



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Tema:

La gastronomía manabita y su contribución al turismo local en la localidad del Pajonal

Autora:

María José Vilela Morales

Extensión Sucre 1016 E01– Bahía de Caráquez

Licenciatura en Turismo

Septiembre 2025 - Bahía de Caráquez

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad de Facultad Educación Turismo Artes y Humanidades de la Extensión Sucre 1016E01 de Bahía de Caráquez de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, CERTIFICO:

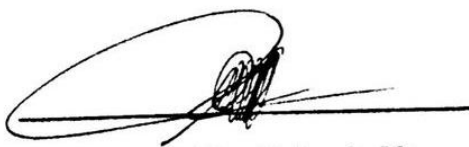
Haber dirigido y revisado el informe de proyecto de investigación, bajo la autoría de la estudiante VILELA MORALES MARÍA JOSE, legalmente matriculado en la carrera de Turismo, periodo académico 2024, cumpliendo un total de 384 horas, bajo la opción de titulación de informe de proyecto de investigación, cuyo tema del problema o núcleo problemático es “LA GASTRONOMÍA MANABITA Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO LOCAL EN LA LOCALIDAD DEL PAJONAL”.

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

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

Bahía de Caráquez, septiembre 2025

LO CERTIFICO.

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized loop at the beginning and a series of smaller, overlapping strokes that form the rest of the name.

Lic. Carlos Chica Medranda, Mg.

DOCENTE TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de investigación, resultados y conclusiones emitidas de este trabajo pertenece exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.

La autora



María José Vilcila Morales

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Previo del cumplimiento de los requisitos de Ley, el tribunal de grado otorga la calificación
de:



MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor**SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA**

DEDICATORIA

Dedico este arduo trabajo especialmente a mis padres quienes han sido mi motor de vida y mi mayor inspiración, para seguir adelante, quienes han estado a mi lado cada día brindándome su apoyo fue posible este logro, también agradezco a mi madrina Rocío Ramos quien me ayudo a empezar esta etapa ya que sin su ayuda nada de esto sería posible, gracias por no dejarme rendirme, y ser las personas más importantes en mi vida, por ser mi pilar y fortaleza a lo largo de la carrera, mis más grande ejemplo de perseverancia y lucha, por haberme edificado como una mujer de bien, un Dios le pague.

A mi compañero de vida Lenin Morales, mi eterno confidente y cómplice en cada paso. Tú presencia en mi vida ha sido una fuente constante de amor, inspiración y apoyo incondicional.

Dedicada especialmente a mis queridos abuelos quienes, con su amor incondicional, sabiduría y fortaleza me guiaron hasta donde me encuentro hoy. Su ejemplo de perseverancia y bondad siempre me ha inspirado a alcanzar mis metas y a nunca rendirme, incluso en los momentos más difíciles. Aunque ya no se encuentren físicamente conmigo, su recuerdo y enseñanzas siguen vivos en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

A lo largo de este arduo pero gratificante camino académico, han sido muchas las personas que han contribuido a que hoy pueda culminar esta etapa de mi vida. En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme llegar hasta aquí. Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres, cuya constante motivación, sacrificios y apoyo incondicional me han permitido alcanzar mis sueños. Su fe en mí ha sido mi mayor motor. A mí hermana, gracias por ser mi compañera de vida. A mí querida madrina Rocío Ramos, quien siempre ha estado presente con sus consejos y palabras de aliento. Su amor y palabras han sido una fuente de inspiración en mi vida. A mis abuelos Claudio y Noemi, cuya sabiduría, fortaleza y bondad han sido un ejemplo para mí. Aunque ya no se encuentren presentes, gracias siempre por sus enseñanzas y por ser un pilar indispensable en mi vida.

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
APROBACIÓN DEL TRABAJO	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
Diseño teorico	2
Problema Científico	2
Objeto.....	3
Campo	3
Objetivos	3
Tareas científicas.....	3
Variable.....	3
Variable independiente.....	3
Variable dependiente.....	3
Diseño metodológico	3
Tipo de estudio	3
Objetivo de la investigación	4
Método de investigación	4
Técnicas de investigación	4
CAPÍTULO I.....	5

1. Marco teórico	5
1.1 Conceptualización de la Variable independiente	5
1.1.1 Gastronomía tradicional y desarrollo turístico.....	5
1.1.2 Turismo gastronómico y servicios	6
1.1.3 Gastronomía manabita e identidad local del Pajonal.....	7
1.1.4 Gastronomía Ancestral ofertada en la localidad del Pajonal	9
1.1.5 Impacto gastronómico al turismo Local	10
1.1.6 Gastronomía manabita y consumo étnico.....	11
1.2 Conceptualización de la Variable dependiente	12
1.2.1 Turismo comunitario	12
1.2.2 Desarrollo Sostenible	13
1.2.3 Gastronomía como producto turístico	14
1.2.4 Turismo y desarrollo económico de la localidad del Pajonal.....	15
1.2.5 Marketing Turístico.....	16
1.2.6 Desarrollo y oportunidades económicos desde la llegada de turistas a la localidad	17
CAPÍTULO II	18
2. Diseño metodológico	18
2.1 Métodos	18
2.1.1 Método analítico.....	18
2.1.2 Método descriptivo en modalidad cuantitativa.....	18
2.2 Métodos empíricos	19
2.2.1 Técnicas.....	19
2.2.2 Encuesta.....	19
2.3 Población.....	19

2.4	Muestra	19
2.5	Muestra aleatoria simple	21
3.	Diagnóstico y/o estudio de mercado.	21
3.1	Análisis e interpretación del instrumento aplicado a los turistas que llegaron al Pajonal	22
3.1.1	Fiabilidad del instrumento aplicado.....	22
3.2	Análisis de las preguntas de la encuesta aplicada a visitantes o residentes de la localidad.	22
3.3	Análisis de la entrevista realizada a la Sra. Jenny y Sarita Ureta.....	33
3.4	Análisis cruzado de información	36
CAPÍTULO III.....		36
3	Diseño de la propuesta.....	36
3.1	Tema de la propuesta.....	36
3.2	Antecedentes	36
3.3	Justificación	37
3.4	Objetivos	38
3.4.1	Objetivo general	38
3.4.2	Objetivos específicos	38
3.5	Sustento teórico	38
3.5.1	Ruta Gastronómica	38
3.5.2	Productos ancestrales en la gastronomía de la localidad del Pajonal	39
3.5.3	Plan de marketing turístico.....	39
3.6	Desarrollo de la propuesta	39
3.6.1	Diagnóstico y análisis.....	40
3.6.2	Estrategia de marketing	44
3.6.3	Marketing Digital.....	48

3.6.4	Cronograma.....	49
3.6.5	Presupuesto.....	50
3.6.6	Impacto de aplicar la propuesta	50
CONCLUSIONES.....		51
RECOMENDACIONES		52
BIBLIOGRAFÍA.....		53

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	22
Tabla 2	24
Tabla 3	25
Tabla 4	26
Tabla 5	27
Tabla 6	29
Tabla 7	31
Tabla 8	32
Tabla 9 de productos ancestrales	43
Tabla 10 Perfil demográfico	45
Tabla 11 festivales y fiestas	46
Tabla 12 Cronograma	49

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1	22
Grafico 2	24
Grafico 3	25
Grafico 4	26
Grafico 5	28
Grafico 6	30
Grafico 7	31
Grafico 8	32

RESUMEN

Esta investigación se centra en analizar de manera descriptiva y potencial la contribución de la gastronomía manabita y su contribución al turismo local en la localidad de el Pajonal, con el objetivo de proponer un modelo de gestión eficiente que potencie los recursos gastronómicos y beneficie la economía de la localidad. La importancia de esta investigación radica en que la gastronomía es un elemento clave en la atracción de turistas y, por ende, un motor crucial para el desarrollo socioeconómico local donde el modelo de gestión propuesto se entiende como una manera de organizar los recursos gastronómicos y las actividades turísticas para lograr objetivos específicos, siempre adaptándose a los cambios y buscando mejoras continuas. Se enfatiza la importancia de la flexibilidad y adaptabilidad a los cambios del entorno, y se describen elementos clave como la normatividad, los objetivos misionales, la estructura organizacional, y la planeación estratégica, todos orientados a fortalecer la oferta gastronómica y su integración en el turismo local. El análisis realizado incluye una evaluación de la calidad de la infraestructura y los servicios disponibles en la localidad, con un enfoque en cómo estos elementos apoyan y mejoran la experiencia gastronómica de los turistas. La mayoría de los encuestados calificaron estos aspectos como buenos o excelentes, lo que subraya las fortalezas existentes en la localidad. Sin embargo, también se identifican áreas de mejora, como la necesidad de diversificar la oferta gastronómica y mejorar la capacitación de los actores locales en temas de servicio y hospitalidad. La investigación destaca tanto las fortalezas como las debilidades del mercado turístico, identificando oportunidades significativas para el desarrollo y promoción de la gastronomía local. En particular, se subraya la importancia de integrar prácticas sostenibles que garanticen la preservación de los recursos naturales y culturales, así como la mejora de la coordinación entre el sector público y privado para optimizar el desarrollo del turismo gastronómico. La propuesta de este estudio busca posicionar a la gastronomía manabita y su contribución al turismo en la localidad del Pajonal como un destino atractivo y sostenible, utilizando la gastronomía como un eje central de su oferta turística. La implementación de un plan que promueva la identidad cultural a través de festivales gastronómicos y eventos que resalten las tradiciones culinarias de la localidad es fundamental para beneficiar a la comunidad local. De esta manera, se pretende no solo atraer a más visitantes, sino también fortalecer la economía local, generar empleo y preservar las tradiciones culturales que hacen única a esta zona.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con (López, 2011), destaca que los destinos turísticos deben considerar la importancia de la gastronomía como una contribución vital a la experiencia única que los viajeros buscan, ya que esta forma parte integral de la expresión cultural del área geográfica visitada. En este sentido, la gastronomía se ha convertido en un elemento clave para el desarrollo y promoción de un destino turístico, por lo que tanto las administraciones públicas como las empresas privadas deben integrarla como un factor esencial en la estrategia de promoción y comercialización.

Según (Castro, 2013), la gastronomía manabita desempeña un papel crucial en la atracción de turistas a la localidad del Pajonal, debido a la rica herencia culinaria de la región, que incluye platos tradicionales como el ceviche, la tonga, y el viche. Estos platillos no solo atraen a turistas en busca de experiencias auténticas, sino que también contribuyen al fortalecimiento de la identidad cultural local y a la economía regional. La investigación de (Castro, 2013), sugiere que la promoción de la gastronomía manabita, en conjunto con un modelo de gestión turística adecuado, puede potenciar el turismo, beneficiando directamente a la comunidad local.

De acuerdo con (Vega, 2015), la integración de la gastronomía en las estrategias de desarrollo turístico es esencial para el éxito de destinos emergentes en la localidad. Según (Vega, 2015), argumenta que la creación de festivales gastronómicos y eventos culinarios, que resalten la riqueza de la cocina manabita, no solo atrae a visitantes, sino que también promueve un sentido de orgullo y pertenencia entre los residentes locales. La investigación subraya la importancia de un modelo de gestión turística que incluya la gastronomía como un pilar fundamental, permitiendo así un desarrollo turístico sostenible y la preservación de las tradiciones culturales.

(Santos, 2017), resalta la necesidad de diseñar modelos de gestión turística que aprovechen al máximo los recursos gastronómicos locales. En su estudio sobre la gastronomía manabita y su contribución al turismo en la localidad del Pajonal, destaca que la gastronomía no solo debe ser vista como una atracción turística, sino también como un

motor económico que puede impulsar el desarrollo local. Un modelo de gestión efectivo debe considerar la capacitación de los actores locales, la mejora de la infraestructura turística y la promoción de eventos que celebren la cocina manabita. De esta manera, se puede garantizar que el turismo gastronómico contribuya al desarrollo sostenible de la localidad.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010), el turismo gastronómico es una de las principales tendencias globales en el desarrollo turístico, ya que permite a los destinos diferenciarse y ofrecer experiencias únicas basadas en su patrimonio culinario. La implementación de un modelo de gestión turística que integre la gastronomía manabita puede posicionar a la localidad como un destino destacado, no solo a nivel regional, sino también nacional. La OMT enfatiza la importancia de desarrollar estrategias que combinen la oferta culinaria con otros atractivos turísticos, para crear una experiencia integral para los visitantes.

Finalmente, (Gómez, 2019), subraya que el éxito de cualquier modelo de gestión turística depende de su capacidad para adaptarse a las necesidades y desafíos locales. Donde esto implica una evaluación continua de la infraestructura turística, la calidad de los servicios ofrecidos y la percepción de los visitantes. De acuerdo con (Gómez, 2019), propone que la inclusión de la gastronomía manabita en las estrategias turísticas puede ser el factor diferenciador que permita a la gastronomía manabita y su contribución al turismo local en la localidad del Pajonal destacar como un destino turístico emergente, al tiempo que se fomenta el desarrollo económico y se preserva la identidad cultural de la región.

Diseño teorico

Problema Científico

¿Cómo puede la gastronomía manabita ser revitalizada y promovida como un atractivo turístico en la localidad del Pajonal, considerando su impacto en la identidad cultural y el desarrollo económico local?

Objeto

Este estudio de esta investigación se centrará en analizar la gastronomía manabita como un recurso cultural y turístico evaluando su impacto en el desarrollo económico y social de la localidad del Pajonal.

Campo

Analizar la potencia del turismo gastronómico como motor para el desarrollo económico.

Objetivos

General

Analizar el aporte de la gastronomía manabita al desarrollo del turismo local en la localidad del Pajonal, como factor clave en el crecimiento económico y cultural de la zona.

Tareas científicas

- Evaluar como el turismo gastronómico puede implementarse de manera sostenible, beneficiando a las comunidades locales y preservando el patrimonio cultural y ambiental.
- Proponer estrategias efectivas para promover la cocina tradicional como un recurso turístico.
- Analizar como el impulso del turismo puede generar ingresos para los productores locales contribuyendo así al desarrollo económico.

Variable

Variable independiente

Gastronomía Manabita

Variable dependiente

Contribución al turismo local

Diseño metodológico

Tipo de estudio

Descriptivo: (ABASCAL, 2005) para hacer un estudio descriptivo se utilizan medidas estadísticas de tendencia central o de posición, también de dispersión. En el procedimiento

de distribución de frecuencia para el análisis de variables cuantitativas. El diseño de la investigación aborda la estructura y metodología utilizada para el estudio sobre la gastronomía manabita y su contribución al turismo local en la localidad del Pajonal.

Objetivo de la investigación

El objetivo de esta investigación es analizar la gastronomía manabita y su impacto en el desarrollo del turismo local en la localidad del Pajonal, con el fin de identificar como los platos típicos y las tradiciones culinarias pueden ser utilizados como recursos estratégicos para atraer turistas y fomentar el desarrollo económico sostenible de la región.

Método de investigación

Para realizar esta investigación es necesario aplicar el método inductivo, basándose en la observación de los hechos para así llegar a una generalización y demostrar el desarrollo importante de la gastronomía manabita y su contribución al turismo local en la localidad del Pajonal.

Técnicas de investigación

Observación: La observación directa es una técnica que permite al investigador estar presente en el lugar de estudio y observar de primera mano las dinámicas y comportamientos de los sujetos investigados. Según (Angrosino, 2007) la observación directa es crucial para captar las interacciones sociales y los elementos contextuales que pueden no ser evidentes mediante otras técnicas analizar cómo los turistas interactúan con la oferta gastronómica local y cómo los actores locales participan en la promoción de su cultura culinaria.

Encuestas: Las encuestas son un método estructurado que consiste en la recolección de datos a través de cuestionarios estandarizados, permitiendo obtener información de un amplio número de participantes. De (Vans, 2013) destaca que las encuestas son eficaces para recolectar datos cuantitativos que pueden ser analizados estadísticamente para identificar patrones y tendencias.

Entrevistas: Las entrevistas semiestructuradas permiten una exploración profunda de las experiencias y opiniones de los participantes, combinando preguntas predefinidas con la flexibilidad para seguir temas emergentes. (Kvale, 2009) afirma que esta técnica es

particularmente útil para obtener información detallada sobre los significados subjetivos que los individuos atribuyen a sus experiencias.

Lectura científica: La revisión documental implica el análisis de documentos existentes, como informes, estudios previos, y literatura académica, para extraer información relevante al tema de investigación. (Bowen, 2009) destaca que esta técnica es esencial para contextualizar la investigación dentro del marco teórico y proporcionar antecedentes históricos y conceptuales.

CAPÍTULO I

1. Marco teórico

1.1 Conceptualización de la Variable independiente

1.1.1 Gastronomía tradicional y desarrollo turístico.

La gastronomía tradicional de la localidad es un elemento clave en el desarrollo turístico, ya que no solo refleja la identidad cultural de la región, sino que también actúa como un atractivo para los visitantes. Según (Guerrero, 2020), la interrelación entre la gastronomía y el turismo es fundamental, ya que la gastronomía y el turismo hacen de un lugar un atractivo el cual se convierte en un sector de oportunidades, resaltando la cultura y el carácter único del lugar. Esta afirmación destaca cómo la oferta culinaria puede ser un motor para el crecimiento del turismo, al ofrecer a los visitantes una experiencia auténtica que les permita conectar con la cultura local.

Según (Zambrano, 2022), enfatiza que la gastronomía es un elemento importante, ya que permite al visitante consumir los alimentos que se destacan en los lugares que visita, brindándole la oportunidad de experimentar la cultura de cada región. Esta perspectiva resalta la importancia de la comida como un vehículo para la inmersión cultural, donde los turistas pueden disfrutar de la autenticidad de los sabores locales.

En este sentido (López, 2022), señala que "la gastronomía no solo satisface el hambre, sino que también ofrece una oportunidad para que los turistas vivan la cultura de una región, convirtiéndose en un atractivo que puede impulsar el turismo". Esto resalta la importancia de la cocina como un medio para que los visitantes experimenten la

autenticidad de la cultura manabita, lo que puede ser un factor decisivo en su elección de destino.

Además, la promoción de la gastronomía a través de eventos y festivales es una estrategia efectiva para atraer turistas al Pajonal. El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), Municipal de Portoviejo ha organizado festivales gastronómicos que no solo celebran la cocina manabita, sino que también fomentan la participación de la comunidad y la preservación de las tradiciones culinarias. Estos eventos permiten a los visitantes degustar platos típicos, participar en talleres de cocina y aprender sobre la historia detrás de cada receta. La realización de estas actividades contribuye a crear un ambiente festivo que resalta la riqueza cultural de la región y atrae a un público diverso.

La gastronomía tradicional tiene un gran potencial para impulsar el desarrollo turístico de la localidad. Al ofrecer experiencias auténticas a través de la comida, la cocina local se convierte en un atractivo que resalta la cultura y el carácter único de la región. La integración de la gastronomía en la estrategia turística no solo beneficia a los negocios locales y a la economía, sino que también promueve la preservación de las tradiciones culinarias, asegurando que estas ricas herencias culturales se transmitan a futuras generaciones.

1.1.2 Turismo gastronómico y servicios

El turismo gastronómico se basa en varios servicios y actividades que permiten a los visitantes disfrutar de la cultura culinaria de un destino

El turismo gastronómico se ha convertido en un componente esencial para el desarrollo económico y cultural de la región. Este tipo de turismo se basa en la experiencia culinaria, donde los visitantes pueden disfrutar de la rica gastronomía local y aprender sobre sus tradiciones. Según (López, 2022), el turismo gastronómico permite a los viajeros explorar la cultura de un lugar a través de su comida, convirtiéndose en una forma de entender y apreciar la identidad de una región. Esto resalta la importancia de la gastronomía como un medio para conectar a los turistas con la cultura manabita.

La oferta gastronómica incluye una variedad de platos típicos que son representativos de la región, como el ceviche, la fanesca y los caldos de gallina. (Martínez,

2021), señala que "la diversidad de sabores y la calidad de los ingredientes locales son factores que atraen a los turistas, quienes buscan experiencias auténticas que les permitan degustar la cultura del lugar". Esta autenticidad en la experiencia culinaria es un atractivo clave para los visitantes, que desean no solo comer, sino también vivir la cultura a través de la comida.

Además, el desarrollo de servicios complementarios es crucial para el éxito del turismo gastronómico. Según un estudio del (GAD, 2023), Municipal de Portoviejo la creación de rutas gastronómicas y la organización de festivales permiten a los turistas disfrutar de una variedad de platos, al tiempo que se fomenta la interacción con los productores locales. Estos eventos no solo celebran la gastronomía, sino que también contribuyen a la economía local al atraer a un mayor número de visitantes.

Por otro lado, el turismo gastronómico también ofrece oportunidades para la educación y el aprendizaje. Según un artículo de (CEUPE, 2023), los talleres de cocina y las clases prácticas permiten a los turistas aprender a preparar platos típicos, lo que enriquece su experiencia y les brinda habilidades que pueden llevarse a casa. Esta dimensión educativa del turismo gastronómico no solo beneficia a los visitantes, sino que también ayuda a preservar las tradiciones culinarias locales al involucrar a la comunidad en la enseñanza de sus prácticas.

Finalmente, el turismo gastronómico no solo se centra en la comida, sino que también está vinculado a la sostenibilidad y la preservación de la identidad cultural. Según un informe de (Somos Manabí, 2022), la promoción de la gastronomía local contribuye al desarrollo sostenible al reinvertir los ingresos generados en la comunidad y fomentar prácticas que respeten el medio ambiente. Esto asegura que el turismo gastronómico no solo sea una fuente de ingresos, sino también un medio para fortalecer la identidad cultural y proteger los recursos naturales de la región.

1.1.3 Gastronomía manabita e identidad local del Pajonal

La gastronomía manabita es un pilar fundamental de la identidad local en la localidad del Pajonal, ya que conecta a la comunidad con su historia, sus tradiciones y su entorno natural.

De acuerdo con (Anderson, 2005) argumenta que la gastronomía es más que una simple fuente de sustento; es un reflejo profundo de la cultura y el entorno de una comunidad. La gastronomía manabita no solo alimenta a sus habitantes, sino que también refuerza la identidad local al integrar los productos del mar y la tierra en la vida cotidiana. Los platos tradicionales como el ceviche o el viche están profundamente enraizados en la historia y las prácticas agrícolas y pesqueras de la región, conectando a la comunidad con su entorno natural y con generaciones anteriores que cultivaron y pescaron en la misma tierra y agua.

Además, (Sim, 2009), enfatiza que el turismo gastronómico no solo tiene un impacto económico positivo, sino que también desempeña un papel crucial en la construcción y fortalecimiento de la identidad local. La oferta de platos tradicionales manabitas a los visitantes no solo promueve la economía local, sino que también permite a la comunidad mostrar y celebrar su cultura única. A medida que los turistas participan en experiencias culinarias auténticas, se refuerza el sentido de orgullo y pertenencia de la comunidad, ayudando a preservar y valorizar las tradiciones locales frente a las influencias externas.

Según (Giovine, 2014), exploran cómo la comida actúa como un medio poderoso para narrar la historia de una comunidad. En la localidad, la gastronomía manabita no solo representa un legado cultural, sino que también funciona como un vehículo para la transmisión de conocimientos y prácticas tradicionales que son esenciales para la identidad local. A través de la preparación y el consumo de platos ancestrales, los residentes de la localidad no solo alimentan sus cuerpos, sino que también reafirman su conexión con el pasado y garantizan que estas tradiciones culinarias se mantengan vivas para las futuras generaciones.

Finalmente, (Duruz, 2021), sugiere que la gastronomía tiene un poder único para conectar a las personas con sus raíces culturales y generar un sentido profundo de pertenencia. La cocina manabita, con sus sabores y técnicas tradicionales, actúa como un vínculo tangible con la historia y las tradiciones de la región. Los platos típicos no son solo comida, sino también portadores de memorias colectivas que fortalecen la identidad local. Al participar en la preparación y el consumo de estos alimentos, los habitantes de la

localidad reviven y reafirman su herencia cultural, creando un sentido compartido de comunidad y continuidad.

1.1.4 Gastronomía Ancestral ofertada en la localidad del Pajonal

La gastronomía ancestral ofertada en la localidad implica una rica tradición culinaria que refleja la identidad cultural de la región, destacándose por el uso de ingredientes locales y técnicas de preparación transmitidas de generación en generación. Este tipo de gastronomía no solo es un medio para la satisfacción del paladar, sino que también actúa como un vehículo para la preservación de la cultura y las costumbres de la comunidad.

Según (Ortega, 2021), la gastronomía ancestral se basa en la utilización de productos autóctonos, lo que permite la creación de platos que son representativos de la identidad local. Esta conexión entre los ingredientes y la cultura local resalta la importancia de la cocina como un medio para expresar la historia y las tradiciones de la comunidad. Los platos típicos, que incluyen ingredientes como el maíz, la yuca y diversas especies de pescado, son elaborados con técnicas que han sido perfeccionadas a lo largo del tiempo, lo que les otorga un sabor distintivo.

Además, la preparación de alimentos en la localidad a menudo se realiza utilizando métodos tradicionales, como la cocción al fuego de leña, lo que añade un sabor único a los platos. Según (Díaz, 2018), la cocción al calor de la leña no solo es una técnica culinaria, sino que también es parte de la experiencia cultural que se transmite de generación en generación. Este enfoque en la preparación de alimentos no solo preserva las tradiciones culinarias, sino que también enriquece la experiencia gastronómica para los visitantes.

Los festivales y celebraciones locales son momentos clave donde la gastronomía ancestral cobra especial relevancia. Durante estas festividades, los platos tradicionales son protagonistas, y la comunidad se reúne para compartir y disfrutar de la comida. De acuerdo con (Martínez, 2021), menciona que las festividades locales, como las celebraciones religiosas y las fiestas comunitarias, son ocasiones en las que la gastronomía juega un papel central, fortaleciendo los lazos sociales y la identidad cultural. Estas actividades no solo permiten la celebración de la cultura local, sino que también ofrecen a los turistas una

oportunidad para participar en experiencias auténticas que reflejan la vida cotidiana de la comunidad.

Finalmente, la gastronomía ancestral en el sitio enfrenta desafíos debido a la globalización y la modernización de las técnicas culinarias. Según (López, 2022), la introducción de ingredientes y métodos de cocción modernos puede amenazar la autenticidad de la cocina ancestral. Sin embargo, también existen oportunidades para revitalizar y promover estas tradiciones, a través de iniciativas que involucren a la comunidad en la enseñanza y preservación de sus prácticas culinarias.

1.1.5 Impacto gastronómico al turismo Local

El impacto de la gastronomía en el turismo local de la comunidad es significativo, ya que la cocina manabita se ha convertido en un atractivo clave para atraer visitantes a la región. Según un estudio sobre (Turismo Gastronómico de Manabí), "la gastronomía deriva de muchos procesos históricos y culturales, y su desarrollo está íntimamente ligado al turismo rural-comunitario en la comunidad". Esto indica que la cocina local no solo es un elemento de la identidad cultural, sino que también es un factor importante en el desarrollo del turismo en la zona.

La designación de la (UNESCO), Ciudad Creativa de la Gastronomía ha sido un impulso significativo para el turismo gastronómico en la localidad del Pajonal. Según un informe del (GAD, 2023), Municipal de Portoviejo "la insignia de patrimonio cultural otorgada por la (UNESCO), le da un valor agregado al momento de promocionar productos gastronómicos en la localidad". Este reconocimiento internacional ha aumentado la visibilidad de la cocina manabita y ha atraído a más turistas interesados en experimentar la riqueza culinaria de la región.

Sin embargo, también existen desafíos que deben abordarse para maximizar el impacto del turismo gastronómico. Según un análisis (FODA) realizado por el (Portoviejo G. M., 2023), algunas debilidades incluyen la deficiente presentación de los platos en algunos establecimientos y la falta de profesionalismo en el manejo y comercialización del turismo en la zona rural. Abordar estos desafíos a través de capacitaciones, mejoras en la infraestructura y una mejor organización público-privada puede ayudar a potenciar aún

más el impacto de la gastronomía en el turismo local. En consonancia con la estrategia estatal del organismo rector, es decir, no solo limitarse al tema de promoción como actividad principal desarrollada desde el ámbito local, dejar de lado sólo el papel pasivo y regulador de la actividad e iniciar tareas relacionadas con la planificación estratégica, la gestión de calidad, la innovación tecnológica y el conocimiento.

1.1.6 Gastronomía manabita y consumo étnico

La gastronomía manabita y el consumo étnico implican una preservación de la identidad cultural y una reafirmación de las tradiciones locales. A través de la comida, la comunidad no solo celebra su herencia, sino que también refuerza su sentido de pertenencia y cohesión social, manteniendo vivas las prácticas culinarias ancestrales frente a la globalización.

De acuerdo con (Long, 2024), sostiene que la gastronomía es una parte integral de la identidad étnica y cultural de una región. En el caso de la gastronomía manabita, los platos tradicionales como el viche y el ceviche, reflejan no solo los recursos naturales de la zona, sino también las prácticas culinarias ancestrales que han sido transmitidas de generación en generación. El consumo de estos alimentos en comunidades no es solo un acto de alimentación, sino una reafirmación de la identidad cultural y étnica.

(Bessièrè, 1998), analiza cómo la gastronomía puede actuar como un símbolo de resistencia cultural frente a la homogeneización global. En el contexto de Manabí, el consumo de platos tradicionales en el sitio refuerza la cohesión social y cultural de la comunidad, protegiendo las tradiciones alimentarias de influencias externas. Esto demuestra cómo la cocina manabita es un vehículo de identidad étnica, manteniendo vivos los conocimientos y prácticas locales.

(Montanari, 2006), enfatiza que la gastronomía es una forma de expresión cultural que conecta a las personas con su entorno y su historia. En Manabí, los platos típicos no solo satisfacen las necesidades alimentarias, sino que también cuentan la historia del pueblo manabita y su relación con la tierra. El consumo étnico de estos alimentos refuerza la conexión de la comunidad con su entorno natural y su pasado.

Finalmente (Richards G. , 2002), señala que la gastronomía local puede ser un poderoso atractivo turístico, pero también una forma de consumo étnico que permite a las

comunidades reafirmar su identidad frente a los visitantes. En la localidad, el consumo de platos manabitas se convierte en una práctica cultural que distingue a la comunidad de otras, manteniendo viva una identidad étnica única en un mundo cada vez más globalizado.

1.2 Conceptualización de la Variable dependiente

1.2.1 Turismo comunitario

El turismo comunitario en la localidad del Pajonal representa una oportunidad estratégica para el desarrollo sostenible de la localidad, al permitir que los residentes se beneficien directamente de la actividad turística. A través de la participación de la comunidad, la reinversión de ingresos en proyectos locales y la capacitación de los operadores turísticos, este modelo no solo promueve la economía local, sino que también contribuye a la preservación de la identidad cultural y las tradiciones de la región. Este tipo de turismo, cuando se gestiona correctamente, puede convertirse en un motor para el desarrollo integral de las comunidades, asegurando que el progreso económico vaya de la mano con la sostenibilidad cultural y social.

Según un estudio realizado por (Vásconez, 2024), el turismo comunitario se basa en la participación de los residentes, quienes no solo ofrecen sus servicios, sino que también comparten su cultura y tradiciones con los visitantes. Este enfoque no solo fomenta un intercambio cultural enriquecedor, sino que también genera ingresos que se reinvierten en la comunidad, lo que fortalece la cohesión social y promueve un sentido de pertenencia entre los habitantes.

Además, el turismo comunitario se diferencia de otras modalidades, como el ecoturismo, en que la mayor parte de los ingresos generados se destina a proyectos locales que buscan mejorar la infraestructura, educación y bienestar de los residentes. Según un informe del (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023), el turismo comunitario busca promover un desarrollo sostenible que beneficie tanto a los turistas como a las comunidades receptoras, garantizando que las necesidades económicas y sociales sean atendidas de manera equilibrada. Este modelo permite a las comunidades preservar su identidad cultural, que es crucial en un contexto donde la globalización y la modernización representan una amenaza para las tradiciones locales.

Por otro lado, la implementación de iniciativas de turismo comunitario en el sitio ha demostrado tener un impacto positivo tangible en la calidad de vida de sus habitantes. (Peñaherrera, 2011), subraya que la capacitación de los operadores turísticos locales es fundamental para que puedan ofrecer experiencias auténticas y de alta calidad, lo que a su vez atrae a un mayor número de visitantes. Este enfoque no solo mejora la oferta turística, sino que también empodera a las comunidades al proporcionarles las herramientas necesarias para gestionar sus propios recursos y servicios de manera autónoma y sostenible.

1.2.2 Desarrollo Sostenible

Busca equilibrar el crecimiento económico con la preservación del medio ambiente y la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. Este enfoque integral es esencial para garantizar que las generaciones futuras puedan disfrutar de los recursos naturales y culturales de la región. Según (Giler C. , 2021), el desarrollo sostenible en Pajonal debe centrarse en la promoción de prácticas que no solo beneficien a la economía local, sino que también respeten y preserven el entorno natural y cultural. Este enfoque es vital para asegurar que el turismo y otras actividades económicas no comprometan los recursos que sustentan la vida en la comunidad.

La importancia de la gestión ambiental en el desarrollo sostenible también es destacada por (Cravacuore, 2000), quien señala que la gestión adecuada de los recursos naturales es fundamental para el desarrollo sostenible, ya que permite la provisión de materiales y energía necesarios para las actividades económicas sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras. Este principio es especialmente relevante en localidad, donde la agricultura y el turismo dependen en gran medida de la salud de los ecosistemas locales.

Además, la capacitación y el empoderamiento de la comunidad son elementos clave para lograr un desarrollo sostenible. Según (Ormaza, 2024), la formación continua de los emprendedores y trabajadores en la comunidad es esencial para mejorar la gestión de las actividades productivas y garantizar que se realicen de manera sostenible. Esto implica no solo la capacitación en técnicas agrícolas y turísticas, sino también en la gestión de recursos y la promoción de prácticas que respeten el medio ambiente.

Por último, la infraestructura y los servicios básicos son fundamentales para el desarrollo sostenible. En un informe del (GAD Municipal de Manabí , 2024), destaca que la mejora de la infraestructura, como el acceso a agua potable, electricidad y vías de comunicación, es crucial para facilitar el desarrollo económico y social de la comunidad. Sin estas mejoras, las oportunidades de crecimiento y desarrollo sostenible se ven limitadas, lo que afecta directamente la calidad de vida de los habitantes.

1.2.3 Gastronomía como producto turístico

La gastronomía como producto turístico se refiere a la oferta gastronómica de una región o país que atrae visitantes que desean experimentar los sabores y tradiciones culinarias locales. Estos incluyen restaurantes, mercados, ferias gastronómicas, recorridos gastronómicos y talleres de cocina donde los turistas pueden descubrir la cultura y la historia de diferentes alimentos.

Es apropiado decir también que la relación entre gastronomía como producto y un destino turístico es sinérgica, porque el destino provee la alimentación, recetas, chefs, y aspectos culturales que hacen de la gastronomía un producto ideal para el consumo por parte de los turistas. Los productos del turismo gastronómico son entregados a los consumidores a través de varios canales de distribución, tales como mercados, festivales o restaurantes. (Leal, 2015)

Según (Loor, 2021), la gastronomía local se convierte en un atractivo clave que puede impulsar el turismo rural, al ofrecer a los visitantes experiencias auténticas y memorables que reflejan la cultura de la comunidad. Este tipo de turismo permite a los visitantes sumergirse en la cultura local a través de la comida, creando un vínculo más profundo con la región.

Además, la investigación realizada por (Huertas, 2020), destaca que la promoción de la gastronomía como parte integral del turismo puede contribuir a la sostenibilidad económica de las comunidades locales, al generar ingresos que se reinvierten en la preservación de la cultura y el medio ambiente. Este enfoque no solo beneficia a los negocios locales, sino que también ayuda a mantener vivas las tradiciones culinarias que son parte fundamental de la identidad cultural de la localidad.

Finalmente, la investigación de (Martínez, 2020), subraya que la gastronomía manabita tiene el potencial de ser un motor de desarrollo turístico, siempre que se implemente una promoción adecuada y se mejore la infraestructura necesaria para recibir a los visitantes. Esto implica no solo la capacitación de los productores y restauradores locales, sino también la inversión en infraestructura turística que facilite el acceso y la experiencia de los turistas en Pajonal.

1.2.4 Turismo y desarrollo económico de la localidad del Pajonal

Según (Álvarez, 2022), en su estudio sobre el turismo rural y el desarrollo local sostenible, enfatiza que el turismo en el Pajonal puede ser un motor de crecimiento económico si se implementan estrategias adecuadas para promoverlo. Destaca la importancia de involucrar a la comunidad local en la planificación y ejecución de proyectos turísticos, lo que no solo mejoraría la economía local, sino que también fortalecería la identidad cultural de la región.

(José Giler, Luis Loor & Nicolás Plaza, 2018). abordan que el turismo comunitario en Manabí, afirmando que su implementación en el Pajonal podría revitalizar la economía local. Ellos sugieren que el turismo debe ser visto como un medio para mejorar las condiciones de vida de los habitantes, resaltando la necesidad de infraestructura adecuada y servicios básicos para atraer a más visitantes.

En su investigación sobre la historia y cultura del Pajonal, (Vera Z. , 2024), argumenta que el turismo debe integrarse con las tradiciones locales para ser efectivo. Propone que las actividades turísticas deben reflejar la cultura y las costumbres del lugar, lo que no solo atraerá turistas, sino que también fomentará el orgullo comunitario y la preservación cultural.

(Marín, 2024). se centra en el impacto del turismo rural en el desarrollo sostenible. Señala que la localidad tiene un gran potencial turístico debido a sus recursos naturales y culturales, pero advierte que es fundamental garantizar un enfoque sostenible que beneficie a la comunidad local sin comprometer el medio ambiente.

Según en su análisis sobre las intervenciones sociales en el Pajonal, (Cepeda, 2022), destaca que el turismo puede ser una herramienta para mejorar la calidad de vida de los

residentes. Sin embargo, subraya que es crucial realizar inversiones públicas y privadas para desarrollar infraestructura turística adecuada y accesible.

1.2.5 Marketing Turístico

El marketing turístico es una disciplina dinámica que debe adaptarse constantemente a las tendencias del mercado y a las expectativas cambiantes de los consumidores donde su éxito radica en la capacidad de las empresas para entender y anticipar las necesidades de los turistas, ofreciendo experiencias memorables que fomenten la lealtad y el retorno.

(Kotler, 2020), define el marketing turístico como un conjunto de actividades orientadas a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas donde destaca la importancia de entender las motivaciones del cliente para diseñar estrategias efectivas que promuevan destinos y servicios turísticos. Su enfoque integral busca no solo atraer turistas, sino también crear experiencias memorables que fomenten la lealtad.

Según (Martín, 2019), afirma que el marketing turístico se centra en descubrir lo que los turistas desean y en desarrollar los servicios adecuados para satisfacer esas necesidades. Resalta la necesidad de proporcionar información clara sobre la oferta turística y cómo acceder a ella, lo que es crucial para atraer a los visitantes

Según los autores (Witt & Mouthino, 2020), mencionan que el marketing turístico implica seleccionar un público objetivo y comunicarse con él para influir en sus deseos y necesidades. Plantean que este proceso debe realizarse a diferentes niveles (local, regional, nacional e internacional) para formular productos turísticos que satisfagan tanto al cliente como a las organizaciones turísticas.

Según (ULEAM, 2020), su investigación indica que el marketing turístico es fundamental para promover destinos específicos y aumentar la demanda turística. Se subraya la importancia del uso de medios digitales y redes sociales como herramientas clave para captar la atención de potenciales visitantes y generar expectativas sobre los destinos turísticos

1.2.6 Desarrollo y oportunidades económicos desde la llegada de turistas a la localidad

La llegada de turistas a la localidad ha impulsado el desarrollo económico de la región al generar nuevas oportunidades, con la creación de empleos en sectores como restaurantes y servicios turísticos ha dinamizado la economía local. Además, se han fomentado microempresas dedicadas a la artesanía y productos locales, lo que diversifica las fuentes de ingresos de los residentes. Asimismo, el turismo ha motivado mejoras en infraestructuras y ha atraído inversiones externas. Sin embargo, es fundamental que este desarrollo se gestione de manera sostenible para proteger los recursos naturales y culturales.

Según (Alvarado, 2022), en su investigación, destaca que el turismo rural puede ser una alternativa significativa para el desarrollo local sostenible donde señala que, aunque la comunidad ha visto algunos beneficios, como la creación de empleos, aún existe un potencial sin explotar que podría mejorar la calidad de vida de los residentes. La promoción adecuada y el fortalecimiento de la infraestructura son esenciales para maximizar estos beneficios

Según (Vera Z. , 2024), en su análisis, menciona que las actividades turísticas en el Pajonal deben alinearse con las tradiciones locales para ser efectivas. Propone que el desarrollo del turismo debe incluir a los habitantes en el proceso de planificación y ejecución, asegurando que los beneficios económicos se distribuyan equitativamente y se mantenga la identidad cultural del lugar.

(Cepeda, 2022), sostiene que el turismo puede ser una herramienta poderosa para mejorar la calidad de vida en El Pajonal, pero advierte sobre la necesidad de inversiones en infraestructura y servicios básicos para maximizar estos beneficios donde resalta que, sin una promoción adecuada y el desarrollo de servicios turísticos, el potencial económico del turismo puede no ser completamente realizado.

Argumenta (Macias, 2024), que el turismo comunitario tiene un papel crucial en el desarrollo económico local. Según su estudio, la participación de los habitantes en la oferta turística no solo mejora sus ingresos, sino que también fomenta una mayor conciencia

sobre la preservación cultural y ambiental. Esto crea un ciclo positivo donde el turismo beneficia tanto a los visitantes como a la comunidad local.

CAPÍTULO II

2. Diseño metodológico

2.1 Métodos

2.1.1 Método analítico

El Método Analítico se refiere a una estrategia de investigación que implica la descomposición de un todo en sus partes o elementos individuales para examinar las causas, la naturaleza y los efectos del fenómeno en cuestión. En este enfoque, el análisis se centra en la observación y examen detallado de hechos particulares, siendo esencial comprender la naturaleza del fenómeno u objeto de estudio para obtener una comprensión profunda. A través de este método, se busca adquirir un conocimiento más completo del objeto de estudio lo que facilita explicaciones y una mejor comprensión de su comportamiento, permitiendo así el establecimiento de nuevas teorías. (Ramírez, 2021)

La utilización del método Analítico en la presente investigación se justifica por su capacidad para detallar la gastronomía de Manabí en su impacto económico en el Cantón Sucre. Desglosar este proceso en partes específicas permite una comprensión más profunda de las relaciones causales y los factores determinantes, además, la observación y examen minucioso de hechos particulares relacionados con el turismo gastronómico en la región proporciona una base sólida para explicaciones detalladas y la formulación de teorías más precisas.

2.1.2 Método descriptivo en modalidad cuantitativa

El Método Descriptivo, en su modalidad cuantitativa, se define como la recopilación objetiva de datos que se enfocan principalmente en números y valores. Los resultados derivados de este tipo de observación cuantitativa se obtienen mediante el empleo de métodos de análisis estadísticos y numéricos, abarcando variables como la edad, la forma, el peso, el volumen, la escala, entre otros. (Lopera, 2019)

La utilización del Método Descriptivo, específicamente la investigación tipo cuantitativa, en la presente investigación se justifica por su capacidad para recopilar datos de manera objetiva y cuantificable. Dada la naturaleza del estudio sobre la gastronomía de la localidad del Pajonal y su repercusión económica en el Cantón Sucre, es esencial contar con información numérica precisa para comprender la magnitud y la naturaleza de este fenómeno. La observación cuantitativa al centrarse en números y valores va a facilitar la aplicación de análisis estadísticos que permitirán una evaluación detallada de variables clave, la afluencia de turistas, y otros aspectos cuantificables.

2.2 Métodos empíricos

2.2.1 Técnicas

Entre las técnicas que se utilizarán para el desarrollo del trabajo de investigación será la encuesta.

2.2.2 Encuesta

La utilización de encuestas en la presente investigación se fundamenta en la necesidad de obtener información detallada y estructurada sobre diversos aspectos relacionados con la gastronomía del sector el Pajonal en el Cantón Sucre. Al emplear cuestionarios estandarizados, se busca recopilar datos cuantitativos y cualitativos de manera sistemática y uniforme, lo que permite obtener una visión integral de las percepciones, actitudes y comportamientos de los individuos y grupos involucrados en el fenómeno. (Lopera, 2019)

2.3 Población

De acuerdo con (Arias, 2006) se refiere al conjunto de elementos que comparten ciertas características específicas y que son el objeto de estudio destacando que la población debe delimitarse según el problema y los objetivos del estudio.

Para analizar los resultados de esta investigación al desconocer el tamaño de la población, de la localidad del Pajonal donde se plantea utilizar una fórmula diferente a la que se emplea cuando no se conoce el tamaño de la población (Sarasola, 2024)

2.4 Muestra

Dado que en este estudio no se conoce el tamaño de la población, se utilizó una muestra aleatoria simple para poder calcular el tamaño de la muestra apropiada (Manterola, 2017).

Tomando en cuenta los resultados, se haría la encuesta a un total de 58 personas.

CONFIANZA AL 95%			
N		-	
PQ		0,25	
Z		1,96	3,8416
E		0,05	0,0025
N	Población		
PQ	Varianza al cuadrado		
Z	Valor confianza de Z al 95%		
E	Error Muestral (5 %); 0,05		
$n = \frac{Z^2 * PQ}{E^2}$			
$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$			
n=		384	

Tabla 1 Muestra

2.5 Muestra aleatoria simple

Desde un punto de vista matemático, el muestreo aleatorio simple se realiza suponiendo que la población tiene infinitos elementos. En la práctica, suele ocurrir que las poblaciones a considerar tienen un número muy grande de elementos con lo cual puede equiparse a una situación con infinitos elementos (Enciclopedia, 2010).

Este proyecto de investigación se tomará de una muestra aleatoria simple de las personas que se encuentran en la localidad y turistas para realizar el análisis correspondiente sobre la evaluación de esta.

3. Diagnóstico y/o estudio de mercado.

La siguiente investigación se realizó en la localidad del Pajonal perteneciente a la provincia Manabí.

- **Vista satelital donde desarrollo la investigación**

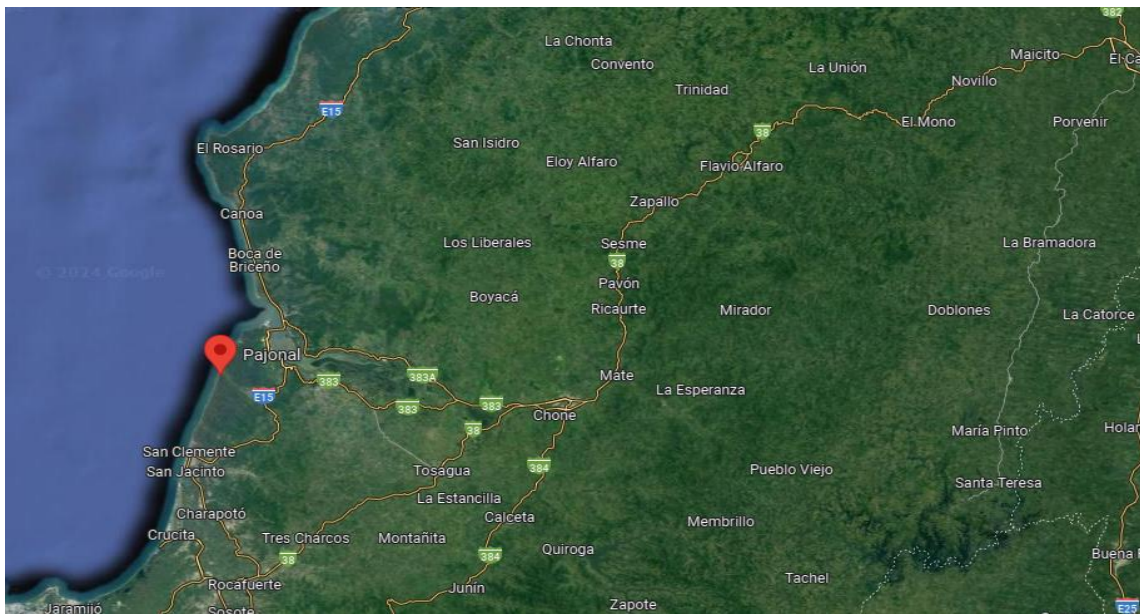


Imagen 1-Fuente: Google maps

3.1 Análisis e interpretación del instrumento aplicado a los turistas que llegaron al Pajonal

La investigación de información obtenida de las encuestas se realizó mediante Microsoft Forms, para el ingreso de datos y tabulación de la encuesta. Análisis de datos aplicados a las personas que visitan y laboran en la localidad.

3.1.1 Fiabilidad del instrumento aplicado.

Con relación a la fiabilidad se demostró por medio de Microsoft Forms un resultado de 0.90 que es equivalente al 90% de confianza según la tabla de cálculos de la muestra para representación, lo que evidencia que el instrumento aplicado es confiable.

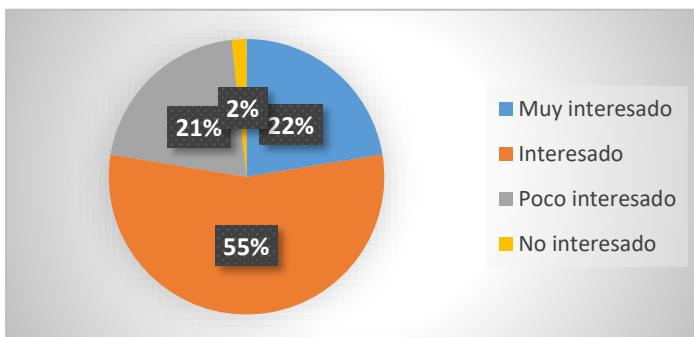
3.2 Análisis de las preguntas de la encuesta aplicada a visitantes o residentes de la localidad.

1) ¿Qué tan interesado está en participar en un festival gastronómico que resalte la diversidad culinaria de la localidad el Pajonal?

Tabla 1

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesado	13	22%
Interesado	32	55%
Poco interesado	12	21%
No interesado	1	2%
Total	58	100%

Gráfico 1



Interpretación

De los 58 encuestados, ahí un total del 77%, que se muestra interesado en participar en un festival gastronómico, ya sea como “muy interesado” con un 22% o “interesado” con un 55%. Esto indica una fuerte predisposición hacia la promoción de la gastronomía local y su potencial para atraer a la comunidad y a turistas donde solo el 21% de los encuestados se considera “poco interesado” y un mínimo 2% se declara “no interesado”. Estos números surgieron de que, aunque hay un pequeño segmento que no se ve valor en el evento, la mayoría está abierta a la idea, lo que es alentador para la planificación del festival.

Análisis

Los resultados indican un interés significativo por parte de la comunidad hacia un festival gastronómico en el Pajonal. Esta predisposición favorable sugiere que, con una adecuada planificación y promoción, este tipo de evento podría convertirse en una herramienta efectiva para impulsar el turismo local y fortalecer la identidad cultural de la región ya que tiene una grande probabilidad de ser exitoso y atraer una amplia participación a la comunidad.

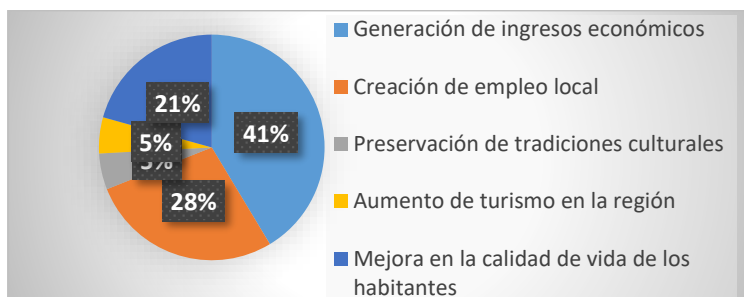
2) ¿Qué beneficios espera que genere un modelo de gestión turística basado en la gastronomía manabita para la comunidad local?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Generación de ingresos económicos	24	41%
Creación de empleo local	16	28%
Preservación de tradiciones culturales	3	5%
Aumento de turismo en la región	3	5%

Mejora en la calidad de vida de los habitantes	12	21%
Total	58	100%

Tabla 2

Gráfico 2



Interpretación

La mayoría de los encuestados con un 41% en la “generación de ingresos económicos” esto surge una clara expectativa de que un modelo de gestión turística centrado en la gastronomía puede atraer turistas y, por ende, aumentar los negocios relacionados con el turismo. En “la creación de empleo local” también es un beneficio importante con 28% de los encuestados apoyaron esta opción donde refleja la percepción de que el desarrollo del turismo gastronómico no solo genera oportunidades laborales directas al sector y sino también indirectas en el área como la producción agrícola esencial para el desarrollo sostenible. Donde el 21% considera que el modelo podría contribuir a “mejorar la calidad

de vida” de los habitantes relacionando con el aumento de ingresos y empleo, así como el potencial para mejorar infraestructuras y servicios. Ya que la “preservación de tradiciones culturales “y “aumento de turismo en la región” ambas opciones recibieron una baja proporción de respuestas, con solo un 5% cada una esto puede indicar que, aunque estos aspectos son importantes, no son vistos como beneficios inmediatos o tangibles comparados con los económicos y laborales.

Análisis

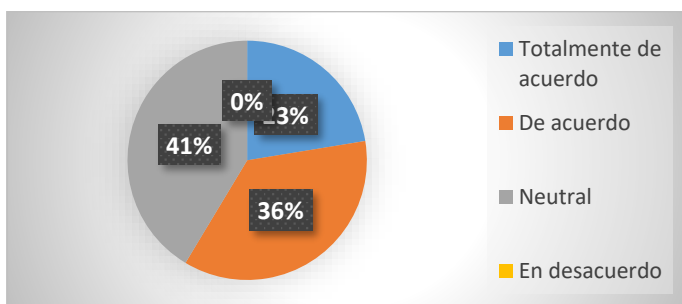
Los resultados reflejan una tendencia común en las comunidades donde se busca desarrollar el turismo priorizar los beneficios económicos inmediatos sobre los culturales o sociales. Esto puede ser indicativo del contexto socioeconómico actual donde las necesidades económicas pueden estar predominando sobre consideraciones culturales.

3) ¿Considera que el desarrollo del turismo gastronómico podría contribuir a fortalecer la identidad cultural del Pajonal?

Tabla 3

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	13	23%
De acuerdo	21	36%
Neutral	24	41%
En desacuerdo	0	0%
Total	58	100%

Gráfico 3



Interpretación

Un total combinado del 59% de los encuestados se muestra “totalmente de acuerdo” con un 23% y el 36% “de acuerdo” en que el desarrollo del turismo gastronómico puede contribuir a fortalecer la identidad cultural donde esto surge de que existe una percepción positiva sobre el papel que puede desempeñar la gastronomía local en la promoción y preservación de la cultura regional. Donde hay un significativo 41% de los encuestados se encuentra en una posición neutral algunos de los encuestados pueden no estar completamente convencidos de su impacto inmediato o tangible en la identidad cultural la “de desacuerdo” con un 0% es un indicador positivo, ya que sugiere que no hay una oposición significativa hacia la idea de que el turismo gastronómico pueda fortalecer la identidad cultural.

Análisis

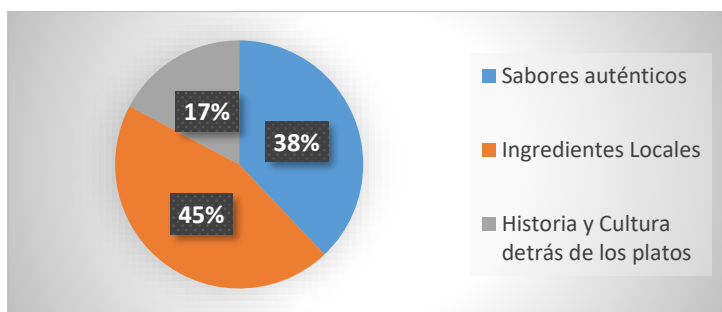
La mayoría de las personas que participaron en la encuesta creen que se alinea con las tendencias observadas en la región donde el turismo gastronómico ha sido utilizado como herramienta para preservar y promover la cultura local, las tradiciones culinarias son un componente esencial de la identidad cultural, y su promoción puede generar un sentido de pertenencia entre los residentes y atraer a turistas interesados en experiencias auténticas.

4) ¿Qué elementos gastronómicos de Manabí le parece más atractivos para fortalecer el turismo local?

Tabla 4

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sabores auténticos	22	38%
Ingredientes Locales	26	45%
Historia y Cultura detrás de los platos	10	17%
Total	58	100%

Gráfico 4



Interpretación

La opción más seleccionada con un 45%, indica que los encuestados consideran que los ingredientes locales esto refleja una apreciación por la frescura y calidad de los productos autónomos, donde este resultado surge que los turistas valoran la autenticidad y la conexión con la tierra que ofrece estos ingredientes y con un 38% muestra un fuerte interés por los sabores únicos no solo son un atractivo culinario, sino que también representan una experiencia cultural significativa para los visitantes. La historia y cultura detrás de los platos sigue siendo relevante con 17% esto surge de que hay una oportunidad para desarrollar nativas y experiencias que conecten a los visitantes con las raíces culturales de la gastronomía local.

Análisis

La mayoría de los encuestados consideran que los resultados reflejan una tendencia creciente en el turismo gastronómico, donde los turistas buscan no solo disfrutar de la comida, sino entender su origen y significado cultural donde se ha demostrado que la utilización de ingredientes locales y la promoción de sabores autónomos son estrategias efectivas para atraer a visitantes interesados en experiencias auténticas.

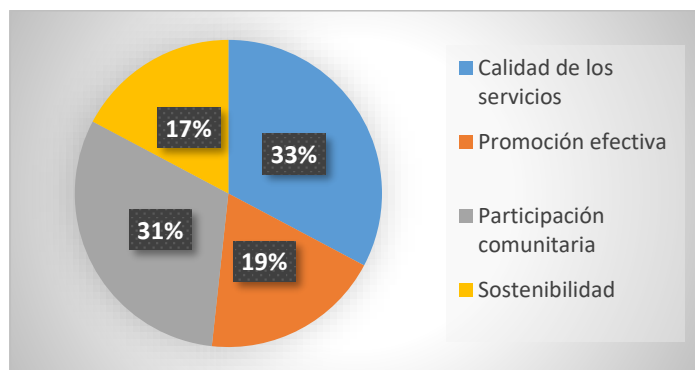
5) ¿Qué factores considera más importante para garantizar el éxito de un modelo de gestión turística basado en la gastronomía?

Tabla 5

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de los servicios	19	33%
Promoción efectiva	11	19%

Participación comunitaria	18	31%
Sostenibilidad	10	17%
Total	58	100%

Gráfico 5



Interpretación

La mayoría de los encuestados indica que la “calidad de los servicios” con un 33% es fundamental para el éxito del modelo de gestión turística esto refleja que hay una clara expectativa de que una atención al cliente excepcional y servicios bien ejecutados son cruciales para atraer y retener turistas. Con un 31% la “participación ciudadana” valora la importancia de involucrar a los residentes locales en el desarrollo y ejecución del turismo gastronómico donde la “promoción efectiva” es considerada importante con un 19% donde esto implica que una estrategia de marketing bien diseñada y ejecutada es crucial para atraer turistas. Finalmente, la “sostenibilidad” recibe el menor porcentaje con un 17% aunque es reconocida como un factor importante, su menor prioridad puede indicar que muchos encuestados no ven la sostenibilidad como un elemento inmediato o crítico comparado con otros aspectos más tangibles como la calidad del servicio y la participación ciudadana.

Análisis

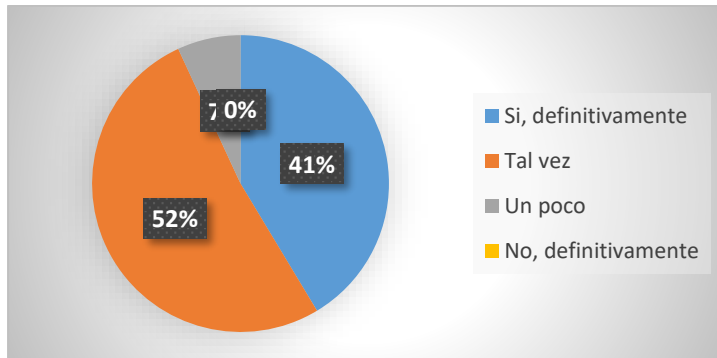
En el sector del turismo gastronómico, la mayoría de los encuestados evalúan positivamente mediante el estudio han demostrado que la calidad del servicio es uno de los factores más influyentes en la satisfacción del cliente y en su decisión de recomendar un destino, además la participación comunitaria ha sido identificada como un componente clave para el éxito del turismo sostenible, ya que fomenta una mayor conexión entre turistas y residentes.

6) ¿Consideras que los turistas deberían involucrarse más en las tradiciones culinarias locales durante su visita?

Tabla 6

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si, definitivamente	24	41%
Tal vez	30	52%
Un poco	4	7%
No, definitivamente	0	0%
Total	58	100%

Gráfico 6



Interpretación

Una mayoría de los encuestados con un total combinado del 93% se muestra a favor de que los turistas se involucren más en las tradiciones culinarias locales, ya sea “si, definitivamente” con un 41% o “tal vez” con un 52% esto indica una percepción positiva sobre la importancia de la participación activa de los turistas en la cultura gastronómica local y con un 7% “un poco” o “no, definitivamente” con un 0% esto es un indicador positivo ya que surge que no hay oposición significativa a la idea de que los turistas participen en las tradiciones culinarias locales.

Análisis

La mayoría de los encuestados refleja donde se ha demostrado que la participación de los turistas en las tradiciones locales puede enriquecer su experiencia y fomentar una conexión más profunda con la comunidad. Tomando en cuenta involucrar a los turistas en actividades culinarias locales no solo mejora su satisfacción, sino que también contribuye al desarrollo sostenible al generar ingresos para los productores locales y preservar las tradiciones culturales.

Además, este enfoque contribuye a preservar y revitalizar las tradiciones culturales al garantizar que el conocimiento ancestral pase de generación en generación, mientras se adapta a las nuevas demandas del mercado turístico. Por otro lado, al dar valor a los recursos locales y promover el consumo responsable, estas actividades también ayudan a

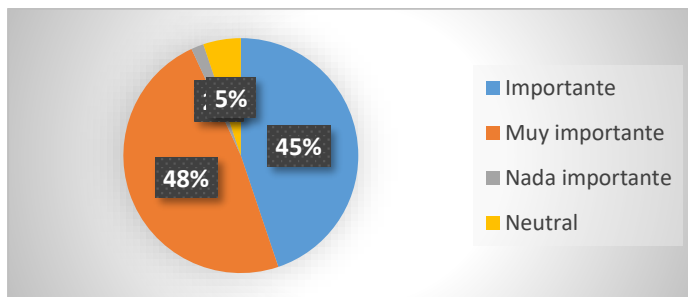
sensibilizar tanto a los visitantes como a los residentes sobre la importancia de cuidar el patrimonio cultural y natural, consolidando a la localidad como un destino comprometido con la sostenibilidad.

7) ¿Qué tan importante considera que es la sostenibilidad en la promoción del turismo gastronómico en el Pajonal?

Tabla 7

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Importante	26	45%
Muy importante	28	48%
Nada importante	1	2%
Neutral	3	5%
Total	58	100%

Gráfico 7



Interpretación

Un total de 58 encuestados combinados con un 93% considera que la sostenibilidad es importante o muy importante para el desarrollo del turismo gastronómico indicando una clara conciencia sobre la necesidad de adoptar prácticas sostenibles que no solo beneficien a los turistas, sino que también protejan y preserven los recursos locales y culturales. La categoría muy importante recibió un 48% lo que casi la mitad de los encuestados ve la sostenibilidad como un aspecto crucial para el éxito del turismo gastronómico en nada

importe obtuvo solo un 2% y neutral 5% lo que indica que hay muy poco desinterés o indiferencia hacia el tema.

Análisis

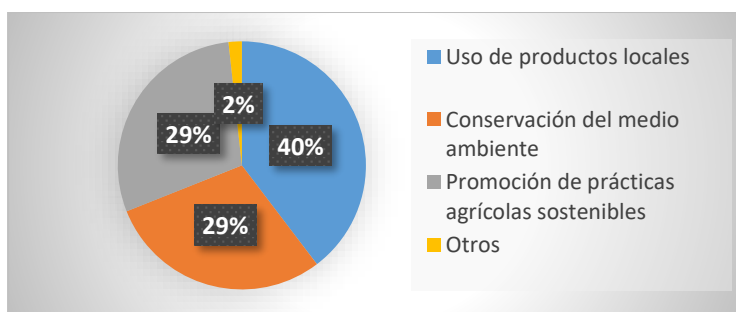
La mayoría de los encuestados consideran que integrar practicas sostenibles en el turismo gastronómico no solo ayuda a preservar el patrimonio cultural y natural, sino que también puede mejorar la experiencia del visitante donde la sostenibilidad se ha convertido en un elemento clave en el desarrollo turístico moderno, especialmente en regiones donde las comunidades dependen directamente de sus recursos naturales y culturales para atraer visitantes.

8) ¿Qué practicas sostenibles considera que deberían implementarse en el desarrollo del turismo gastronómico en el Pajonal?

Tabla 8

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Uso de productos locales	23	40%
Conservación del medio ambiente	17	29%
Promoción de prácticas agrícolas sostenibles	17	29%
Otros	1	2%
Total	58	100%

Gráfico 8



Interpretación

Un total de 40% indica que los encuestados consideran que “el uso de productos locales” es fundamental para el desarrollo del turismo gastronómico sostenible reflejando una clara preferencia por la valorización de los ingredientes autóctonos. Ya que un 29% otorgan a la “conservación del medio ambiente” donde esto surge de que hay una conciencia significativa sobre la necesidad de implementar prácticas que minimicen el impacto ambiental, como el manejo adecuado de desechos y la reducción del uso de plásticos la “promoción de prácticas agrícolas sostenibles” recibió un 29% ven que beneficia a la mejora de la calidad y sabor de los productos ofrecidos y solo un 2% eligió “otros” lo que surge que las opciones presentadas cubren adecuadamente las principales prácticas sostenibles percibidas como necesarias por los encuestados.

Análisis

Los resultados reflejados es una tendencia creciente hacia la sostenibilidad en el turismo gastronómico, donde se reconoce que las prácticas responsables pueden tener un impacto positivo tanto en la comunidad local como el medio ambiente, el uso de los productos locales y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles ya que son fundamentales para desarrollar un modelo de gestión que respete y preserve los recursos culturales y naturales.

3.3 Análisis de la entrevista realizada a la Sra. Jenny y Sarita Ureta

1) Según su experiencia ¿cuál es el impacto de la gastronomía en el desarrollo turístico sostenible?

Desde mi perspectiva, la gastronomía tiene un impacto transportador en el desarrollo del turismo sostenible porque logra integrar elementos únicos de una cultura en una experiencia memorable para los visitantes. Considero que los sabores de una región cuentan historias que no solo alimentan el cuerpo, sino que también el alma, creando un vínculo emocional entre el turista y el destino. Este vínculo fomenta un turismo que valora la autenticidad y la conexión humana.

Además, creo que la gastronomía es una herramienta poderosa para dinamizar economías locales de manera justa donde al priorizar el uso de ingredientes autóctonos y

técnicas tradicionales, se incentiva el empleo de productores locales y se reduce la dependencia de cadenas de suministro externas, lo que contribuye a un desarrollo más equilibrado y sostenible permite así rescatar recetas ancestrales que podrían perderse, fortaleciendo la identidad cultural de las comunidades.

2) ¿Qué ejemplo exitoso conoce usted donde la gastronomía ha sido un motor de desarrollo local?

En unos de los lugares donde ha sido claro ejemplo que la gastronomía ha sido un motor de desarrollo local es el caso de Puerto López, Jipijapa, Montecristi con su gastronomía marina asociada durante este evento, se destacó platos típicos preparados con productos frescos donde esta combinación de naturaleza y tradición culinaria no solo atrae a turistas nacionales e internacionales, sino que también dinamiza la economía local al involucrar a pescadores pequeños emprendedores, actividades turísticas revitalizando el interés por la producción local y ha incentivado la participación de comunidades rurales en el desarrollo turístico ya que ha permitido a los agricultores mostrar sus productos y generar ingresos.

3) ¿Qué recomendaciones daría usted para implementar un modelo de gestión turística basado en la gastronomía manabita?

Para implementar un modelo de gestión turística basado en la gastronomía , es esencial identificar y promover la oferta culinaria local, diseñar experiencias auténticas que involucren a los turistas, y fortalecer así el valor local para beneficiar a pequeños productores y emprendedores donde también se debe capacitar a la localidad en técnicas tradicionales y atención al cliente, combinar lo tradicional con la innovación y así crear una estrategia de promoción eficaz través de redes sociales y colaboración con las empresas públicas y privadas.

Donde este modelo debe priorizar la sostenibilidad mediante el uso responsable de los recursos y actividades con bajo impacto ambiental, mientras educa a turistas y locales la preservación cultural y natural.

4) ¿Cómo cree usted que puede la gastronomía contribuir a fortalecer la identidad local en la localidad?

La gastronomía puede ser una herramienta clave para fortalecer la identidad local en la localidad al actuar como un puente entre la tradición y la modernidad, preservando prácticas culturales únicas y compartiéndolas con nuevas generaciones y visitantes. Cada platillo típico, lleva consigo historias, conocimientos ancestrales y el uso de ingredientes autóctonos que reflejan la conexión de la comunidad con su entorno.

Así promoviendo la preparación de estos platos en espacios turísticos y comunitarios ayuda a reforzar el orgullo local y a reconocer el valor de las tradiciones culinarias como parte del patrimonio cultural donde además incluir talleres de cocina para turistas o eventos gastronómicos puede transformar la gastronomía en una experiencia compartida que no solo enriquece a los visitantes, sino que también reafirma la importancia de la cocina local entre los residentes.

Por otro lado, la gastronomía también puede integrarse en proyectos educativos y culturales para que las nuevas generaciones comprendan su relevancia como parte de la identidad manabita. Esto no solo asegura su preservación, sino que también promueve un sentimiento de pertenencia y unidad en la comunidad.

5) ¿Qué estrategias de marketing cree que son más efectivas para promover la gastronomía manabita a nivel local e internacional?

Para promover la gastronomía manabita a nivel local e internacional, se necesita una estrategia integral que incluya la creación de una marca gastronómica atractiva, el uso de redes sociales para generar contenido visual, la organización de eventos y ferias gastronómicas, y el desarrollo de rutas y experiencias culinarias inmersivas. Además, es crucial producir material audiovisual de calidad, establecer alianzas estratégicas con chefs locales y entidades turísticas, y aprovechar el marketing digital con campañas dirigidas y sitios web interactivos.

3.4 Análisis cruzado de información

La gastronomía manabita se presenta como un recurso estratégico para el desarrollo turístico sostenible donde su capacidad para transmitir identidad cultural, dinamizar economías locales y generar experiencias auténticas la convierte en un motor clave para el crecimiento regional. Los ejemplos exitosos y las recomendaciones propuestas demuestran que, con un modelo de gestión adecuado y estrategias de promoción efectivas, la gastronomía puede posicionarse como un eje diferenciador que atraiga tanto a turistas nacionales como internacionales.

Integrar la sostenibilidad, la innovación y la autenticidad en cada acción permitirá no solo fortalecer la identidad local, sino también asegurar un desarrollo equilibrado y beneficioso para todas las comunidades involucradas. Así, puede consolidarse como un referente en turismo gastronómico a nivel local, destacando por su rica cultura y su compromiso con la preservación de su patrimonio.

CAPÍTULO III

3 Diseño de la propuesta

3.1 Tema de la propuesta

El diseño de un modelo de gestión turística basado en la gastronomía manabita como motor del desarrollo local en la localidad de el Pajonal.

3.2 Antecedentes

En Ecuador, la gastronomía es un atractivo turístico en constante crecimiento. Diversas localidades han logrado posicionarse utilizando sus tradiciones culinarias, como es el caso de otras regiones de Manabí. Sin embargo, la localidad de el Pajonal carece de una estructura organizada y planificada que aproveche su rica gastronomía local como una estrategia turística integral. La región tiene el potencial de atraer turistas mediante la valorización de sus productos típicos y la creación de rutas gastronómicas que conecten la cultura, los productos autóctonos y las experiencias locales. Esto crea una oportunidad para diseñar una propuesta innovadora que involucre a la comunidad, instituciones públicas y privadas con el fin de potenciar el turismo en la región.

El Pajonal es reconocida por sus prácticas agrícolas y su entorno natural, carece de una infraestructura y planificación adecuada para promover su gastronomía como un producto turístico donde posee una gran riqueza gastronómica que puede ser un atractivo para turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, no se ha creado estrategias que posicionen los productos autóctonos locales ni rutas turísticas que integren, por lo tanto, la falta de un modelo de gestión estructurado y la promoción de su gastronomía limitan su potencial para convertirse en un destino turístico relevante. Este modelo de gestión pretende aprovechar los recursos gastronómicos de la zona, creando una oferta diferenciada que resalte la autenticidad de la cocina manabita y su conexión con el entorno local.

3.3 Justificación

La gastronomía manabita es un recurso cultural clave que puede convertirse en el eje central de un modelo de gestión turística. Este modelo no solo tiene el potencial de poner en valor la identidad cultural de la localidad, sino que también puede contribuir significativamente al desarrollo económico

Promover el turismo gastronómico en el Pajonal no solo contribuirá a la preservación de las tradiciones culinarias, sino que también creará un motor económico sostenible para la comunidad. La integración de la gastronomía con la gestión turística permitirá fortalecer la identidad local y ofrecer una oferta turística diferenciada que atraerá tanto a turistas nacionales como internacionales, posicionándose como un destino de turismo cultural y gastronómico en la provincia de Manabí donde la competencia en el mercado turístico está en constante aumento, por lo que, ofrecer un producto único que combine las tradiciones culinarias con experiencias de inmersión en la vida local puede ser la clave para destacar entre otros destinos turísticos.

La integración de la gastronomía con la gestión turística permitirá fortalecer la identidad local, promoviendo la preservación y el orgullo por las tradiciones culinarias de la comunidad. Esta valoración cultural es clave para que los habitantes de la localidad se involucren activamente en el proceso, y no solo vean al turismo como una actividad económica externa, sino como un motor de desarrollo propio. El fortalecimiento de la identidad local también tiene un impacto positivo en la cohesión social de la comunidad,

ya que las personas se sienten partícipes de un proyecto común que pone en valor su historia y su cultura.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo general

Desarrollar un modelo de gestión turística basado en la gastronomía manabita como estrategia clave para el desarrollo local en la localidad el Pajonal.

3.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los elementos distintivos de la gastronomía manabita como estrategia clave para el desarrollo local en la localidad de el Pajonal
- Diseñar un plan de marketing turístico para promover la gastronomía local como un producto turístico integral.
- Establecer alianzas entre instituciones públicas y privadas para la implementación del modelo de gestión.

3.5 Sustento teórico

3.5.1 Ruta Gastronómica

Según (Angeli, 2011), la comida ancestral se centra en el estudio de sus antiguos productos, recetas y métodos culinarios, fuente generosa de ideas de sabores y texturas. Y, naturalmente, en encontrar la forma de ponerlos al alcance de todos.

Este tipo de gastronomía hace referencia a la gastronomía tradicional y los alimentos que se van transmitiendo de generación en generación. Esta es una forma de preservar y celebrar la herencia culinaria y recetas que han sido parte de la identidad cultural.

El rescate de productos tradicionales y de conocimientos ancestrales, asociados a la culinaria nacional/regional, permite ampliar la base alimentaria, mejorar el estado nutricional y la seguridad alimentaria, y generar nuevos ingresos para los hogares rurales (Mikuy, 2010).

3.5.2 Productos ancestrales en la gastronomía de la localidad del Pajonal

En la localidad la gastronomía ancestral se refleja en sus recursos pesquero y agrícolas locales, los productos ancestrales incluyen una variedad de ingredientes y alimentos tradicionales que han sido parte fundamental de la gastronomía local durante generaciones.

Además, frutas tropicales cultivadas de manera tradicional, también ocupan un lugar importante en la gastronomía local, aportando sabores característicos y nutritivos a diversos platos.

3.5.3 Plan de marketing turístico

De acuerdo con (Witt & Moutinho, 1995), definen al marketing turístico como el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos. De este modo se alcanza simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones. El marketing turístico se forja para convencer con naturalidad de las mejores cualidades del lugar que se puede visitar. La variedad de puntos destacables para convencer es muy importante. Sin embargo, el conocimiento detallado de las variables informativas y emocionales que se emplean para convencer al cliente es parte de la formación que da un máster en marketing turístico. (Neetwork.com, 2019)

El marketing turístico es una disciplina que se centra en promover destinos, servicios y experiencias turísticas a través de estrategias y tácticas de marketing. Se basa en la idea de identificar y satisfacer las necesidades y deseos de los viajeros, con el objetivo final de aumentar la demanda y la rentabilidad en el sector turístico. Según (Kotler, 2023), el marketing turístico se puede ver desde dos perspectivas: una perspectiva desde el punto de vista del cliente y otra desde una visión integral y estratégica.

3.6 Desarrollo de la propuesta

El diseño de un modelo de gestión turística basado en la gastronomía manabita como motor del desarrollo local en la localidad de el Pajonal, con el objetivo de fortalecer la identidad cultural, promover la sostenibilidad y generar ingresos a través del turismo gastronómico.

3.6.1 Diagnóstico y análisis

1. Identificación de los productos

Tiene el potencial de posicionar al destino como un punto clave en el turismo gastronómico al enfocarse en la autenticidad y sostenibilidad de los productos

Producto	Descripción	Características
Viche	El viche es una sopa espesa y nutritiva hecha con pescado o mariscos, yuca, maíz, cebolla y cilantro. Se cocina con caldo de mariscos y se sirve con arroz.	- Plato típico costero de Manabí. - Rico en proteínas y carbohidratos. - Sabor suave y delicioso con un toque de cilantro.
Ceviche Manabita	Es un ceviche más caldoso que otros, preparado con mariscos o pescado fresco, cebolla, cilantro, tomate y limón. Tiene un toque de caldo de mariscos.	- Refrescante y jugoso. - Equilibrado entre acidez del limón y dulzura del marisco. - Comúnmente servido con chifles (plátano frito).
Corviche	Empanada frita hecha de masa de plátano verde rellena de pescado o mariscos, acompañada de salsa de maní o ensalada.	- Masa crujiente por fuera y suave por dentro. - Relleno de pescado o mariscos. - Ideal como snack o plato principal.
Arroz con menestra y carne	Arroz acompañado de una menestra espesa (lentejas o frijoles) y carne (pollo, cerdo o res). Es un plato completo y energizante.	- Plenamente balanceado entre proteínas, carbohidratos y fibra. - Plato común en la zona rural. - Servido con arroz y menestra.
Tamal Manabita	Hecho con masa de maíz rellena de carne de cerdo o pollo,	- Masa suave y jugosa.

	envuelto en hojas de plátano. Es una opción común para el desayuno o en festividades.	- Sabor característico gracias al envoltorio en hojas de plátano. - Relleno de carne y especias.
Tongas	Son tamales tradicionales hechos con masa de maíz rellena de carne, pollo, mariscos o una mezcla de estos, cocinados envueltos en hojas de plátano.	- Masa de maíz suave y delicada. - Relleno de carne de cerdo, pollo o mariscos, sazonado con especias. - Cocinados en hojas de plátano. - Sabor suave, jugoso y ligeramente ahumado. - Comúnmente servidas con salsa de maní o ají. - Plato ideal para festividades y reuniones familiares.
Seco de Gallina	El seco de gallina es un guiso a base de pollo (generalmente gallina de corral) cocinado en una salsa espesa y sabrosa con cerveza, ají, cilantro, comino, cebolla, y otras especias. Se acompaña comúnmente con arroz y patacones.	- Carne de gallina (pollo) de sabor más fuerte y jugoso. - Salsa espesa y sabrosa, a menudo con un toque de cerveza o chicha de jora. - Acompañado de arroz blanco y patacones. - Rico en sabor con especias como el comino, ajo y cilantro. - Plenamente casero y reconfortante, ideal para comidas familiares.
Frutas Tropicales	Se consumen frescas o en jugos	- Sabores dulces y refrescantes. - Variedad de frutas disponibles durante todo el año. - Jugos naturales y batidos.

Bolón	El bolón es una mezcla de plátano verde frito o cocido, queso y manteca de cerdo. El plátano se machaca hasta formar una masa, que se mezcla con los ingredientes y se fríe. Puede llevar también huevo o chicharrón.	- Plátano verde como base principal. - Puede llevar chicharrón, queso fresco o huevo. - Se sirve comúnmente con café o como desayuno. - Textura suave por dentro y ligeramente crujiente por fuera. - Plato energético y reconfortante.
Tigrillo	El tigrillo es un platillo a base de plátano verde cocido y luego mezclado con huevo revuelto, queso y manteca de cerdo. A veces se sirve con salsa de tomate o aguacate.	- Plátano verde cocido y machacado. - Huevo revuelto y queso como ingredientes clave. - Suave y cremoso por la mezcla de huevo y queso. - Ideal como desayuno o almuerzo ligero. - Plato nutritivo y muy popular en la costa ecuatoriana.
Fritada Costeña	La fritada costeña es un platillo tradicional preparado a base de carne de cerdo (generalmente costillas o carne de cerdo en trozos), que se cocina en su propia grasa hasta quedar crujiente por fuera y jugosa por dentro. Se acompaña generalmente con arroz, patacones, ensalada y mote (maíz cocido).	- Carne de cerdo frita hasta quedar crujiente. - Se cocina en su propia grasa para darle sabor y textura. - Acompañado con arroz, patacones y ensalada. - Sabor profundo y ligeramente ahumado por la cocción lenta. - Popular en reuniones familiares y festividades.

Torta de plátano	Es una torta o pastel hecho de plátano maduro machacado, mezclado con azúcar, huevo, queso y a veces canela. Se hornea hasta dorarse.	- Plátano maduro como base. - Mezcla de huevo, queso y azúcar. - Dulce y suave, ideal como postre o merienda.
Hierbas Aromáticas	Las hierbas aromáticas como el cilantro, la albahaca y el culantro son cultivadas y utilizadas ancestralmente para dar sabor y aroma a los alimentos.	Se cultivan en pequeños huertos familiares, se cosechan frescas y se utilizan como condimento.

Tabla 9 de productos ancestrales

2. Análisis del mercado turístico y gastronómico

En el Pajonal, ubicados en la provincia de Manabí, Ecuador, cuentan con un potencial significativo para el desarrollo turístico y gastronómico, debido a su belleza natural, rica cultura e historia entre los atractivos turísticos, destacan la Playa Pajonal, conocida por su tranquilidad y belleza natural, y el sitio arqueológico Chirije, que refleja las culturas Bahía y Chorrera. Además, la localidad ofrece un turismo rural en el que los visitantes pueden disfrutar de actividades como caminatas y avistamiento de fauna. En cuanto a la gastronomía, se distingue por platos tradicionales preparados con ingredientes locales.

Sin embargo, el desarrollo turístico enfrenta varios desafíos como la falta de infraestructura adecuada, que limita el acceso a la localidad y la promoción insuficiente de la gastronomía local donde existe una gran diversidad de factores externos que pueden afectar la oferta turística de manera directa o indirecta es por ello fundamental la implementación de estrategias de marketing para diversificar la oferta turística y gastronómica de forma inteligente (Lamb, Hair Jr, & McDaniel, 2011)

3.6.2 Estrategia de marketing

2. Posicionamiento y Diferenciación

Se creó una imagen y un mensaje que serán parte de las campañas donde espera conectar emocionalmente con los consumidores y turistas, que estará destacando el valor cultural y gastronómico de la localidad.



“El Pajonal donde el buen comer es un arte sin igual. Aquí cada platillo cuenta la historia de nuestra cocina manabita, mezclando tradición y sabor con ingredientes frescos y naturales. Sumérgete en la cultura manabita, rica y sin par, donde la sazón casera es un deleite sensacional. Mas que una comida, es un viaje culinario emocional, que celebra nuestras raíces y nuestro patrimonio cultural, cada bocado es una experiencia excepcional”

3. Segmentación

Perfil demográfico:

Edad	Genero	Ubicación Geográfica	Intereses	Motivo de viaje	Actividades de viaje
------	--------	----------------------	-----------	-----------------	----------------------

Personas de 18 a 50 años, interesados en experiencias culinarias auténticas	Sin preferencia específica	Turistas locales, nacionales e internacionales	Productos alimenticios, cultura y turismo	Conocer la gastronomía Manabita	Conocer culturas a través de la gastronomía
---	----------------------------	--	---	---------------------------------	---

Tabla 10 Perfil demográfico

4. Promoción de experiencias gastronómicas

Se organizará eventos gastronómicos periódicamente como festivales, ferias culinarias y eventos culturales efectiva para seguir promocionando los productos y atraer turistas donde quiere resaltar la riqueza fomentando al turismo sostenible al involucrar a productores y artesanos locales.

Según (Avieli, 2004) y (Hjalager, 2010), destacan que la gastronomía conecta al visitante con la cultura local, mientras que (Everett, 2008) enfatiza la importancia de incluir experiencias interactivas para enriquecer a la localidad.

Festivales	Ubicación	Descripción
Fiesta de la Virgen De Monserrate	Pajonal, Chirije ubicado en la provincia de Manabí	Este festival se realiza cada 8 de septiembre es una de las más importantes en la comunidad, donde se realizan procesiones y actividades religiosas en honor a la Virgen de Monserrate donde es un momento de gran devoción y unión comunitaria.
Fiesta del Agua	Comunidad del Pajonal	Se realiza cada diciembre este festival se honra la importancia del agua para la comunidad y se celebra con diversas actividades culturales y recreativas, resaltando la conexión de los habitantes con su entorno natural.

Fiesta del Mes de María	Pajonal, Chirije ubicado en la provincia de Manabí	Durante el mes de mayo, se celebran diversas actividades religiosas en honor a la Virgen María, incluye novenas, rezos y actividades comunitaria que fomentan la participación de los habitantes.
Fiesta de la Virgen de la Merced	Comunidad del Pajonal	Se realiza los 24 de septiembre este evento incluye procesiones y celebraciones que destacan la devoción a la Virgen de la Merced, acompañadas por conciertos y actividades culturales que atraen tanto locales como a visitantes.
Fiesta del maracuyá	Comunidad	Estas festividades celebran la sospecha del maracuyá, una fruta típica de la localidad, se realizan ferias donde se exhiben productos locales y se ofrecen degustaciones, promoviendo el turismo gastronómico.
Festival Cultural	Pajonal, Chirije ubicado en la provincia de Manabí	Este festival se realizan actividades que incluyen danzas tradicionales, música local y exposiciones artesanales es un espacio para que los habitantes muestren su identidad cultural y promuevan el turismo comunitario
Chigualos en Navidad	Comunidad el Pajonal, Chirije	Esta tradición navideña incluye cantos y juegos populares que son parte integral de las celebraciones familiares en la región, manteniendo vivas las costumbres locales.

Tabla 11 festivales y ferias

5. Mapa Turístico de Manabí



Mapa turístico de Manabí

3.6.3 Marketing Digital

Campaññas por medio de una tienda virtual

[Inicio](#) [Tienda](#) [Contáctenos](#)

[+1 555-555-5556](#) [Comida_Manabita El Paja...](#) [Contáctenos](#)

"EL PAJONAL"

COMIDA MANABITA

"El Pajonal donde el buen comer es un arte sin igual. Aquí cada platillo cuenta la historia de nuestra cocina manabita, mezclando tradición y sabor con ingredientes frescos y naturales. Sumérgete en la cultura manabita, rica y sin par, donde la sazón casera es un deleite sensacional. Mas que una comida, es un viaje culinario emocional, que celebra nuestras raíces y nuestro patrimonio cultural, cada bocado es una experiencia excepcional"



Productos naturales para el cuidado de la piel

Revitalice su piel con nuestra línea de productos orgánicos libres de químicos. Están diseñados para todo tipo de piel.



Fragancias y perfumes

Encuentre el aroma perfecto con nuestra exclusiva gama de perfumes. Diseñados para proporcionarle el mejor olor durante todo el día.



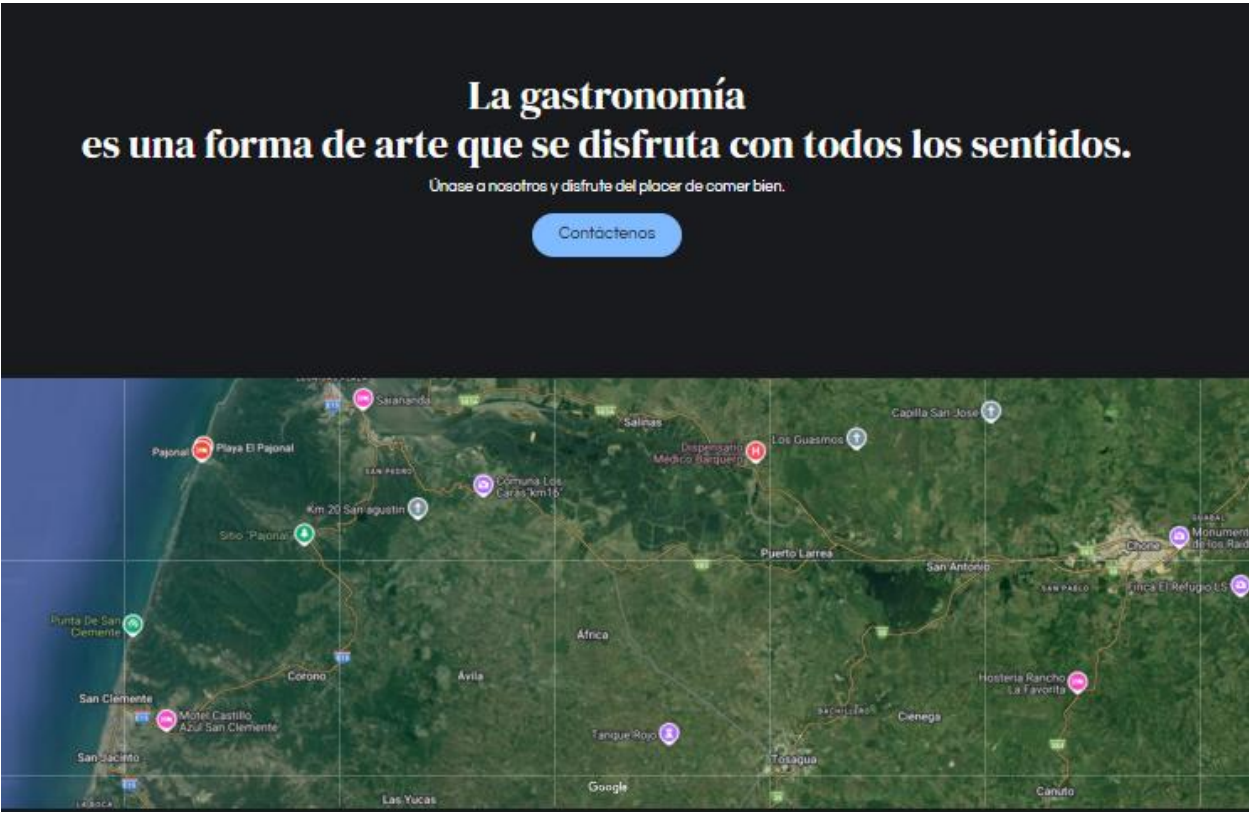
Colección de maquillaje de alta calidad

Explore nuestra lujosa selección de maquillaje. Encontrará colores vibrantes y fórmulas duraderas para un look impecable todos los días.

Nuestros productos

Descubra nuestros sabor único e inigualable sazón





3.6.4 Cronograma

Actividad	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Lanzamiento del plan	X			
Implementación de capacitaciones	X	X	X	X
Marketing digital	X	X	X	X
Eventos y Festivales			X	

Tabla 12 Cronograma

3.6.5 Presupuesto

El presupuesto total estimado para el plan de marketing es de \$60,000, distribuido en las siguientes partidas es de aproximadamente:

- Campaña de lanzamiento: \$15,000
- Capacitación y talleres: \$18,000
- Marketing digital: \$2,000
- Eventos y festivales: \$25,000

3.6.6 Impacto de aplicar la propuesta

Esta propuesta también fortalecerá la identidad local al resaltar los valores culturales únicos donde, en el turismo tendrá un impacto significativo en varias dimensiones ya que aumentará el flujo de turistas, lo que será un mayor ingreso a la economía local. Impulsará la demanda de productos locales, preservará las tradiciones culinarias y culturales. Además, el énfasis en productos ancestrales puede atraer un mercado turístico interesado en la sostenibilidad, creando así un impacto positivo integral a la localidad diferenciándolo de otros destinos.

Esta iniciativa también beneficiará a múltiples sectores. Por otro lado, el aumento del flujo turístico generará ingresos directos para restaurantes, operadores turísticos y pequeños negocios locales impulsará a los agricultores, pescadores y artesanos, promoviendo cadenas de suministros más inclusivas y sostenibilidad.

CONCLUSIONES

- El modelo de gestión turística ha impulsado el crecimiento gastronómico de la localidad del Pajonal, convirtiéndolo en un destino atractivo para turistas. Sin embargo, la inseguridad actual y los desafíos de la pandemia requieren reevaluar y ajustar el modelo para mantener su efectividad y adaptabilidad a las nuevas realidades.
- Desarrollar un plan de marketing turístico y gastronómico puede revitalizar el turismo gastronómico del Pajonal, ayudando a que los productos ancestrales de la localidad se reconozcan como referentes en la gastronomía y el turismo cultural.
- Promover los productos ancestrales no solo va a preservar las tradiciones culinarias, si no que fortalece la economía y la cultura de la localidad tiene como fin no solo resaltar los sabores únicos de esta localidad, sino también promover un modelo sostenible que beneficie a las comunidades locales, preservando su patrimonio cultural mientras se potencia el desarrollo económico a través del turismo.
- Este modelo de gestión turística basado tiene el potencial de convertirse en un motor de desarrollo para la localidad de el Pajonal la combinación de sus recursos culturales, la participación de la comunidad y las estrategias de marketing bien diseñadas contribuirán al fortalecimiento de la identidad local, la generación de ingresos sostenibles y la creación de un destino turístico único y atractivo.

RECOMENDACIONES

- Para fortalecer el turismo gastronómico, es crucial revisar el modelo de gestión turística actual, mejorar la seguridad y fomentar la cooperación entre el sector público y privado. Además, se deben implementar programas de capacitación continua y desarrollar campañas de marketing que destaquen la gastronomía local.
- Implementar un plan de marketing turístico y gastronómico bien estructurado que promueva los productos ancestrales de la localidad del Pajonal, destacando su valor cultural y gastronómico. Esto puede ayudar a posicionar al sector como un destino único y atraer a turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles.
- Fomentar la cooperación entre el sector público y privado para mejorar la infraestructura turística y capacitar a los actores del sector. Esto no solo abordará las deficiencias actuales, sino que también fortalecerá la economía local y preservará la herencia cultural del Pajonal.

BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de Long, L. M. (2004). Culinary Tourism. The University Press of Kentucky
- ABASCAL, G. &. (2005). Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf>
- Alvarado, R. Á. (2022). Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/131/1/Wilmer%20Avellan%20-%20Angie%20Bermudez.pdf>
- Anderson, E. N. (2005). Obtenido de Anderson, E. N. (2005). Everyone Eats: Understanding Food and Culture. NYU Press.
- Angeli. (2011). Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1112/1/ULEAM-HT-0014.pdf>
- Angrosino, M. (2007). Obtenido de Angrosino, M. (2007). Doing Ethnographic and Observational Research. Sage Publications.
- Arias. (2006). Obtenido de <tps://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>.
- Avieli, C. &. (2004). Obtenido de Cohen & Avieli (2004)
- Barroco. (2016). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/3169-Article%20Text-19531-2-10-20180301.pdf>
- Bessière. (1998). Obtenido de Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. Sociologia Ruralis, 38(1), 21-34.
- Bessière. (1998)). Obtenido de Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. Sociologia Ruralis, 38(1), 21-34
- Bowen, G. A. (2009). Obtenido de Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. Qualitative Research Journal, 9(2), 27-40.
- Bravo & Choez. (2021). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/upacifico,+7+externo+Bravo.pdf>

- Castro, M. (2013). Obtenido de The Role of Manabita Cuisine in the Promotion of Local Tourism: A Case Study of El Pajonal. *Revista Ecuatoriana de Turismo*, 22(1), 77-95.
- Cayotopa, C. (2017). Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4184/Cayotopa%20Ylatoma.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cepeda, R. C. (2022). Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2765/1/Tesis%20jordy%20jara.pdf>
- Cepeda, R. C. (2022). Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2765/1/Tesis%20jordy%20jara.pdf>
- Cesar, R. (3 de 6 de 2016). *Turismo & Hoteleria*. Obtenido de Turismo & Hoteleria: <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Chen & Huan. (2016). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/3169-Article%20Text-19531-2-10-20180301.pdf>
- colaboradores, M. V. (2024). Vásconez, M., & colaboradores. (2024). *El impacto del turismo comunitario en el desarrollo económico local: Un estudio de caso en la región costera de Ecuador*. Obtenido de Vásconez, M., & colaboradores. (2024). El impacto del turismo comunitario en el desarrollo económico local: Un estudio de caso en la región costera de Ecuador. *Revista de Desarrollo Rural y Turismo Sostenible*, 14(2), 125-140.
- Cooper & Hall. (2008). Obtenido de <https://journals.openedition.org/viatourism/445?lang=es>
- Corredor, Morante-Higuera & Acuña. (2013). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165
- Cravacuore, D. (2000). Obtenido de Cravacuore, D. (2000). *Gestión ambiental y desarrollo sostenible: Principios y aplicaciones en América Latina*. Editorial Nueva Sociedad, Buenos Aires.
- Crouch & Ritchie. (1999). Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322014000100008

- Duruz. (2021). Obtenido de Duruz, J. (2001). Food as Nostalgia: Eating the Fifties and Sixties. Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, 15(2), 217-226.
- Ecuador, M. d. (2023). Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). Informe sobre el desarrollo del turismo comunitario en las regiones rurales de Ecuador. Quito: Ministerio de Turismo.
- Enciclopedia. (2010). Obtenido de <https://enciclopediaiberoamericana.com/muestreo-aleatorio-simple/>
- Espinoza. (2017). Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/2846/3319>
- Estudios turísticos. (s.f.). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/42949891/Administracin_y_poltica_turstica_1978_a_20160222-7100-t4dot1-libre.pdf?1456181240=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAdministracion_y_politica_turistica_1978.pdf&Expires=1716480615&Signature=X
- Fierro, J. (2017). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/523556567001.pdf>
- GAD Municipal de Manabí . (2024). Obtenido de GAD Municipal de Manabí. (2024). Informe anual sobre el desarrollo sostenible y la infraestructura en las comunidades rurales de Manabí. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Manabí, Ecuador.
- Garcia, N. (2017). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaFomentarElDesarrolloTuristicoDe-6311570.pdf>
- Giler, C. (2021). Obtenido de Giler, C., & colaboradores. (2021). Desarrollo sostenible en comunidades rurales: Estrategias para la preservación del medio ambiente y el crecimiento económico en la región costera de Ecuador. Revista de Ecología y Desarrollo Sostenible, 9(2), 112-12
- Giovine, B. y. (2014). Obtenido de Brulotte, R. L., & Di Giovine, M. A. (Eds.). (2014). Edible Identities: Food as Cultural Heritage. Routledge.

- Gómez. (2019). Obtenido de Evaluating the Impact of Gastronomy on Local Tourism Development: Insights from El Pajonal, Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1011-1028.
- Gonzales & Rivas. (2008). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275001.pdf>
- González, M. V. (2005). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/42949891/Administracin_y_poltica_turstica_1978_a_20160222-7100-t4dot1-libre.pdf?1456181240=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAdministracion_y_politica_turistica_1978.pdf&Expires=1716480615&Signature=X
- GUTIERREZ. (2012). Obtenido de <https://munayi.ulead.edu.ec/wp-content/uploads/2022/09/Ruta-gastrono%CC%81mica-para-el-desarrollo-turi%CC%81stico.pdf>
- Guzman, Lopez . (2011). Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1288/Propuesta%20de%20un%20modelo%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20turismo%20gastron%C3%B3mico%20aplicado%20a%20fincas%20agrotur%C3%ADsticas%20del%20cant%C3%B3n%20Milagro%20-%20Ecuador.pdf?sequence=1>
- Hjalager y Richards. (2002). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/523556567001.pdf>
- INEC. (2018). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaOfertaTuristicaGastronomicaDeEcuadorYL-8094435.pdf>
- José Giler, Luis Loor & Nicolás Plaza. (2018). Obtenido de <https://repositorio.espm.edu.ec/bitstream/42000/733/1/TT82.pdf>
- Kenia Sabando & Luis Andrade. (2022). Obtenido de <https://munayi.ulead.edu.ec/wp-content/uploads/2022/09/Ruta-gastrono%CC%81mica-para-el-desarrollo-turi%CC%81stico.pdf>

- Kotler, Bowen & Makens. (2014). Obtenido de https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TESIS_CI_ATH_05_2019_ET190128.pdf
- Kotler, P. (2020). Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-el-marketing-turistico-segun-kotler/>
- Kotler, P. (2023). Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-el-marketing-turistico-segun-kotler/#:~:text=El%20marketing%20tur%C3%ADstico%2C%20seg%C3%BAn%20Kotler,sociales%20para%20los%20destinos%20tur%C3%ADsticos.>
- Kvale, S. &. (2009). Obtenido de Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). Sage Publications.
- Lamb, Hair Jr, & McDaniel. (2011). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaOfertaTuristicaGastronomicaDeEcuadorYL-8094435.pdf>
- Leal, M. (2015). Obtenido de <https://journals.openedition.org/viatourism/445?lang=es>
- Long. (2024). Obtenido de Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. The University Press of Kentucky
- Lopera, J. D. (2019). Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/download/1545/1667>
- Lopez & Sanchez. (2012). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>
- López, T. G. (2011). Obtenido de *Gastronomy and Tourism: A Cultural Expression and its Impact on Local Development*. *Journal of Tourism Studies*, 15(3), 45-60.
- Luis & Kenia. (2022). Obtenido de <https://munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2022/09/Ruta-gastrono%CC%81mica-para-el-desarrollo-turi%CC%81stico.pdf>
- Macias, J. F. (2024). Obtenido de https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/563

- Manterola, O. &. (2017). Obtenido de https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/MuestreoAleatorio_Rodriguez-et-al.pdf
- Marín, I. A. (2024). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410706.html>
- Martín, D. (2019). Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>
- Menoya. (2017). Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1123/1/TTT30.pdf>
- Mera, P. (2019). Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1050/1/TTMT13.pdf>
- Mikuy. (2010). Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1112/1/ULEAM-HT-0014.pdf>
- (2023). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). Informe sobre el desarrollo del turismo comunitario en las regiones rurales de Ecuador. Quito: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2007). Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf
- Miranda, A. (2021). Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6569/1/UDLA-EC-TLG-2017-01.pdf>
- Mitchell. (2002). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>
- Mondragon. (2012). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165#B16
- Montanari. (2006). Obtenido de Montanari, M. (2006). Food Is Culture. Columbia University Press.
- Navarro. (2015). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165#B18

- Neetwork.com. (2019). Obtenido de <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/MARKETING%20TURISTICO%20COMO%20ESTRATEGIAS%20PARA%20PROMOVER%20EL%20TURISMO.pdf>
- Nicole, R. (1 de 9 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>
- OMT. (1999). Obtenido de file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Copyright_1999_Organizacion_Mundial_del.pdf
- OMT. (2010). Obtenido de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17/10>
- OMT. (2010). Obtenido de (2010). Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO).
- OMT. (2012). Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS/Downloads/3169-Article%20Text-19531-2-10-20180301.pdf>
- Ormaza, R. (2024). Obtenido de Ormaza, R., & colaboradores. (2024). Capacitación comunitaria y desarrollo sostenible: Un enfoque práctico en la región costera del Ecuador. *Revista de Capacitación y Desarrollo Comunitario*, 12(1), 85-102.
- Ortega, & Machado. (2017). Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1123/1/TTT30.pdf>
- Pardinas. (1991). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003
- PEARCE. (2014). Obtenido de [file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764%20(1).pdf)
- Peñaherrera, G. (2011). Peñaherrera, G. (2011). Capacitación y desarrollo de operadores turísticos en comunidades rurales: Un enfoque hacia la sostenibilidad. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 8(3), 67-82.

- PLANDETUR. (2020). Obtenido de <https://files.goraymi.com/2021/05/14/28f074da85f39fcd09ba4ebe0f943e2b.pdf>
- R, S. (2017). Obtenido de Gastronomy as a Driver of Local Economic Development: The Case of El Pajonal, Manabí. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 8(2), 59-74.
- Ramírez, C. A. (2020). Obtenido de <https://google.com/maps/?ll=-0.212880%2C-78.403418&q=WAYKUNA+Cocina+Tradicional+y+Turismo+%28Tumbaco+Ecuador%29&z=15>
- Reinoso, G. (2017). Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1288/Propuesta%20de%20un%20modelo%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20turismo%20gastron%C3%B3mico%20aplicado%20a%20fincas%20agrotur%C3%ADsticas%20del%20cant%C3%B3n%20Milagro%20-%20Ecuador.pdf?sequence=1>
- Richards. (2002). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1807/180755394013/html/>
- Richards, G. (2002). Obtenido de Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 3-20). Routledge.
- Salguero, P. (2017). Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6890/1/UDLA-EC-TPU-2017-04.pdf>
- Santos. (2017). Obtenido de Gastronomy as a Driver of Local Economic Development: The Case of El Pajonal, Manabí. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 8(2), 59-74.
- Santos. (2017). Obtenido de Gastronomy as a Driver of Local Economic Development: The Case of El Pajonal, Manabí. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 8(2), 59-74.
- Sarasola, J. (2024). Obtenido de <https://ikusmira.org/>

- SENDAPLES. (2013). Obtenido de [file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LUIS/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764%20(1).pdf)
- SIISE. (2010). Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/volvn17/art07.pdf>
- Sim. (2009). Obtenido de Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- (s.f.). *Turismo Gastronómico de Manabí*.
- Turismo, O. M. (2010). Obtenido de Organización Mundial del Turismo (OMT). (2010). Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO).
- ULEAM, R. (2020). Obtenido de <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/MARKETING%20TURISTICO%20COMO%20ESTRATEGIAS%20PARA%20PROMOVER%20EL%20TURISMO.pdf>
- Vans, D. (2013). Obtenido de De Vaus, D. A. (2013). *Surveys in Social Research* (6th ed.). Routledge.
- Vásconez, M. (2024). Obtenido de Vásconez, M., & colaboradores. (2024). El impacto del turismo comunitario en el desarrollo económico local: Un estudio de caso en la región costera de Ecuador. *Revista de Desarrollo Rural y Turismo Sostenible*, 14(2), 125-140.
- Vásconez, M. (2024). Obtenido de Vásconez, M., & colaboradores. (2024). El impacto del turismo comunitario en el desarrollo económico local: Un estudio de caso en la región costera de Ecuador. *Revista de Desarrollo Rural y Turismo Sostenible*, 14(2), 125-140.
- Vega. (2015). Obtenido de Integrating Gastronomy into Tourism Development Strategies: Lessons from El Pajonal. *Journal of Cultural Tourism*, 10(4), 112-129.
- Witt & Mouthino. (2020). Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>

ANEXOS

ENCUESTA

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ - BAHÍA DE CARAQUÉZ

58 Respuestas

00:28 Tiempo promedio para finalizar

Activo Estado



Analiza y explora los resultados actualizados en Total.



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ - BAHÍA DE CARAQUÉZ



Resumen de resultados

[Ver resultados](#)

1. ¿Qué tan interesado estás en participar en un festival gastronómico que resalte la diversidad culinaria de la localidad el Pajonal?

Más detalles

May interesado	11
Interesado	31
Poco interesado	12
No interesado	0



2. ¿Qué beneficios espera que genere un modelo de gestión turística basado en la gastronomía manabita para la comunidad local?

Más detalles

Generación de ingresos económicos...	24
Creación de empleos local	16
Preservación de tradiciones cult...	8
Aumento del turismo en la región	8
Mejora en la calidad de vida de...	12



3. ¿Considera que el desarrollo del turismo gastronómico podría contribuir a fortalecer la identidad cultural del Pajonal?

Más detalles

Totalmente de acuerdo	12
De acuerdo	20
Neutral	24
No de acuerdo	0



4. ¿Qué elementos gastronómicos de Manabí le parecen más atractivos para fortalecer el turismo local?

Más detalles

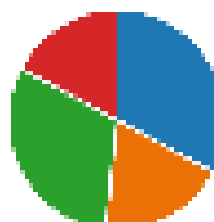
Sabores autóctonos	20
Ingredientes locales	26
Métodos y Cultura culinaria de los...	8



5. ¿Qué factores considera más importantes para garantizar el éxito de un modelo de gestión turística basado en la gastronomía?

Más detalles

Calidad de la servicios	19
Promoción efectiva	11
Participación comunitaria	18
Sostenibilidad	10



6. ¿Consideras que los turistas deberían involucrarse más en las tradiciones culinarias locales durante su visita?

Más detalles

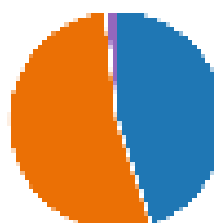
Si, definitivamente	29
tal vez	33
No para	0
No, definitivamente	0



7. ¿Qué tan importante considera que es la sostenibilidad en la promoción del turismo gastronómico en El Pajonal?

Más detalles

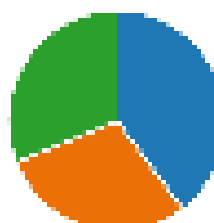
Importante	26
Muy importante	31
Nada importante	0
Neutral	0
Otro	1



8. ¿Qué prácticas sostenibles considera que deberían implementarse en el desarrollo del turismo gastronómico en El Pajonal?

Más detalles

Uso de productos locales	23
Conservación de medio ambiente	17
Promoción de prácticas agrícolas	18
Otro	0



Realización de Encuestas

