones vinícolas y ciudades *que albergan festivales gastronómicos*. Estos destinos con una identidad culinaria bien definida tienden a atraer visitantes con un vínculo emocional más profundo, lo que lleva a recuerdos más fuertes y lealtad.

Experiencia del turista y sostenibilidad

A destacar que el último aspecto está ganando relevancia tanto en el turismo como en la gastronomía: la sostenibilidad. En la actualidad, los turistas muestran mayor preocupación por la sostenibilidad en cada uno de sus viajes y turismo, así como hacia la comunidad que están visitando. Como asegura Fernández (2022), cada vez más los turistas hacen del empresario que elaboró su menú una oferta sostenible, donde a más de alimentos ofrecer, se priorice que estos sean orgánicos, de producción local, o de comercio justo. Esto en algún sentido, enriquece el viaje del turista, en tanto, los turistas se involucran más a la mínima pero

valiosa preocupación que el destino que está visitando, ha tomado la sostenibilidad como su modo de evolución. En este razonamiento, la gastronomía local no solo ayuda a los turistas, sino que también en el turismo ayuda a los habitantes del destino, potenciando la economía de esa comunidad.

Además, se debe resaltar que una oferta gastronómica puede servir como una estrategia diferenciada que permite más progreso en el turismo ya su vez ayuda en el control de los recursos naturales y la biodiversidad por su conjunto y su gestión. Se presenta una tabla que relaciona la experiencia del turista con la sostenibilidad, destacando cómo estos dos aspectos se interrelacionan en el contexto de la gastronomía local:

Tabla 2

Sostenibilidad

Aspecto	Descripción	Impacto en la Experiencia del Turista	Relación con la Sostenibilidad
Consumo de productos locales	El turista consume alimentos producidos localmente, como frutas, vegetales, carnes o pescados de la región.	El turista percibe que está participando en una experiencia auténtica y directa con la cultura local.	Fomenta el desarrollo de la economía local y reduce la huella de carbono asociada al transporte de productos desde otras regiones.
Uso de ingredientes orgánicos	Se promueve el uso de productos orgánicos en los platillos locales, respetando las prácticas agrícolas sostenibles.	La autenticidad y la calidad de los ingredientes generan una experiencia más enriquecedora y saludable.	Contribuye a la conservación del medio ambiente, protegiendo los ecosistemas locales de los efectos negativos de los pesticidas y fertilizantes químicos.
Comida de temporada	Los menús se adaptan a los productos de temporada, aprovechando los ingredientes frescos que la naturaleza ofrece.	La frescura y calidad de los alimentos mejoran la percepción del turista, que disfruta de sabores auténticos.	La elección de ingredientes de temporada favorece la biodiversidad local y disminuye la sobreexplotación de los recursos naturales.
Menús de bajo impacto ambiental	Restaurantes o negocios que promueven menús diseñados para	Los turistas se sienten involucrados en prácticas responsables y	Reducción de la huella ecológica, al disminuir la demanda de productos que requieren altos

	minimizar el impacto ambiental (menos carne, más vegetales).	sostenibles, lo que mejora su experiencia.	niveles de recursos naturales y emisiones (como la carne de res, por ejemplo).
Apoyo a la comunidad local	La gastronomía está orientada a apoyar a productores y proveedores locales, fortaleciendo la economía regional.	El turista se siente más conectado con la comunidad local, lo que enriquece su experiencia emocionalmente.	Ayuda a generar una economía circular donde los ingresos permanecen dentro de la comunidad, reduciendo la dependencia de actores externos y promoviendo el desarrollo local sostenible.
Cultura gastronómica sostenible	Promoción de prácticas culinarias que respetan las tradiciones culturales y naturales del lugar.	El turista obtiene una experiencia cultural profunda, aprendiendo sobre los métodos de producción sostenibles.	Conservación de las tradiciones culinarias locales y respeto por los recursos naturales, garantizando la continuidad de estas prácticas a largo plazo.
Educación sobre sostenibilidad	Los turistas reciben información sobre las prácticas sostenibles utilizadas en la preparación de alimentos.	La experiencia se vuelve más enriquecedora cuando los turistas comprenden el impacto de sus decisiones.	Fomenta un turismo consciente y responsable, motivando a los turistas a adoptar comportamientos sostenibles durante su estancia y al regresar a sus lugares de origen.

Fuente: (Nieto, 2020)

La gastronomía local no solo constituye un atractivo turístico, sino que puede convertirse en una estrategia diferenciadora que promueve la sostenibilidad ambiental, económica y cultural. Según Nieto (2020), la integración de prácticas sostenibles en la oferta gastronómica genera experiencias más significativas para los turistas, al mismo tiempo que protege los recursos naturales y fortalece la economía local. En este sentido, el consumo de productos autóctonos, como pescados, mariscos, frutas y vegetales, permite al visitante participar directamente en la cultura del lugar, dinamizando la economía y reduciendo la huella de carbono asociada al transporte de insumos foráneos.

El uso de ingredientes orgánicos y la incorporación de productos de temporada fortalecen la autenticidad y la calidad de la experiencia gastronómica. Los turistas perciben estos alimentos

como más saludables y representativos de la identidad local, mientras que estas prácticas fomentan la conservación de los ecosistemas y evitan la sobreexplotación de recursos naturales. De manera complementaria, los menús de bajo impacto ambiental, con menor consumo de carne y mayor presencia de vegetales, involucran al visitante en prácticas responsables, generando conciencia sobre la relación entre alimentación y sostenibilidad.

Asimismo, la gastronomía local orientada a apoyar a proveedores y productores de la región permite que los turistas se sientan emocionalmente conectados con la comunidad. Este enfoque contribuye a generar una economía circular, donde los ingresos permanecen dentro de la localidad, fortaleciendo la resiliencia económica y promoviendo un desarrollo sostenible a largo plazo. La preservación de la cultura gastronómica y la educación sobre prácticas sostenibles también enriquecen la experiencia del visitante, permitiéndole aprender sobre métodos de producción responsables y sobre la herencia culinaria del territorio.

En el caso de Manta, estos aspectos cobran particular relevancia. La ciudad posee una amplia *oferta de mariscos y productos locales que, gestionados bajo criterios de sostenibilidad, no solo mejoran la experiencia del turista, sino que también protegen la biodiversidad marina y fortalecen la economía regional.* Incorporar la sostenibilidad en la planificación turística convierte a Manta en un destino diferenciado y responsable, donde la gastronomía se integra como un pilar estratégico del desarrollo turístico y socioeconómico.

Capítulo II. Diseño metodológico

2.1. Población

Una población es la reunión de individuos que comparten algunas características y que constituyen un fenómeno de estudio. Para Tamayo y Tamayo (2014):

“la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que deben cuantificarse para un determinado estudio...” (p. 176).

En el caso de esta investigación, la población se refiere a turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Manta, en la provincia de Manabí, y que consumen gastronomía local en restaurantes tradicionales, ferias gastronómicas, mercados y otros lugares representativos de la ciudad. También se considera gastronomía al personal (cocineros, meseros, administradores) de estos establecimientos, porque son testigos y actores de la experiencia gastronómica.

Como señala el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023), la población de Manta es 183,105 habitantes, casi la totalidad ubicada en el área urbana, donde se concentran la mayoría de los servicios turísticos y gastronómicos del cantón. Además, Manta es uno de los destinos turísticos más concurridos de la costa ecuatoriana, conocido por su gastronomía a base de frutos de mar y platos típicos manabitas.

2.2. Muestra

La muestra es seleccionar una porción de una población. Tamayo y Tamayo (2014) afirman:

“determinan la muestra de la población cuantificada para un estudio de investigación, particularmente cuando medir cada entidad de la población no es factible...” (p. 176)

Según Borrego (2008): “la muestra es un subconjunto limitado extraído de la población con el fin de reducir el número de experimentos...” (p. 2)

Para los fines de esta investigación, la muestra se define como turistas que han consumido comida local en restaurantes y lugares de comida en Manta. Se utilizará un método de muestreo aleatorio simple, junto con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq N}{z^2 pq + (n - 1)e^2}$$

En donde:

n= número de elementos de la muestra

N=número de elementos de la población o universo

P= probabilidad de que ciertas características estén presente (50%)

Q= probabilidad de que ciertas características no estén presentes (50%)

E= margen de error

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula correspondiente al muestreo probabilístico.

$$n = \frac{z^2 pq N}{z^2 pq + (n - 1)e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(160)}{((1.96)^2(0.50)(0.50)) + ((100 - 1)(0.05)^2)} = 50$$

Se obtendrá una muestra de 50 turistas que hayan experimentado la gastronomía local en Manta.

2.3. Métodos

2.3.1. Método Analítico

Como describe Sampieri (2014), este método permite descomponer un fenómeno en partes para entenderlo mejor.

Se analizaron aspectos como autenticidad del sabor, presentación, relación con la identidad cultural, relación calidad-precio y percepción del valor de Manta como destino turístico. Este enfoque permitió identificar elementos específicos que contribuyen a la experiencia del turista y establecer patrones que posteriormente serían integrados en el análisis general.

2.3.2. Método Inductivo

Cegarra (2020) afirma: “Consiste en basarse en enunciados singulares y utilizarlos para *construir enunciados más generales*” (p. 83).

Se hicieron conclusiones generales sobre el impacto de la cocina local en la experiencia del turista en Manta basadas en las respuestas de encuestas y entrevistas. Los datos obtenidos de encuestas y entrevistas se emplearon para verificar estas hipótesis, permitiendo establecer relaciones causales entre la oferta gastronómica y la experiencia turística.

2.3.3. Método Deductivo

Cegarra (2020) explica: “El método deductivo consiste en formular hipótesis y verificar *si los datos disponibles concuerdan con ellas*” (p. 82).

Se formuló la hipótesis sobre la cocina local y la satisfacción del turista, estas hipótesis serán probadas contra los datos recopilados para ver si son confirmadas o rechazadas. Este

enfoque permitió identificar tendencias y relaciones emergentes que no eran evidentes de manera inmediata, facilitando la construcción de un marco general sobre la importancia de la *gastronomía local en la percepción turística*.

2.4. Técnicas

2.4.1. Encuesta

Como define Sampieri (2014), "Una encuesta es una herramienta de recolección de datos que se utiliza para obtener datos sobre las características, opiniones o comportamientos de una población dada". (pág.132)

Se administró una encuesta a consumidores de comida local en Manta que eran turistas, midiendo su percepción respecto a la calidad, autenticidad, servicio, satisfacción y lealtad utilizando una escala de Likert. Su percepción del servicio se midió a través de una escala de Likert de cinco puntos. Los datos fueron procesados utilizando SPSS y Excel, lo que permitió la representación estadística de los resultados a través de varios gráficos, tablas y medidas de tendencia central.

2.4.2. Entrevista

Como define Díaz (2023), "Una entrevista es una comunicación interpersonal del *investigador con el sujeto de estudio, para obtener las respuestas en forma hablada a la pregunta formulada*". (pág. 1)

Los entrevistados objetivos para este estudio serán el personal clave del sector gastronómico de Manta (chefs, propietarios de restaurantes, meseros), particularmente aquellos que trabajan en restaurantes de comida típica manabita. El objetivo de estas entrevistas es recopilar información sobre el papel de la cocina local en la identidad turística del destino y las medidas que se toman para preservar el atractivo de la cocina para los turistas

Capítulo III. Resultados y discusión

3.1. Resultados

3.1.1. Encuestas

Tabla 3

Frescura de los ingredientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	38	76.00%
No	7	14.00%
Tal vez	5	10.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: La mayoría percibió fresca en los ingredientes, lo que refleja un buen manejo en la cadena de abastecimiento y preparación. Sin embargo, un 24% entre “No” y “Tal vez” indica que hay margen para reforzar la calidad en algunos establecimientos. La frescura de los ingredientes es un factor clave para potenciar un mejor sabor en los alimentos, para si generar una buena acogida en los clientes y potenciar su gusto por la comida Mantense, que en su tradición y costumbres es considerada como una gran cultura gastronómica.

Tabla 4

Autenticidad de la cocina tradicional manabita.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	40	80.00%
No	6	12.00%
Tal vez	4	8.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Este resultado refleja que, para la mayor parte de los encuestados, los sabores, ingredientes y técnicas siguen representando fielmente la tradición local. Sin embargo, un 20% de opiniones con dudas o desacuerdo sugiere que no todos los establecimientos mantienen de

manera estricta estas características. Esto podría deberse a variaciones en la preparación, uso de ingredientes alternativos o adaptaciones para ajustarse a diferentes preferencias. En general, la percepción predominante es que la identidad culinaria se encuentra sólida, aunque con matices en ciertas experiencias.

Tabla 5

Variedad de platos típicos locales.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	35	70.00%
No	10	20.00%
Tal vez	5	10.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: La mayoría de los encuestados percibe que existe una oferta variada de platos típicos, aunque el 30% restante no comparte esta impresión. Este resultado refleja que, si bien la variedad gastronómica es reconocida por la mayoría, aún hay una proporción significativa de visitantes que no la considera suficientemente amplia.

Tabla 6

Gastronomía de Manta.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	32	64.00%
No	12	24.00%
Tal vez	6	12.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Este indicador presenta uno de los porcentajes positivos más bajos, lo que sugiere que una parte importante de los visitantes no tuvo la oportunidad de degustar varios

platos emblemáticos. Esto puede evidenciar que la experiencia gastronómica no fue lo suficientemente diversa para todos los encuestados.

Tabla 7

Presentación de los platos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	36	72.00%
No	9	18.00%
Tal vez	5	10.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: En general, la presentación es buena, pero un 28% no la consideró sobresaliente. La presentación de los platos es bien valorada por la mayoría, aunque más de una cuarta parte de los participantes no la considera destacable. Esto indica que la estética culinaria, aunque mayoritariamente positiva, no es percibida de manera uniforme.

Tabla 8

Experiencia gastronómica.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	39	78.00%
No	7	14.00%
Tal vez	4	8.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Una gran mayoría percibe que la presentación de los platos influye positivamente en su experiencia, lo que confirma la importancia del aspecto visual en la gastronomía turística. El 22% restante indica que aún hay margen para sorprender más al comensal.

Tabla 9*Tradiciones y técnicas culinarias de la región.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	37	74.00%
No	8	16.00%
Tal vez	5	10.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Aunque el respeto por la tradición culinaria es evidente para la mayoría, un 26% tiene dudas o no lo percibe, lo que podría deberse a fusiones gastronómicas o adaptaciones al paladar internacional. Aunque los encuestados considera que los platos respetan las tradiciones y técnicas culinarias locales, un cuarto de los participantes no percibe plenamente esta conexión, lo que refleja diversidad en las experiencias vividas

Tabla 10*Cultura y costumbres.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	42	84.00%
No	4	8.00%
Tal vez	4	8.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Este resultado evidencia que la gastronomía no solo alimenta, sino que comunica cultura. Sin embargo, aún hay un 16% que no lo experimentó así, acompañar la experiencia culinaria con información cultural, por ejemplo, a través de menús ilustrados, historias breves en cartas, o incluso breves charlas del personal sobre la tradición de cada plato.

Tabla 11*Acceso a platos típicos en los restaurantes.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	41	82.00%
No	5	10.00%
Tal vez	4	8.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: El acceso a platos típicos es alto, pero no universal. El 18% que no los encontró con facilidad revela que algunos establecimientos podrían dar más protagonismo a la cocina local.

Tabla 12*Gastronomía local en sitios turísticos que recorrió.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	39	78.00%
No	6	12.00%
Tal vez	5	10.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: La presencia de gastronomía local en los sitios turísticos fue reconocida por la mayoría de los visitantes. Este resultado indica que existe una integración relativamente sólida entre la oferta culinaria y las actividades turísticas. Sin embargo, una quinta parte de los encuestados no percibió esta presencia de manera consistente. Esto sugiere que, aunque la gastronomía forma parte del circuito turístico, su inclusión no es uniforme en todos los lugares visitados.

Tabla 13*Calidad y el sabor de los platos típicos de Manta.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	43	86.00%
No	4	8.00%
Tal vez	3	6.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Este es uno de los indicadores más altos de la encuesta, lo que refleja un elevado nivel de satisfacción con la calidad y el sabor de la gastronomía local. La mayoría de los visitantes disfrutó de una experiencia positiva en este aspecto. Solo un porcentaje reducido manifestó desacuerdo o dudas, lo que indica que las percepciones negativas son minoritarias. En general, los resultados evidencian consistencia y buena aceptación de los sabores tradicionales.

Tabla 14*Expectativas previas al viaje.*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	40	80.00%
No	6	12.00%
Tal vez	4	8.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Ocho de cada diez encuestados afirmaron que la gastronomía local cumplió o superó sus expectativas previas. Este dato refleja un balance positivo en la percepción de la experiencia gastronómica. Sin embargo, una quinta parte de los participantes expresó que sus expectativas no fueron alcanzadas. Esto demuestra que, aunque la satisfacción es mayoritaria, existe una diversidad de opiniones sobre el grado de cumplimiento de las expectativas.

Tabla 15

Gastronomía es un reflejo auténtico de la identidad cultural de Manta.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	44	88.00%
No	3	6.00%
Tal vez	3	6.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: La gastronomía de Manta es considerada, un 88 % en su mayoría, como un fiel reflejo de la identidad cultural local. Este resultado evidencia una fuerte conexión entre la cocina y el patrimonio cultural. Solo una pequeña proporción de encuestados no comparte esta percepción, lo que indica un consenso casi generalizado. En conjunto, los datos refuerzan el papel de la gastronomía como un elemento representativo de la cultura manabita.

Tabla 16

Actividad relacionada con la gastronomía (como talleres, ferias o visitas a mercados).

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	28	56.00%
No	17	34.00%
Tal vez	5	10.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Un 56% participo en ferias, lo que indica un gran potencial desaprovechado, ampliar la oferta de experiencias culinarias interactivas, como clases de cocina, tours de mercados y degustaciones guiadas.

Tabla 17*Recomendación de la gastronomía local de Manta*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	46	92.00%
No	2	4.00%
Tal vez	2	4.00%
Total	50	100.00%

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis: Este es el indicador más alto de toda la encuesta y evidencia un alto nivel de satisfacción. La gastronomía no solo gusta, sino que motiva el retorno, capitalizar esta fortaleza en la promoción turística, destacando testimonios y experiencias de visitantes.

Análisis general

La comida típica de Manta es considerada especialmente por los turistas como un elemento clave de su experiencia de viaje no solo por su sabor y calidad, sino también por su capacidad de comunicar la cultura manabita. Respecto a la autenticidad de la cocina, un 80% de los encuestados la considera un referente, aunque hay quienes dicen que algunos lugares le dan un giro moderno, que altera en exceso las recetas tradicionales. La calidad y el sabor alcanzan un 86% y la recomendación a otros turistas, 92%, evidenciando el altísimo nivel de satisfacción, así como el gran potencial de promoción turística.

La facilidad a los platos típicos, la gastronomía en lugares turísticos (78%) y la accesibilidad a la oferta culinaria (82%) refuerza su relevancia dentro de la oferta de la región. Sin embargo, la diversidad de platos (70%) y la participación en eventos (56%) ofrecen oportunidades de mejora, en especial para los que buscan una experiencia más holística. Los hallazgos también revelan que la elaboración de los platos (72%) y el respeto a las formas de cocina tradicionales (74%) hace que el turista considere la comida como un elemento en la cultura de Manta.

Tomando en cuenta la variedad de respuestas, hay espacio para mejorar la oferta gastronómica, para que los visitantes se involucren en su historia y en su elaboración, *comenzando con el menú, que podría ser ampliado. Aun así, los datos reflejan que la gastronomía es una cultura en sí misma.*

Los datos demuestran que hay un dominio de respuesta positiva, en la gran parte analizada, con el promedio en la mayoría de los casos superando el 75%. Manta se posiciona como un destino gastronómico competitivo gracias a la intersección con el turismo, pues el 92% de la población local y los visitantes recomiendan la gastronomía local, aunque no se participa en la variedad de platos típicos, que alrededor de un 70% de la población considera baja. En el 56% de la población no la consideran parte de su cultura.

A la hora de analizar las respuestas, resulta evidente que el sabor, la presentación y la autenticidad del plato sobrepasan el setenta por ciento de aceptación dentro de la experiencia directa y los artículos que requieren más dinamismo, como las actividades y las rutas gastronómicas, presentan resultados más bajos. La variabilidad de respuestas “No” y “Tal vez” en múltiples preguntas sugiere que los turistas no experimentaron el mismo grado de inmersión culinaria.

Los excursionistas y turistas encuestados registraron un puntaje significativo en todos los rubros, y *en general, su perfil de satisfacción es alto. La imagen no menospreciable que los visitantes tienen del turismo gastronómico se basa en el rigor que ofrecen en su calidad y autenticidad. La elaboración de actividades participativas, que tienen como centro la alta cocina, el turismo gastronómico y más oferta en general, darían mayor impacto y equilibrarían las percepciones de los diferentes grupos de visitantes.*

3.1.2. Entrevistas

Tabla 18

Entrevistas

Pregunta	Respuesta
Impresión general sobre la gastronomía local	La gastronomía de Manta es exquisita, con productos frescos del mar preparados en platos nacionales e internacionales; una experiencia impresionante.
Platos típicos probados y favorito	Mariscos como arroz marinero, ceviche mixto, chicharrón de pescado y pescado apanado; todos deliciosos y difíciles de enumerar en pocas líneas.
Reflejo de identidad cultural	Sí, la comida refleja completamente la identidad cultural de Manta, con un nivel de calidad excelente.
Facilidad para encontrar lugares con platos típicos	Muy fácil, hay oferta en playas, hoteles, picanterías, carreteras y avenidas para todo tipo de público.
Experiencias gastronómicas locales	Participación en talleres, ferias y mercados, todas experiencias excelentes con preparación en vivo, música y buen servicio.
Elementos esenciales para mantener la autenticidad	Uso de mariscos y productos frescos, atención cálida y un ambiente de servicio agradable.
Estrategias para atraer turistas	Uso de redes sociales y estado de WhatsApp para promocionar, junto a un servicio excelente para fomentar recomendaciones.
Percepción de los turistas sobre la comida tradicional	Muy positiva; los visitantes se van encantados, especialmente con platos como tonga, longaniza, viche de mariscos y preparaciones con maní.
Respeto de recetas y técnicas tradicionales	Se mantienen recetas estándar para garantizar autenticidad, control de costos y rentabilidad.
Impacto en la satisfacción del turista	Manta y Manabí es uno de los mejores atractivos turísticos del país y visitados por turistas. Manta posee naturaleza mar buena gastronomía y la calidad de su gente en brindar un excelente servicio de hospitalidad, ciudad que enamora y encanta.

Elaborado por: Alonzo Pico Jahaira

Análisis general

Manta se destaca por su gastronomía, ya que se adquiere junto con su oferta turística, por su abundancia de productos escénicos, su materia prima acompañada de una mezcla de tradición y modernidad. Se dice que su cocina tradicional de fácil y rápida preparación está disponible desde puestos callejeros hasta restaurantes de playa, hoteles e incluso desde picanterías y mercados populares y otros restaurantes. Esta facilidad en las cocinas marca todos los aspectos de la cultura local y para los turistas, y así, contribuye enormemente a deambular por la cultura culinaria local, reforzando el respeto por cada detalle en la cocina tradicional.

Además del sabor y la calidad de la comida servida, es una experiencia gastronómica multi/supra única que resulta mucho más interesante junto con ferias, talleres y eventos de degustación en vivo. El equipo gastronómico mantense dice que es por la calidez de los pueblos mantenses. La promoción en redes sociales y otros canales está funcionando, así como se dice que, con su pena de productos tradicionales mantenses y del mar, la acogida del pueblo mantense es cálida, apoyada con exóticos productos marinos y con la guía que hace que la cocina mantense sea sosteniblemente cálida y demuestra mantener la autenticidad.

Los turistas suelen tener una buena impresión de la comida tradicional manabita, especialmente con platos como la tonga, el viche de mariscos y otras preparaciones a base de maní. El nivel de satisfacción obtenido en los resultados confirma la hipótesis del impacto de la gastronomía en la experiencia turística, la cual en este caso sirve como motivación para visitas repetidas y mejora la imagen de Manta como destino turístico. A pesar de esto, aún hay espacio para mejorar en cuanto a la variedad de platos ofrecidos en los menús, así como más integración de la gastronomía en los diferentes espacios turísticos. Aprovechar estas oportunidades permitiría que Manta se posicione como un referente de la gastronomía turística nacional e internacional.

3.2. Discusión

La gastronomía local en Manta se confirma como un componente integral del turismo experiencial y cultural, ya que no solo satisface necesidades alimenticias, sino que construye vínculos con la historia y la identidad de la región (Rojas, 2020). Los visitantes valoran la autenticidad de los mariscos, el uso de productos locales y las técnicas culinarias tradicionales, lo que genera una conexión directa con la cultura manabita. Esto coincide con la teoría que sostiene que la gastronomía es un vehículo para transmitir valores culturales y memoria colectiva, reforzando la percepción del destino.

Pérez (2020) distingue tipos de turistas gastronómicos: “survivors”, “enjoyers” y “experiencers”. En Manta, aunque la mayoría reportó experiencias positivas, un grupo minoritario indicó limitaciones en la oferta y acceso a platos emblemáticos. Este hallazgo evidencia que, si bien la ciudad satisface las expectativas básicas, existe un margen de mejora para los “experiencers”, quienes buscan inmersión cultural más amplia. Esto resalta la necesidad de diversificar la oferta gastronómica y diseñar experiencias interactivas, como talleres, ferias y rutas culinarias, que aumenten la satisfacción de los turistas más exigentes y promuevan la fidelización.

La satisfacción gastronómica en Manta también está influenciada por factores culturales, físicos y sociales, tal como señala Carvache (2022). La frescura y presentación de los platos, junto con la atención y el ambiente de los locales, contribuyen a que los visitantes perciban la experiencia como auténtica y agradable. Este componente social refuerza la dimensión experiencial del turismo, evidenciando que la gastronomía no solo atrae por el sabor, sino por la interacción y la vivencia del entorno cultural.

Asimismo, la gastronomía local incide directamente en la imagen del destino, la intención de recomendación y la lealtad de los visitantes (Esparza, 2023). En Manta, el 92%

de los turistas recomendaron la experiencia culinaria, lo que confirma la importancia de la gastronomía como elemento diferenciador y su potencial para fortalecer la reputación turística. Sin embargo, la evidencia también revela un desafío: Everett y Atchison (2025) advierten sobre los riesgos de perder autenticidad frente a la globalización. Aproximadamente el 20% de los encuestados expresaron dudas sobre la preservación de la cocina tradicional en Manta, lo que subraya la necesidad de equilibrar innovación y protección de recetas y técnicas ancestrales.

En síntesis, los hallazgos muestran que la gastronomía en Manta cumple un doble propósito: actúa como atractivo turístico y como transmisor de identidad cultural. Para potenciar su impacto, se recomienda incrementar la diversidad de platos típicos, integrar la oferta culinaria en las rutas turísticas y desarrollar actividades interactivas que transformen la experiencia de los visitantes, promoviendo la fidelización y convirtiendo a turistas casuales en embajadores culturales del destino. Esta estrategia no solo mejora la satisfacción turística, sino que consolida a Manta como un destino gastronómico sostenible y diferenciado.

En combinación, la evidencia empírica y teórica sugiere que la cocina de Manta cumple un doble propósito: sirve como una atracción turística que motiva el viaje y, al mismo tiempo, sirve como un vehículo para la transmisión cultural que fortalece la identidad local. Sin embargo, para realizar plenamente su potencial, se recomienda aumentar la variedad de platos típicos ofrecidos, integrar la oferta culinaria de manera más destacada en las rutas turísticas, y diseñar actividades interactivas (talleres, ferias y rutas culinarias) que mejoren la experiencia de los “experencers” y se conviertan a los “enjoyers” y “survivors” en embajadores culturales del destino.

Conclusiones

El análisis bibliográfico y documental evidencia que la gastronomía local es un componente estratégico del turismo cultural, pues trasciende la mera satisfacción de necesidades alimenticias para convertirse en un medio de transmisión de identidad, tradición y valores culturales de la comunidad. En el caso de Manta, los resultados de encuestas y entrevistas a turistas y actores locales muestran que los visitantes valoran altamente la frescura de los ingredientes, la calidad de los platos y la autenticidad de los sabores, lo que confirma que la gastronomía puede funcionar como un atractivo diferencial capaz de generar experiencias memorables.

No obstante, también se identificaron limitaciones que afectan la experiencia del turista. La variedad de platos ofrecidos es insuficiente en algunos establecimientos, reduciendo la percepción de diversidad culinaria. Asimismo, el acceso a platos tradicionales no es uniforme en todos los puntos turísticos, lo que puede frustrar las expectativas de quienes buscan experiencias auténticas. Además, la participación en actividades complementarias, como talleres culinarios, visitas a mercados o ferias gastronómicas, es limitada, lo que restringe la inmersión cultural y la conexión emocional con la comunidad local.

En términos de conclusiones, la gastronomía de Manta cumple un doble rol fundamental: por un lado, actúa como un atractivo turístico que atrae y fideliza a los visitantes; por otro, funciona como un vehículo de transmisión cultural que fortalece la identidad local y preserva la memoria culinaria de la región. La satisfacción de los turistas no depende únicamente de la calidad y autenticidad de los alimentos, sino también de la experiencia social y cultural asociada al consumo, incluyendo la interacción con la comunidad y el ambiente de los locales.

Para mejorar la experiencia gastronómica en Manta, se recomienda diversificar la oferta de platos típicos, manteniendo la autenticidad y las técnicas culinarias tradicionales, y *desarrollar menús de temporada o innovadores que atraigan a distintos tipos de turistas*, desde los que buscan experiencias básicas hasta los que buscan inmersión cultural profunda. Asimismo, es fundamental integrar la gastronomía con actividades turísticas y culturales, diseñando talleres culinarios, visitas a mercados locales, ferias gastronómicas y rutas culinarias que acerquen a los visitantes a la vida cotidiana de la comunidad. Finalmente, se sugiere mantener altos estándares en la presentación de los platos, el servicio y la atención al cliente, garantizando que cada experiencia culinaria sea memorable y contribuya a posicionar a Manta como un destino gastronómico sostenible, diferenciado y culturalmente rico.

Recomendaciones

La gastronomía representa uno de los componentes más importantes de la experiencia turística, no solo porque satisface el paladar, sino porque también es un medio para la identidad cultural y un impulsor de desarrollo local. En el caso de Manta, para maximizar la experiencia turística y fortalecer su posicionamiento como un verdadero puerto gastronómico, es clave realizar una excursión enfocada en mejorar la calidad y promoción de la oferta culinaria. En este sentido, el siguiente documento sugiere de forma integral desde la diversificación de la oferta hasta la capacitación del personal.

Creemos que, para lograr más y mejor público, la oferta de platos típicos debe incluir también propuestas de carácter tradicional y contemporáneo en todas las regiones de Manabí. Esto también permitirá al turista degustar una amplia gama de sabores y evita que se repitan las mismas opciones. Por otro lado, para ofrecer una experiencia gastronómica genuina en la región es de suma importancia la calidad y frescura de los ingredientes, y en especial los mariscos.

Deberían incrementarse y promoverse actividades tales como la preparación y el aprendizaje sobre la gastronomía de la región con talleres de cocina, ferias, o incluso con visitas guiadas a los mercados y con demostraciones culinarias en vivo. Este tipo de actividades, no solo ayudan a ampliar el aprendizaje cultural, sino que también ayudan a generar lazos con la población, la comunidad y ayudan a fomentar un turismo diferenciado ya la vez, memorable.

Bibliografía

Alcivar, A. (2022). *GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES*. Obtenido de https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1948/1/TIC_T07D.pdf

Baldeon, F. (2019). *Tendencias del turismo*. Obtenido de <https://uees.edu.ec/descargas/libros/2019/tendencias-turismo-en-el-ecuador.pdf>

Borreger Del Pino, S. (2008). Población y Muestra. *Revista Digital, Innovación y Experiencias Educativas*, 12.

Carvache, M. (2022). Motivaciones gastronómicas como predictores de satisfacción en destinos costeros. *MDPI*, 14(18), 11437. Obtenido de <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/18/11437>

Castillo, G., & Pilligua, V. (2023). *ESTUDIO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN MANTA, NUEVAS TENDENCIAS ALIMENTICIAS, AÑO 2022*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4411/1/ULEAM-HT-0111.pdf>

Cegarra, J. (2020). *Los métodos de Investigación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uleam/62637>

Crespo, J. (2019). *Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7313496.pdf>

Cusme, G. (2022). *Dimensiones de la gastronomía local en la segmentación del turismo cultural gastronómico del cantón Portoviejo- Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/xmlui/handle/42000/1737>

Cuzme, G. (2022). *DIMENSIONES DE LA GASTRONOMÍA LOCAL EN LA SEGMENTACIÓN DEL TURISMO*. Obtenido de https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1737/1/TIC_T04D.pdf

Díaz, L. P. (2023). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. México. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

Esparza, M. (2023). La gastronomía como efecto de la fidelización del visitante: el caso peruano. *Emerald*, 9(2), 362-376. Obtenido de <https://www.emerald.com/ijtc/article/9/2/362/156006/Gastronomy-as-an-effect-of-visitor-loyalty-the>

Fernández, D. (2022). *Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior*. Obtenido de <https://reme.uji.es/articulos/numero35/article9/article9.pdf>

La Organización Mundial del Turismo. (2019). *La Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/15561/1/TDUEX_2022_Pasaco_Gonzalez.pdf

Nieto, A. (2020). Gastronomía y turismo: una reflexión cultural. *Scielo*, 8(3).

Perez, J. (2020). Clústeres gastronómicos en un destino turístico ecuatoriano: el caso de la provincia de Manabí. *Emerald*, 12(122), 3917-3934. Obtenido de <https://www.emerald.com/bfj/article-abstract/122/12/3917/32969/Gastronomic-clusters-in-an-Ecuadorian-tourist?redirectedFrom=fulltext>

Rivas, R. (2020). Explorando el modelo de co-destrucción de valor para los comportamientos desviados en línea de los clientes del hotel. 33(1006). Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973619301540?via%3Dihub>

Rodea, N. (2022). *Diseño de Experiencias Turísticas Regenerativas*. Obtenido de <https://umamexico.com/disenio-de-experiencias-turisticas-regenerativas/>

Sabando, F. (2022). Turismo y desarrollo local en el litoral ecuatoriano. Potencialidad y límites: Crucita, Ecuador. 13(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588572826007/html/>

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.

Tamayo, M., & Tamayo. (2014). *Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. México: Editorial Limusa S.A de C.V Cuarta edición. Obtenido de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/874e481a4235e3e6a8e3e4380d7adb1c.pdf>

Anexos

Anexo 1 Encuesta

Instrucciones: A continuación, encontrará una serie de afirmaciones relacionadas con su experiencia gastronómica en la ciudad de Manta. Marque el grado de acuerdo o satisfacción que mejor refleje su experiencia, donde:

Sección A: Gastronomía local

1. ¿La frescura de los ingredientes utilizados en los platos que probó en Manta fue evidente?
☐ Sí
☐ No
☐ Tal vez
2. ¿Los ingredientes utilizados reflejan la autenticidad de la cocina tradicional manabita?
☐ Sí
☐ No
☐ Tal vez
3. ¿Los restaurantes ofrecen una amplia variedad de platos típicos locales?
☐ Sí
☐ No
☐ Tal vez
4. ¿Tuvo la oportunidad de probar varios platos representativos de la gastronomía de Manta?
☐ Sí
☐ No
☐ Tal vez
5. ¿La presentación de los platos fue estética y atractiva visualmente?
☐ Sí
☐ No
☐ Tal vez

6. ¿Considera que la presentación de los alimentos mejora su experiencia gastronómica?
- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez
7. ¿Los platos respetan las tradiciones y técnicas culinarias de la región?
- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez
8. ¿La comida local le ayudó a conocer mejor la cultura y las costumbres de Manta?
- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez
9. ¿Encontró fácilmente platos típicos en los restaurantes o mercados que visitó?
- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez
10. ¿La gastronomía local estaba presente en la mayoría de los sitios turísticos que recorrió?
- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

Sección B: Experiencia del turista

11. ¿Se sintió satisfecho con la calidad y el sabor de los platos típicos de Manta?
- ☐ Sí
- ☐ No

☐ Tal vez

12. ¿La comida local cumplió o superó sus expectativas previas al viaje?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

13. ¿Considera que la gastronomía es un reflejo auténtico de la identidad cultural de Manta?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

14. ¿Participó en alguna actividad relacionada con la gastronomía (como talleres, ferias o visitas a mercados)?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

15. ¿Recomendaría la gastronomía local de Manta a otros turistas y le gustaría volver a disfrutarla?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

Anexo 2 Entrevista

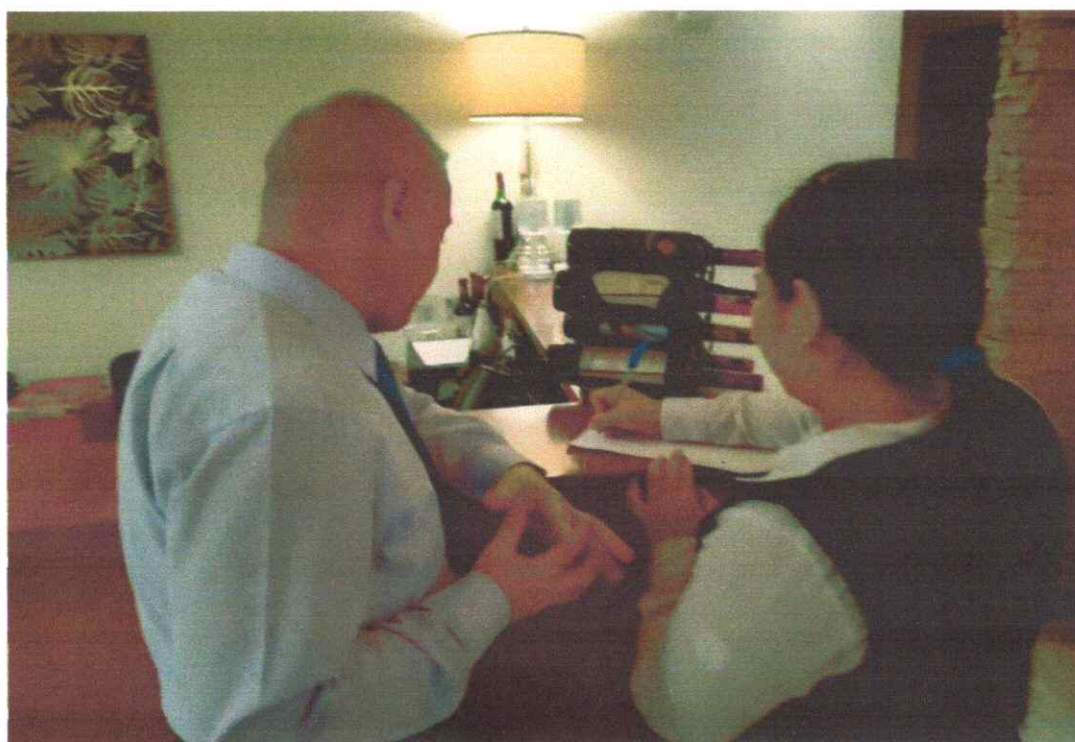
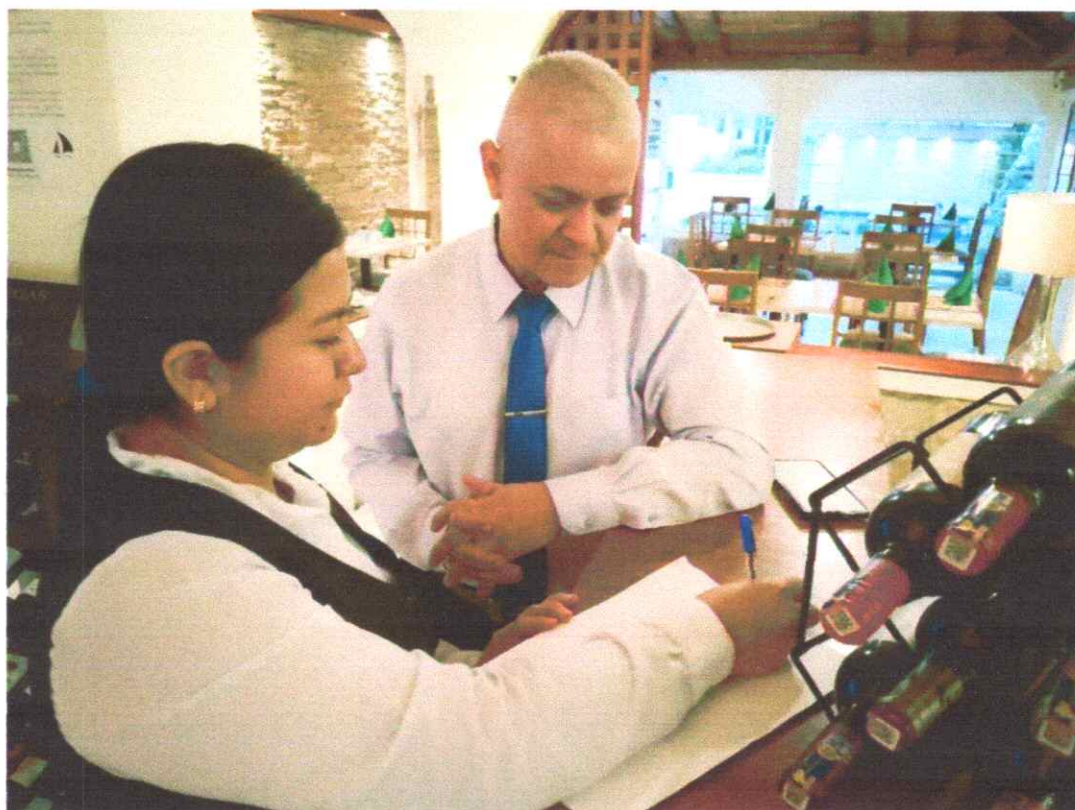
Dirigida a: turistas, chefs, dueños o trabajadores de establecimientos gastronómicos locales.

Turistas:

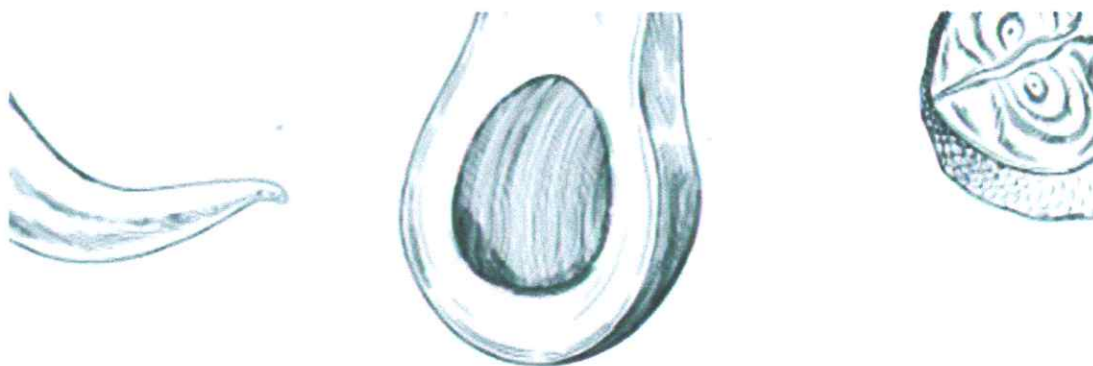
- ¿Cuál ha sido su impresión general sobre la gastronomía local de Manta?
- ¿Qué platos típicos ha probado y cuál ha sido su favorito? ¿Por qué?
- ¿Considera que la comida que probó refleja la identidad cultural de Manta?
- ¿Qué tan fácil fue encontrar restaurantes o lugares donde sirvan platos típicos?
- ¿Participó en alguna experiencia gastronómica local (talleres, ferias, visitas a mercados)? ¿Cómo fue esa experiencia?

Personal gastronómico (chefs, administradores, meseros):

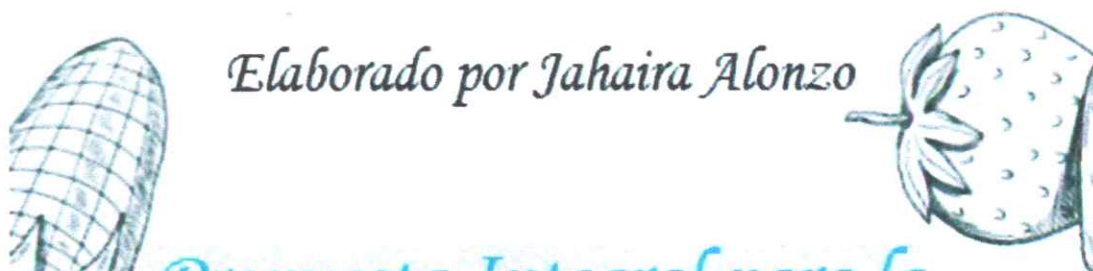
- ¿Qué elementos considera esenciales para mantener la autenticidad de la gastronomía local?
- ¿Qué estrategias usan en su restaurante para atraer a los turistas mediante la comida típica?
- ¿Cómo perciben ustedes la respuesta de los turistas ante la comida tradicional manabita?
- ¿Qué tanto se respetan las recetas y técnicas tradicionales en la preparación de los platos típicos?
- ¿Cree que la gastronomía local tiene un impacto directo en la satisfacción general del turista?

Anexo 3 Evidencias fotográficas

Anexo 4 Propuesta



Elaborado por Jahaira Alonzo



*Propuesta Integral para la
Mejora de los Servicios
Gastronómicos en la
Experiencia Turística de
Manta*



Propuesta Integral para la Mejora de los Servicios Gastronómicos en la Experiencia Turística de Manta

1. Introducción

La gastronomía local de Manta representa un pilar fundamental para la experiencia turística, ya que combina sabores auténticos, productos frescos del mar y técnicas culinarias tradicionales que reflejan la identidad cultural de la región. Sin embargo, a pesar de esta riqueza, el sector enfrenta desafíos como la falta de estandarización en los procesos, variabilidad en la calidad, limitada oferta de experiencias interactivas y una promoción insuficiente que afecten la satisfacción del turista y el posicionamiento del destino.

Por ello, se plantea una propuesta integral que abarca desde la capacitación del personal hasta la implementación de un sistema de gestión de calidad, con el fin de optimizar la oferta gastronómica, garantizar la inocuidad y mejorar la experiencia global del visitante. Esta propuesta busca ser un referente para la mejora continua y la sostenibilidad del sector gastronómico turístico en Manta.

2. Justificación

El diagnóstico realizado evidenció que, aunque existen aspectos positivos en la gastronomía local de Manta, persisten ciertas carencias que limitan su potencial turístico. La ausencia de un sistema estructurado de gestión de calidad genera inconsistencias en la preparación y presentación de los platos, afectando la percepción de los turistas. Además, la falta de actividades gastronómicas complementarias limita la interacción cultural y la fidelización del visitante.

Ante estos retos, la propuesta se justifica en la necesidad de profesionalizar el sector, elevar los estándares de servicio y ampliar la oferta culinaria para satisfacer las expectativas de turistas cada vez más exigentes. Implementar un sistema integral permitirá no solo mejorar la

calidad y seguridad alimentaria, sino también potenciar el atractivo cultural y económico del destino.

3. Viabilidad de la Propuesta

a) Viabilidad técnica

La propuesta se fundamenta en la adopción de estándares internacionales reconocidos, tales como ISO 9001 (gestión de calidad) e ISO 22000 (seguridad alimentaria), así como en las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), adaptados a la realidad y recursos locales. Esto asegura la implementación de procesos claros, manuales operativos, controles de calidad y capacitaciones técnicas accesibles para todo el personal.

b) Viabilidad económica

La ejecución del plan está diseñada en etapas, iniciando con acciones de bajo costo y alto impacto, como capacitaciones internas y estandarización básica. A mediano plazo, se *espera que la reducción de desperdicios, la optimización del uso de insumos y la mejora en la satisfacción del cliente generen ahorros significativos y mayores ingresos por recomendación y retorno de turistas.*

c) Viabilidad organizacional

El personal involucrado mostró una actitud positiva y apertura hacia la mejora continua, lo que facilita la implementación de cambios. La propuesta promueve una cultura organizacional basada en la calidad y el compromiso, fomentando la participación activa de chefs, administradores y meseros para garantizar la sostenibilidad del sistema.

4. Componentes de la Propuesta

- Capacitación continua: Talleres y cursos para chefs y personal de servicio sobre técnicas tradicionales, manejo higiénico de alimentos, atención al cliente y presentación estética de los platos.
- Estandarización de procesos: Creación de manuales y protocolos que aseguren la calidad constante, control de porciones, tiempos de preparación y presentación uniforme.
- Diversificación de la oferta: Incorporación de nuevos platos basados en ingredientes locales, menús temáticos y alternativas para distintos públicos, incluyendo opciones saludables y vegetarianas.
- Promoción y marketing: Uso efectivo de redes sociales, alianzas con agencias de turismo, y desarrollo de campañas que destaquen la riqueza gastronómica de Manta.
- Experiencias interactivas: Organización de talleres, ferias, visitas guiadas a mercados y clases de cocina que involucren activamente al turista en la cultura culinaria local.

5. Beneficios Esperados

La implementación de esta propuesta permitirá elevar la calidad y seguridad de los alimentos, mejorar la experiencia del turista y su nivel de satisfacción, y fortalecer la identidad cultural a través de la gastronomía. Además, se espera un incremento en la demanda turística, generación de empleo local y una mayor competitividad de Manta como destino gastronómico reconocido a nivel nacional e internacional.

Capacitación continua

Acción		Capacitación continua para chefs y personal de servicio
Descripción		Talleres y cursos especializados para mejorar técnicas culinarias tradicionales, higiene, atención al cliente y presentación estética de los platos.
Cómo se aplicará		- Se organizarán talleres periódicos con expertos en gastronomía local. - Se incluirán prácticas en cocina, manipulación segura de alimentos y servicio al cliente. - Se realizará evaluación de desempeño y retroalimentación continua para asegurar la mejora.
Resultados esperados		- Incremento en la calidad de la preparación y presentación de los platos. - Mejor atención y experiencia del cliente. - Profesionalización y motivación del personal.

Estandarización de procesos

Acción		Estandarización de procesos gastronómicos
Descripción		Creación de manuales y protocolos que aseguren la calidad constante, control de porciones, tiempos de preparación y presentación uniforme.
Cómo se aplicará		- Desarrollo de manuales operativos con estándares claros para cada etapa. - Capacitación al personal en la correcta aplicación de estos protocolos. - Implementación de controles y supervisión periódica para asegurar cumplimiento.
Resultados esperados		-Uniformidad en la calidad y presentación de los platos. -Reducción de errores y desperdicios. - Mayor satisfacción y confianza del turista.

Diversificación de la oferta

Acción		Diversificación de la oferta gastronómica local
Descripción		Incorporación de nuevos platos elaborados con ingredientes locales, menús temáticos y opciones saludables o vegetarianas para distintos públicos.

Cómo se aplicará	- Investigación y desarrollo de recetas nuevas basadas en productos autóctonos. - Pruebas piloto y ajustes con retroalimentación de clientes. - Inclusión de menús especiales para diferentes preferencias alimenticias (vegetarianos, dietas especiales).
Resultados esperados	- Atractivo incrementado para diversos perfiles de turistas. - Mayor reconocimiento de la gastronomía local como innovadora y auténtica. - Incremento en la demanda y diversificación de clientes.

Promoción y marketing

Acción Promoción y marketing de la gastronomía local	
Descripción	Uso efectivo de redes sociales, alianzas estratégicas con agencias turísticas y desarrollo de campañas que resalten la riqueza gastronómica de Manta.
Cómo se aplicará	- Creación de contenido visual y multimedia para redes sociales (videos, fotos, testimonios). - Establecimiento de convenios con agencias de turismo y guías para incluir rutas gastronómicas. - Organización de eventos promocionales y participación en ferias nacionales e internacionales.
Resultados esperados	- Mayor visibilidad de la gastronomía local. - Aumento del turismo gastronómico. - Posicionamiento de Manta como destino culinario destacado.

Experiencias interactivas

Acción Organización de experiencias gastronómicas interactivas	
Descripción	Talleres, ferias, visitas guiadas a mercados y clases de cocina que involucren activamente al turista en la cultura culinaria local.
Cómo se aplicará	- Planificación de actividades periódicas que permitan la participación directa del turista.

	-Coordinación con chefs, artesanos y mercados para ofrecer demostraciones y degustaciones. - Promoción de eventos en plataformas turísticas y redes sociales para asegurar alta participación.
Resultados esperados	- Mayor conexión cultural y emocional del turista con la gastronomía local. -Incremento del tiempo de estancia y retorno de visitantes. - Diferenciación del destino mediante experiencias únicas.

Plan de acción

Actividad	Descripción	Responsable	Duración	Fecha Inicio	Fecha Fin	Indicadores de éxito
Capacitación continua	Organizar talleres y cursos para chefs y personal sobre técnicas tradicionales, higiene, atención y presentación estética.	Departamento de Capacitación, Chefs, RRHH	6 meses (programa inicial)	Mayo 2025	Octubre 2025	Número de talleres realizados y participantes, evaluación de satisfacción y desempeño.
Estandarización de procesos	Crear manuales y protocolos operativos; capacitar al personal y supervisar cumplimiento.	Gerencia de Calidad y Operaciones	4 meses	Junio 2025	Septiembre 2025	Manuales implementados, porcentaje de cumplimiento en supervisiones.
Diversificación de la oferta	Investigación y desarrollo de nuevos platos, prueba y ajuste, incorporación en menú.	Chef Ejecutivo, Departamento de Innovación	5 meses	Julio 2025	Noviembre 2025	Nuevos platos incorporados, feedback positivo de clientes.
Promoción y marketing	Crear campañas en redes sociales, establecer alianzas con agencias turísticas y	Departamento de Marketing	6 meses	Agosto 2025	Enero 2026	Alcance en redes sociales, número de alianzas firmadas, asistencia a eventos.

	organizar eventos promocionales.					
Experiencias interactivas	Planificar y ejecutar talleres, ferias, visitas guiadas y clases de cocina para turistas.	Coordinador de Turismo y Eventos	6 meses	Septiembre 2025	Febrero 2026	Número de eventos realizados, participación y satisfacción de los turistas.