



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO
EXTENSIÓN QUEVEDO**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO**

PROBLEMA:

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA GASTRONÓMICA PARA INCIDIR EN EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL BALNEARIO EL MANANTIAL DEL CANTÓN
VALENCIA, AÑO 2022

AUTOR:

CELAS ZURITA ALEXANDRA MAGALI

TUTOR:

ING. CACHIPUENDO CASTILLO JESICA MARIANA, MSC

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico a Dios, por brindarme salud y sabiduría para lograr todo lo que me proponga, también a mis padres y hermanas por su apoyo incondicional y estar siempre pendiente de mí, y en especial a mi querido esposo que siempre he contado con el apoyo y consejos día a día, quien ha estado motivándome a ser mejor y ha no decaer en mis metas, pues sin él no lo habría logrado. Tu bendición a diario me protege y me encamina a lograr mis objetivos por eso te dedico mi trabajo en demostración de tu paciencia y gran amor

CELAS ZURITA ALEXANDRA MAGALI

AGRADECIMIENTO

Primero, agradezco a Dios por permitirme lograr mis sueños, agradezco a la universidad por darme la oportunidad de realizar mi carrera universitaria que tanto me apasiona, a todos los docentes que me brindaron sus conocimientos ya que a través de ellos formaron un gran profesional ya por medio de sus enseñanzas me motivan cada día a ser mejor, a mis compañeros que siempre me brindaron su comprensión y apoyo. Muchas gracias aquellos seres queridos que siempre guardo en mi corazón.

CELAS ZURITA ALEXANDRA MAGALI

RESUMEN

La gastronomía es considerada como la parte más longeva de una cultura y tradición, es así que el turismo gastronómico se ha convertido en uno de los componentes de mayor crecimiento del atractivo de los destinos turísticos en los últimos años, por el fuerte atractivo de las actividades gastronómicas donde nace la motivación de los turistas por experimentar el desarrollo del turismo gastronómico.

Por lo tanto, se asegura que para prestar atención a la cultura gastronómica del balneario el Manantial se debe gestionar con los stakeholders. El presente trabajo tiene como objetivo analizar la promoción y difusión del balneario el Manantial para medir el desarrollo turístico del destino.

La metodología de este estudio tiene un enfoque cualitativo donde se aplicó la investigación descriptiva y bibliográfica; y, para obtener datos reales se aplicó una encuesta mediante la herramienta de Google forms donde se logró identificar que el balneario no cuenta con una estrategia de promoción y difusión de gastronomía en ningún medio de comunicación. Los datos obtenidos servirán para que el GAD del cantón Valencia, establezca proyectos de promoción y difusión de la cultura gastronómica para brindar servicios de calidad con la finalidad de mejorar el desarrollo turístico del cantón.

PALABRAS CLAVES

Promoción, difusión, cultura gastronómica, turistas.

SUMMARY

Gastronomy is considered the longest-lasting part of a culture and tradition, so gastronomy tourism has become one of the fastest growing components of the attractiveness of tourist destinations in recent years, due to the strong attraction of activities where the motivation of tourists to experience the development of gastronomic tourism is born.

Therefore, it is ensured that in order to pay attention to the gastronomic culture of the spa, El Manantial must be managed with the stakeholders. The objective of this work is to analyze the promotion and dissemination of the El Manantial spa to measure the tourist development of the destination.

The methodology of this study has a qualitative approach where descriptive and bibliographic research was applied; and, to obtain real data, a survey was applied using the Google forms tool where it was possible to identify that the spa does not have a gastronomic promotion and dissemination strategy in any media. The data obtained will serve for the GAD of the Valencia canton to establish projects for the promotion and dissemination of gastronomic culture to provide quality services in order to improve the tourism development of the canton.

KEY WORDS

Promotion, diffusion, gastronomic culture, tourists.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
Marco Metodológico.	2
1.1. Definición del tema caso de estudio.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.2.1.1. Problema General.....	3
DESARROLLLO	¡Error! Marcador no definido.
1.3. JUSTIFICACIÓN	4
1.4. OBJETIVO	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.2.3. Objetivos Específicos	5
1.5. Sustento Teórico	6
1.5.1. Ley de Turismo.....	6
1.5.2. Cantón Valencia	7
1.5.3. Turismo.....	8
1.5.4. Servicios turísticos.....	8
1.5.5. Productos turísticos.....	8
1.5.6. Mercado Turístico.....	8
1.5.7. Gastronomía y turismo.	9
1.5.8. Marketing.....	9
1.5.9. Proceso del marketing	9
1.5.10. Marketing mix.	9
1.5.11. Ambiente del marketing.	10

1.5.12.	Plan de marketing	10
1.5.13.	Demanda Turística.....	11
1.5.15.	Establecimiento turístico de alimentos y bebidas.....	11
1.5.16.	Cultura Gastronómica.....	11
1.6.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.6.1.	Tipo de investigación.....	12
1.6.1.1	Descriptiva.....	12
1.6.1.2	Bibliográfica	12
1.6.1.3	Descriptivo	12
1.6.2.	Técnica aplicada para la recolección de la información.....	12
1.6.2.1.	Encuesta.....	12
CAPITULO II.....		13
2.	Resultados Obtenidos	13
2.1.	Desarrollo del Caso	13
Tabulaciones de encuestas.....		15
2.2.	Situaciones detectadas	26
2.3.	Soluciones planteadas.....	26
CONCLUSIONES.....		27
RECOMENDACIONES		28
Bibliografía.....		29
Anexos.....		31

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo-OMT, es considerado como una actividad para el desarrollo de la gastronomía como fenómeno turístico ha crecido considerablemente y se ha convertido en uno de los más dinámicos y creativos del segmento del turismo, está considerado como una actividad turística para brindar una gastronomía de calidad, para los turistas al fin de diversificar el turismo y excitar el desarrollo económico local, regional y nacional.

El Ecuador con el tiempo ha ido obteniendo diferentes elementos y costumbres, aportando a la cocina mucha cultura, conocimientos y tradición, permitiendo así también el intercambio de productos como frutos, granos y plantas que son producidos en las cuatro regiones naturales en donde se ha ido mejorando la dieta y reforzando el arte que en la actualidad degustan de la cultura gastronómica de nuestro Balneario el Manantial donde la diversidad cultural es otro referente de la nación. Los grupos étnicos activos que mantienen sus valores tradicionales y costumbres milenarias, desarrollados en los rincones de la patria han logrado que la Constitución de la República en el Art. 1 lo denomine como país “pluricultural y multiétnico”.

El cantón Valencia se ubica en las estribaciones de la región costa, en consecuencia, posee una diversidad con especies de flora, fauna y paisajes gracias a su clima tropical, debido a estos componentes se pueden crear en dicho cantón diferentes centros turísticos entre ellos el “Balneario el Manantial” el cual cuenta con un componente principal objetivo crear un turismo que conecte a los visitantes con la naturaleza y su gastronomía.

Una vez conocida la situación actual del Balneario se pudo constatar aspectos tanto positivos como negativos para dar solución a cada uno de estos factores mediante estrategias que permitirán alcanzar los objetivos para poder efectuar la promoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en su desarrollo.

El principal objetivo de los servicios de alimentación turística es proporcionar a los usuarios una alimentación adecuada, suficiente, equilibrada, completa; respetando los hábitos, costumbres, resguardando las condiciones higiénicas y características de las mismas; buscando siempre la satisfacción del usuario cuidando su estado de salud.

CAPÍTULO I

Marco Metodológico.

1.1. Definición del tema caso de estudio

Promoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en el desarrollo turístico del balneario El Manantial del cantón Valencia, año 2021.

1.2. Planteamiento del problema

En el Cantón Valencia recinto 6 de Agosto se encuentra ubicado el Balneario el Manantial este lugar está considerado como un centro turístico, que sirve como una fuente de ingreso para las habitantes de este lugar ya que ha sido promocionado como un lugar gastronómico porque ofrece diferentes platos típicos como son: carne humada, fritada, seco de gallina criolla, tongas, también pueden hacer el uso del bar con diferentes bebidas, y que decir de sus rio de aguas cristalinas para que pase un ambiente de calidad y placenteros en familia.

Por lo tanto, ppromoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en el desarrollo turístico del balneario el manantial consiste que todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos ya que en este lugar ofrecemos distintos platos nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y poder llevar de esta forma una vida activa y sana.

Mediante a la poca promoción y difusión el lugar cuenta con poca influencia de turistas en el balneario, tanto como turistas locales y provinciales.

En este caso la posible solución será desarrollar estrategias de promoción y publicidad para el desarrollo turístico del destino, esto ayudará a fortalecer la cultura gastronómica del Balneario el Manantial del cantón Valencia de esta manera se logrará atraer a los turistas nacionales y extranjeros.

1.2.1. Formulación del problema

1.2.1.1. Problema General

¿De qué manera analizamos la promoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en el desarrollo turístico del balneario el manantial del cantón valencia, año 2021?

DESARROLLO

1.3. JUSTIFICACIÓN

La actividad turística y gastronómica ha tenido un descenso en la generación de nuevos proyectos encaminados a satisfacer la demanda cada vez más exigente en el cantón Valencia. Los nuevos proyectos turísticos que se han engendrado en los últimos años, no muestran mayor diferencia con los existentes y algunos se han convertido en lugares para vacacionar. Así mismo carecen de ideas innovadoras cuando crean estos centros de visitas de expansión.

El cantón Valencia cuenta con varios aspectos de atracción turística que necesita una apropiada difusión para poder visitarlos con facilidad y hacer posible una correcta promoción de los sitios turísticos, entre ellos se encuentra el Balneario el Manantial.

El Balneario el Manantial cuenta con fácil acceso a la información que se necesita para culminar este trabajo. En este centro recreacional Balneario el Manantial, tiene 3 años de funcionamiento, sin embargo, aun presenta problemas en el sistema promocional por este motivo, no pasa a tener un buen posicionamiento en el mercado turístico. En vista de esta situación se requiere de la necesidad de realizar una promoción y difusión de la cultura gastronómica en el Balneario el Manantial.

El presente trabajo permitirá analizar y medir el efecto de la promoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en el desarrollo turístico del Balneario el Manantial, así poder mejorar la captación de clientes, mediante la recopilación de datos relevantes que serán utilizados para mediar la situación actual además ofrecerá estrategias para llegar a cumplir los objetivos de la empresa, incrementando la demanda garantizando mayores ingresos durante la puesta en marcha del proyecto.

1.4. OBJETIVO

1.4.1. Objetivo General

Analizar la promoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en el desarrollo turístico del balneario El Manantial del cantón Valencia, año 2021.

1.2.3. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar si la promoción y difusión de la cultura gastronómica influye en el desarrollo turístico del destino.
- ✓ Identificar la promoción y publicidad de la cultura gastronómica en el balneario.

1.5. Sustento Teórico

1.5.1. Ley de Turismo

Según la (Ley de Turismo, 2008), menciona que en la Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 y de acuerdo a su última modificación: 29-dic.-2014 se circunscribe el siguiente:

Considerando:

Que la Ley Particular de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha está desactualizada, por lo cual se necesita integrar posiciones que se encuentren acordes con la vigente Constitución Política de la República; Que el Proyecto de Competitividad Turística propuso la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando relevantes posiciones de la Ley Particular de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en la época con el objetivo de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía; Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, manifestó como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el territorio; En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto decidir el marco legal que administrará para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de cada una de las ocupaciones relacionadas con el movimiento de individuos hacia sitios diversos al de su residencia usual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son inicios de la actividad turística, los próximos: a) La idea privada como pilar importante del sector; con su contribución por medio de la inversión directa, la generación de trabajo y promoción nacional e universal; b) La colaboración de los gobiernos provincial y cantonal para fomentar y auxiliar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El impulso de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para asegurar la idónea satisfacción de los turistas; d) La conservación persistente de los recursos naturales y culturales de la nación; y, e) La idea y colaboración comunitaria indígena, campesina,

montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, salvaguardando su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con interacción al sector del turismo, debería llevar a cabo los próximos fines: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la idea privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debería potencializar las ocupaciones por medio del impulso y promoción de un producto turístico competitivo; b) Asegurar la utilización racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la País; c) Defender al turista e impulsar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos gubernamental Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de las metas turísticos; e) Impulsar la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; f) Fomentar internacionalmente al territorio y sus atractivos en general con otros organismos del sector público y con la zona privado; y, g) Impulsar e incentivar el turismo interno (MINTUR, 2008).

1.5.2. Cantón Valencia

Valencia, es uno de los cantones que pertenece a la urbe ecuatoriana, y es uno de las localidades más grandes de la Provincia de Los Ríos, se encuentra situada al centro – norte de la región litoral, con un clima lluvioso tropical con alrededor de 26°C. Este cantón es considerado el “Jardín de Los Ríos” por su espesa vegetación, además es una ciudad con un acelerado crecimiento demográfico debido a su ubicación, es uno de los centros más importantes debido a su actividad económica, financiera y comercial de la provincia (EcuRed, 2020).

La principal actividad económica del cantón Valencia es la Agricultura y el comercio, entre los principales atractivos turísticos son el rio San Pablo, Chipe, Las Chozas, pesca recreativa, otra de los atractivos turísticos de este cantón es su gastronomía que llama la atención de turistas de las zonas aledañas (EcuRed, 2020).

1.5.3. Turismo

Se considera turismo al desplazamiento de la persona a diferentes lugares, que se encuentra fuera de su lugar habitual, este traslado puede ser por motivos personales o de negocios. Esta persona que visita se lo considera visitante, excursionista, turista o no residente. El turismo puede ser local (dentro de la misma comunidad o país) o extranjero (OMT, 2019).

1.5.4. Servicios turísticos

Según la (OMT) se considera servicios turísticos a las ocupaciones o funciones realizadas por una persona, que ayuda al turista a conocer o satisfacer sus necesidades, hace uso de los recursos existentes a su alrededor, y le da un valor monetario a los atractivos turísticos o servicios ofrecidos (2019).

1.5.5. Productos turísticos

Son servicios y productos destinados a brindar al turista, estos están basados en los elementos que están alrededor y sus elementos básicos como es atractivo, facilidad e ingreso. El producto turístico debe contar con una buena organización, infraestructura y servicios turísticos. Los recursos turísticos se pueden vincular con la naturaleza (turismo sostenible), la historia y la cultura del destino turístico (Acerenza, 2014).

1.5.6. Mercado Turístico

Es el lugar donde se realiza la oferta y la demanda de los productos turísticos, además se unen a esta transacción los recursos, medios, servicios, y necesidades de los clientes las cuales se deben satisfacer, por ello es considerado un área económica como cualquier otra, donde crean, generan y comercializan productos y servicios relacionados con el turismo ya sean con objetivos de recreación, servicios, o cualquier otro soporte, y los clientes al que va dirigido (Socateli, 2013).

1.5.7. Gastronomía y turismo.

El turismo relacionado con la gastronomía también es una forma de turismo, donde todo el interés va dirigido a la cultura culinaria del lugar donde visita, su principal motivación es conocer cómo se elaboran ciertos alimentos, disfrutar de nuevos sabores y comprender el entorno que los rodea, como son cultura, naturaleza, desarrollo social, etc., y de esta forma comprender el desarrollo de la ciudad (UNWTO, 2022).

1.5.8. Marketing

Es un conjunto de estrategias que tienen como objetivo lograr la comercialización de un producto o servicio, durante este proceso se planifica, se ejecuta y concreta el valor, promoción y distribución, para satisfacer necesidades individuales o colectivas y necesidades del consumidor (Granados, 2018).

1.5.9. Proceso del marketing

El proceso de marketing es el proceso mediante el cual se buscan oportunidades de negocios, se segmenta el mercado y se selecciona un mercado resultante, se analiza dicho mercado, se formulan estrategias de marketing, se diseñan planes de acción, se implementan las estrategias, y se controlan y evalúan los resultados. El proceso de administración aplicado a Marketing consiste básicamente en planear un programa de marketing, ponerlo en marcha, evaluar su rendimiento (Stanton, 2007).

1.5.10. Marketing mix.

de los más importantes ya que es que genera rentabilidad. Es la cantidad o importe monetario que el cliente debe de pagar por un determinado producto o servicio, este es el que genera ingreso a la empresa ya que los demás lo único que hacen es generar egresos. Dentro de sus variables están: Descuentos, periodo de pagos, condiciones de crédito, precio de lista, Etc. (Roman, 2018).

- **Promoción:** Es la base de la mezcla del Marketing, y abarca varias actividades que sirven para recordarle al mercado que existe un producto, su principal propósito es el de influir en la mente del consumidor de manera positiva. Existen diferentes formas de promocionar

un servicio y/o producto: Ventas personal, Publicidad, Relaciones Públicas, entre otras. Unos de los principales propósitos de la promoción es permitirles a potenciales compradores enterarse de la existencia de un bien o servicio con el fin de que los consuman (Roman, 2018).

- **Plaza de Distribución:** Se refiere a aquellas actividades en que la empresa pone el producto a disposición del mercado, este es el elemento mix que se utiliza para que un producto llegue al cliente y se entiende como plaza un área geográfica para vender un producto o servicio. Las variables de la Plaza de Distribución pueden ser las siguientes: Canales, Logística, inventario, Ubicación, Transporte, Cobertura, Etc. (Roman, 2018).

1.5.11. Ambiente del marketing.

Es el conjunto de factores, actores, fuerzas y otros elementos (cercaos y lejanos, propios y ajenos, controlables y no controlables, predecibles e impredecibles) que afectan las relaciones comerciales y al proceso de mercadotecnia de la empresa. También Consiste en los actores y fuerzas externos a la organización que afectan la capacidad de la dirección de marketing para crear y mantener relaciones provechosas con sus clientes meta. El estudio del entorno permite aprovechar las oportunidades y luchar contra las amenazas. El estudio del entorno del marketing abarca el microentorno y el macroentorno (Mendivelso, 2019).

1.5.12. Plan de marketing

El plan de marketing se puede definir como la elaboración de un documento escrito que está compuesto por la descripción de la situación actual, el análisis de dicha situación, el establecimiento de objetivos de marketing, la definición de estrategias de marketing y los programas de acción. El plan de marketing es una herramienta vital y necesaria para toda empresa del S.XXI. Actualmente nos encontramos ante un entorno altamente competitivo y dinámico, donde la empresa debe afrontar continuamente nuevos retos. Sin duda, la globalización de mercados, internet, la inestabilidad económica y un continuo desarrollo y avance tecnológico producen una serie de cambios que determinan el éxito de toda empresa. La adaptación de las empresas a este nuevo 10 paradigma no puede ser improvisada y es necesario elaborar un plan de marketing que permita anticiparse y afrontar los cambios del entorno (Abasto, 2021).

1.5.13. Demanda Turística

Consiste en la elección de una persona de manera continua, que inicia primeramente en su tiempo libre, y luego lo convierte en una forma de actividad económica, esta decisión es tomada en base a diferentes factores como económicos, psicológicos, sociales y ambientales (Villasante, 2016).

1.5.14. Actividad Turística

La actividad turística se describe como la contribución entre varios individuos dirigidos por necesidades diferentes, que emprenden motivados en lograr su propia satisfacción, lo que ocasiona un vínculo e interrelación con otras personas, además promovidas de sus propios intereses. Estas actividades turísticas deben estar destinadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre sea mediante productos o servicios relacionados con el entorno sobre todo natural (Morales, 2018).

1.5.15. Establecimiento turístico de alimentos y bebidas

Los establecimientos turísticos que ofrecen productos y bebidas a los turistas pueden ser permanentes o temporales, los cuales comercializan sus alimentos preparados y bebidas de consumo en relación a la zona donde este (platos y bebidas típicas de la zona), pero siempre teniendo en cuenta el reglamento y que se hallan registrados frente a la Autoridad Nacional de Turismo (Román, 2018).

1.5.16. Cultura Gastronómica

Es considerada una expresión cultural y un elemento de identidad de cada territorio, mediante la gastronomía la cultura de los pueblos permanece viva a través de los años, esta es la conexión entra la tradición y la comida de los pueblos originarios, las comidas típicas y tradicionales son la mejor forma para ofertar al turista una buena gastronomía. El objetivo principal es promover la identidad gastronómica y cultural de los pueblos mediante estrategias para rescatar y conservar las tradiciones de las comidas típicas de las diferentes zonas del país (Triviño, 2020).

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Tipo de investigación

1.6.1.1 Descriptiva

Este método permite investigar e identificar los componentes principales para conocer la problemática a investigar, con la finalidad de recopilar la información significativa mediante la descripción de cómo la promoción y difusión afecta al desarrollo turístico del balneario el Manantial.

1.6.1.2 Bibliográfica

Este procedimiento permite la recopilación de la información bibliográfica con el fin de analizar antecedentes documentales que sirvan de base para indagar y buscar alternativas para fomentar la promoción y difusión de la cultura gastronómica para incidir en el desarrollo turístico del balneario El Manantial del cantón Valencia.

1.6.1.3 Descriptivo

Este método se lo utilizó para la realización de la sustentación teórica, detallando los conceptos más importantes para el desarrollo de esta investigación.

1.6.2. Técnica aplicada para la recolección de la información

1.6.2.1. Encuesta

En la presente investigación se aplicó la encuesta en el formulario de Google Forms a 30 personas de diferentes lugares de las provincias de Cotopaxi y los Ríos, las cuales se empleó un cuestionario de 11 preguntas en las que obtuvieron los siguientes resultados.

CAPITULO II

2. Resultados Obtenidos

2.1. Desarrollo del Caso

A través de la investigación se constató que el destino no cuenta con una buena campaña de promoción y publicidad de la cultura gastronómica. Por lo cual se aplicó mediante encuestas para verificar desarrollo turístico causado por la promoción y publicidad del balneario El Manantial ubicado en el cantón Valencia.

Dentro de los resultados obtenidos mencionan que el 87% de los turistas si han escuchado hablar sobre el turismo gastronómico del balneario El Manantial ubicado en el cantón Valencia, mientras que el 13% de los encuestados mencionan que no conocen.

Por otro lado, el 100% de los encuestados consideran que, si es importante el eje económico para el desarrollo turístico del balneario ya que muchos turistas les atrae los alimentos que se ofrecen en este lugar sobre todo sus platos típicos. En este caso se considera que el turismo gastronómico sería un gran potencial turístico para explotar y generar un impacto que incida en el desarrollo socioeconómico del balneario El Manantial.

Tabla 1 Matriz de preguntas

N°	Preguntas
1	<i>Sexo</i>
2	<i>¿En qué rango de edad se encuentra?</i>
3	<i>¿Ha escuchado usted hablar sobre el turismo gastronómico en el balneario El Manantial ubicado en el cantón Valencia?</i>
4	<i>¿Considera Ud. que el turismo gastronómico, es una oportunidad para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial?</i>
5	<i>¿Considera usted que el turismo gastronómico es un eje económico importante para el desarrollo del balneario El Manantial?</i>
6	<i>¿Cuál serían los factores más importantes en el impacto gastronómico para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial?</i>
7	<i>¿Cree usted que el potencial del turismo gastronómico y su impacto incide en el desarrollo socioeconómico en el balneario El Manantial?</i>
8	<i>¿Con quién visita el balneario El Manantial?</i>
9	<i>¿Qué tipo de servicio de alimentación prefiere o le gusta el balneario El Manantial?</i>
10	<i>¿Desde su punto de vista cuáles son los impactos más graves que evidencian en el balneario El Manantial ?(marque solo una)</i>

Tabulaciones de encuestas

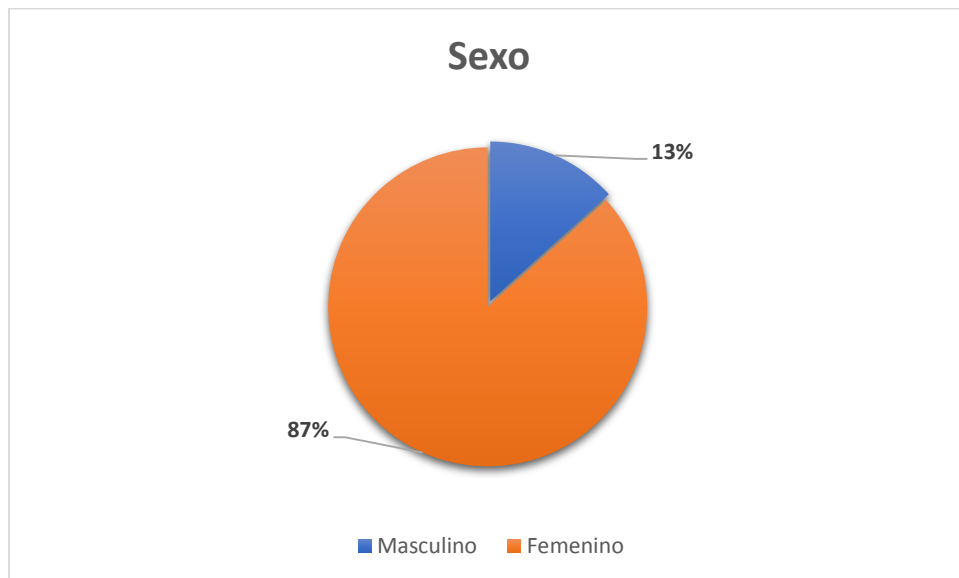
Tabla 1

Sexo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	4	13%
Femenino	26	87%
Total	30	100%

Grafico 1:

Sexo



Análisis: Mediante la encuesta realizada se observó que el 13% de las personas encuestadas son de sexo masculino, y el 87% son de sexo femenino.

2. Rango de edad se encuentra

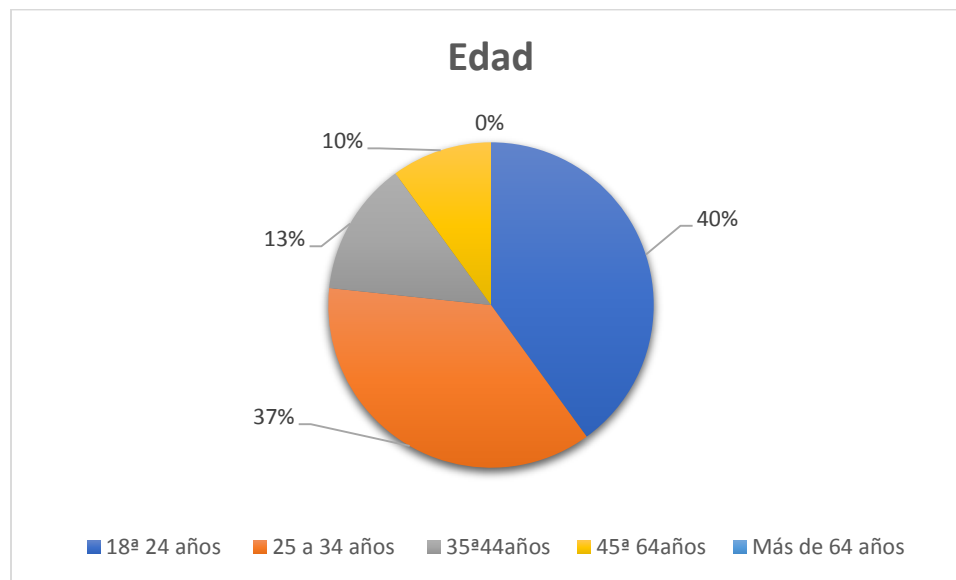
Tabla 2:

Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18ª 24 años	12	40%
25 a 34 años	11	37%
35ª44años	4	13%
45ª 64años	3	10%
Más de 64 años	0	0%
Total	30	100%

Gráfico 1

Edad



Análisis: Mediante la encuesta realizada se observó que el 40% son personas encuestadas están entre 18 y 24 años, un 37% corresponde a la edad de 25 a 34 años, un 13% está entre 35 a 44 años de edad, lo que representa que las personas jóvenes son las más destacadas en esta encuesta.

¿Ha oído usted sobre el turismo gastronómico en el balneario El Manantial del cantón Valencia?

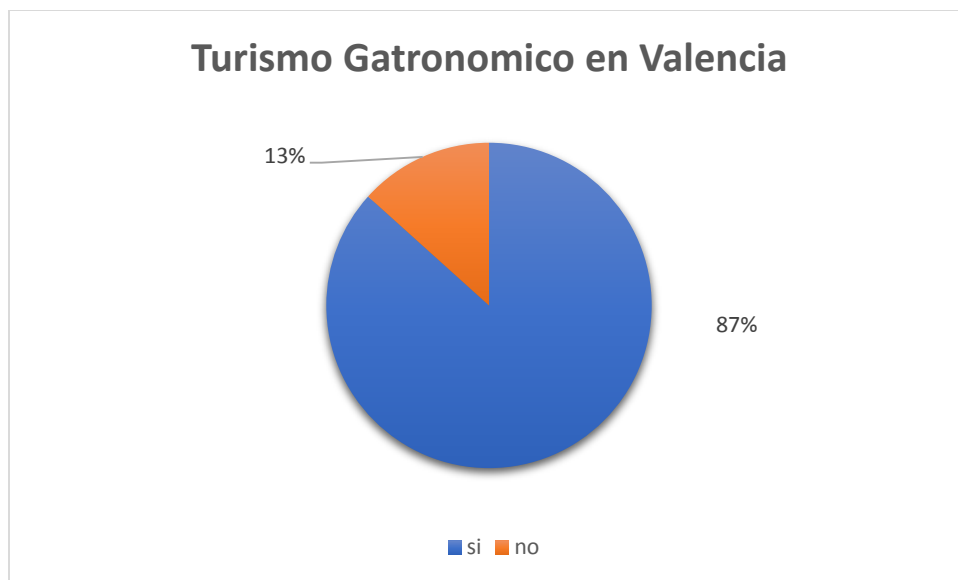
Tabla 3:

Turismo Gastronómico en Valencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	87%
No	4	13%
Total	30	100%

Gráfico 3:

Turismo Gastronómico en Valencia



Análisis: Mediante la encuesta se observó que el 87% de las personas encuestadas si conocen sobre el Balneario el Manantial, en tanto que un 13% manifestó no tener conocimiento de este lugar de recreación.

4. ¿Usted considera como oportunidad para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial al turismo gastronómico?

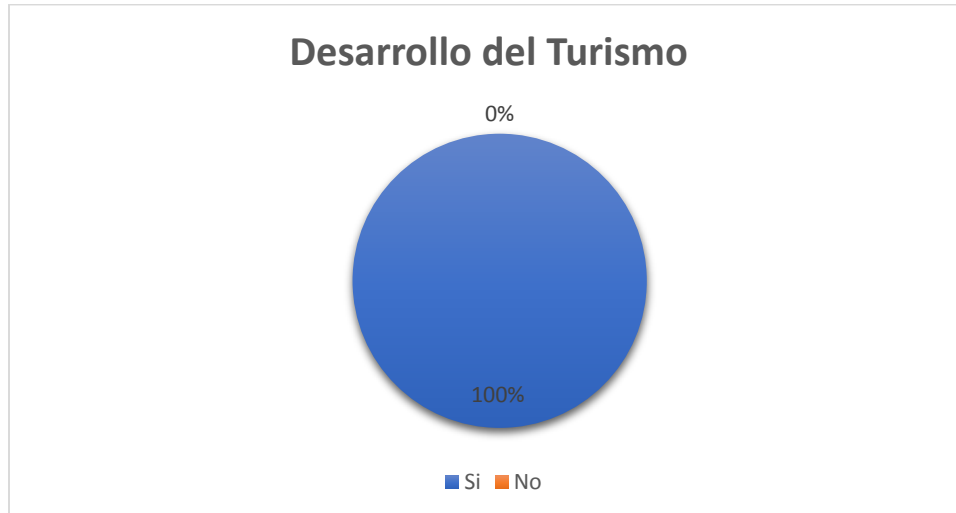
Tabla 4:

Desarrollo del Turismo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Gráfico 4:

Desarrollo del Turismo



Análisis: El 100% de las personas encuestadas consideran que el turismo gastronómico si es una oportunidad para el Balneario el Manantial ya que su visitante le gusta saborear los platos típicos se ofrecen en este lugar.

5. ¿Usted Considera que el turismo gastronómico es un eje económico importante para el desarrollo del balneario El Manantial?

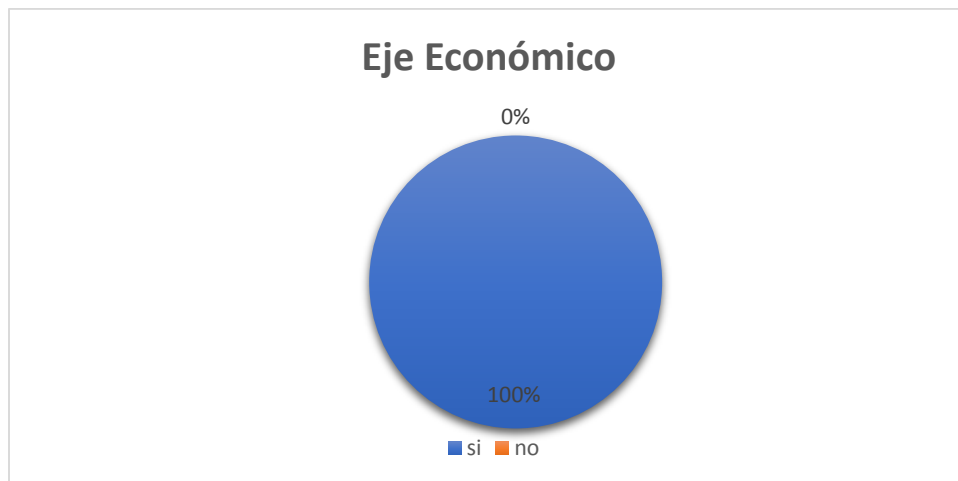
Tabla 5:

Eje económico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Gráfico 5:

Eje económico



Análisis: Como se observó en los resultados el 100% de los encuestados consideran que el turismo gastronómico si es un eje importante para el Balneario el Manantial, ya que muchos turistas les atrae los alimentos que se ofrecen en este lugar sobre todo sus platos típicos.

6. ¿Cuál serían los factores más importantes en el impacto gastronómico para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial?

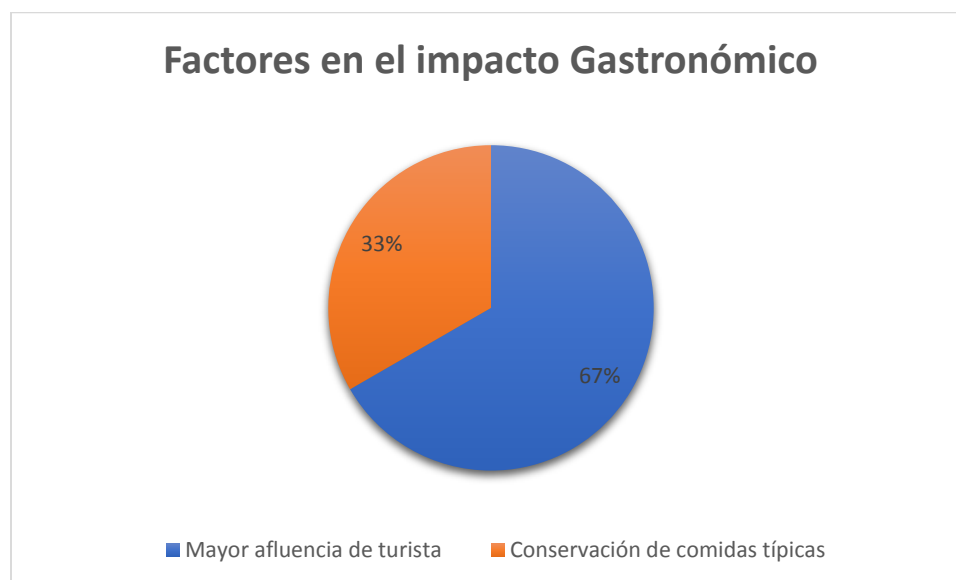
Tabla 6:

Factores en el impacto gastronómico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mayor afluencia de turista	20	67%
Conservación de comidas típicas	10	33%
Total	30	100%

Gráfico 6:

Factores en el impacto gastronómico



Análisis: A través de esta encuesta se pudo observar que se considera como mayor impacto gastronómico es la Mayor afluencia de turistas a la zona con 67% de resultado, otro 33% expreso que la Conservación de las comidas típicas ya que de esta forma se mantiene la cultura y tradición de la localidad.

Pregunta 7: ¿Cree usted que el potencial del turismo gastronómico y su impacto incide en el desarrollo socioeconómico en el balneario El Manantial?

Tabla 7:

Potencial del turismo gastronómico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
si	29	97%
no	1	3%
Total	30	100%

Grafico 7:

Potencial del turismo gastronómico



Análisis: De las 30 personas encuestadas el 97% considera que sí índice el turismo gastronómico en el desarrollo socio – económico del Balneario el Manantial, debido a que cuando existe mayor afluencia de turistas existe mayor movimiento económico en la zona, en tanto que un 3% considera que no incide.

8. ¿Con quién visita el balneario El Manantial?

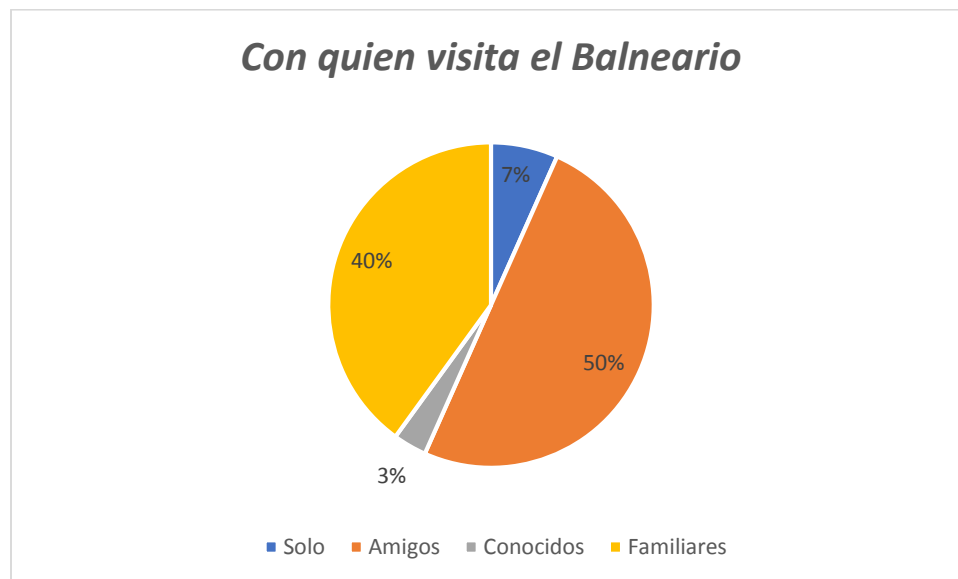
Tabla 8:

Con quien visita el Balneario

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	2	7%
Amigos	15	50%
Conocidos	1	3%
Familiares	12	40%
Total	30	100%

Gráfico 8:

Con quien visita el Balneario



Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta el 50% de las personas encuestadas visitan el Balneario el Manantial con amigos, un 40% realiza esta visita con familiares, lo que expresa que este tipo de lugares atrae a grupos de personas para disfrutarlo en conjunto con varias personas, un 7% solo y un 3% con conocidos,

Pregunta 9: ¿Qué tipo de servicio de alimentación prefiere o le gusta el balneario El Manantial?

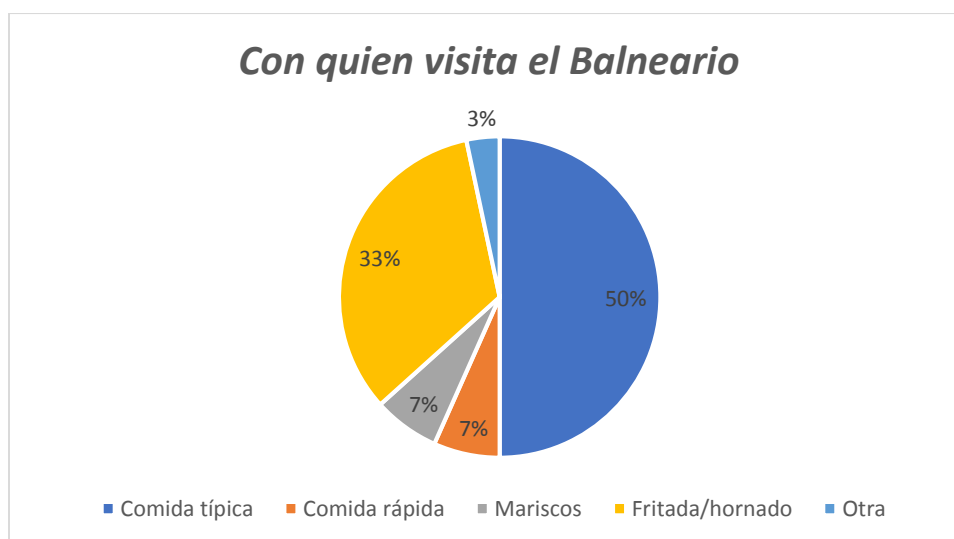
Tabla 9:

Servicios de Alimentación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica	15	50%
Comida rápida	2	7%
Mariscos	2	7%
Fritada/hornado	10	33%
Otra	1	3%
Total	30	100%

Tabla 9:

Con quien visita el Balneario



Análisis: Como se puede observar en los resultados un 50% de las personas que visitan el Balneario el Manantial prefieren comer la comida típica de la zona, en tanto que un 33% prefiere el hornado que es un plato típico del cantón Valencia que atrae a personas de muchos lugares aledaños, en tanto que un 7% prefiere comidas rápidas, un 7% prefiere alimentos preparados a base de marisco, y un 3% otras comidas que ofrecen en la localidad.

Pregunta 10: ¿Desde su punto de vista cuáles son los impactos más graves que evidencian en el balneario El Manantial? (marque solo una)

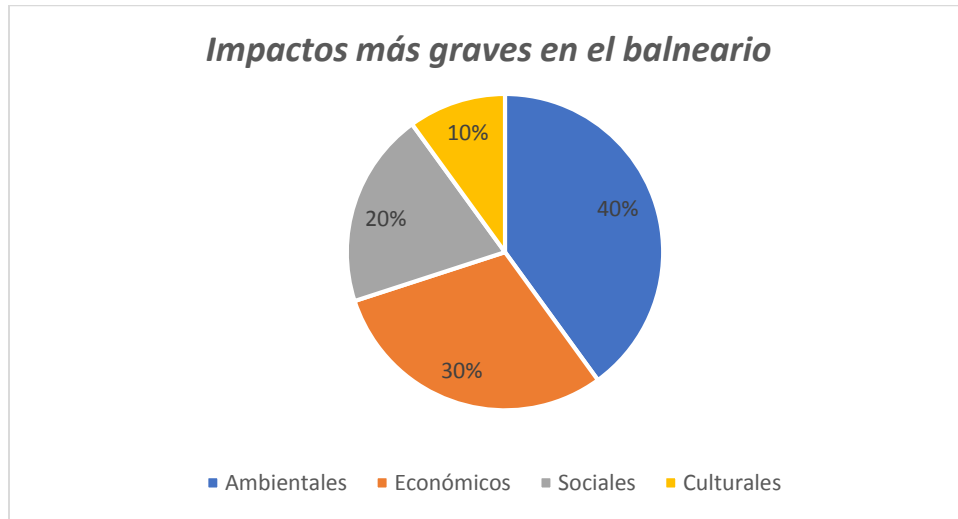
Tabla 10:

Impactos más graves en el balneario

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ambientales	12	40%
Económicos	9	30%
Sociales	6	20%
Culturales	3	10%
Total	30	100%

Gráfico 10:

Impactos más graves en el balneario



Análisis: A través de los resultados de la encuesta se puede observar que el 40% de las personas expresaron que uno de los mayores impactos que afecta al Balneario el Manantial es el ambiental, debido a que las personas no cuidan el medio ambiente destruyen y ensucian los alrededores, un 30% considera que el económico ya que no existe mucha actividad económica en el sector, un 20% considera que sociales y con esto se refiere al alto índice delincriminal que afecta a todo el país, un 10% considera que culturales ya que se están perdiendo las tradiciones y platos típicos de la zona,

Pregunta 11: ¿Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con la promoción y difusión de la cultura gastronómica en el balneario El Manantial? (marque solo una)

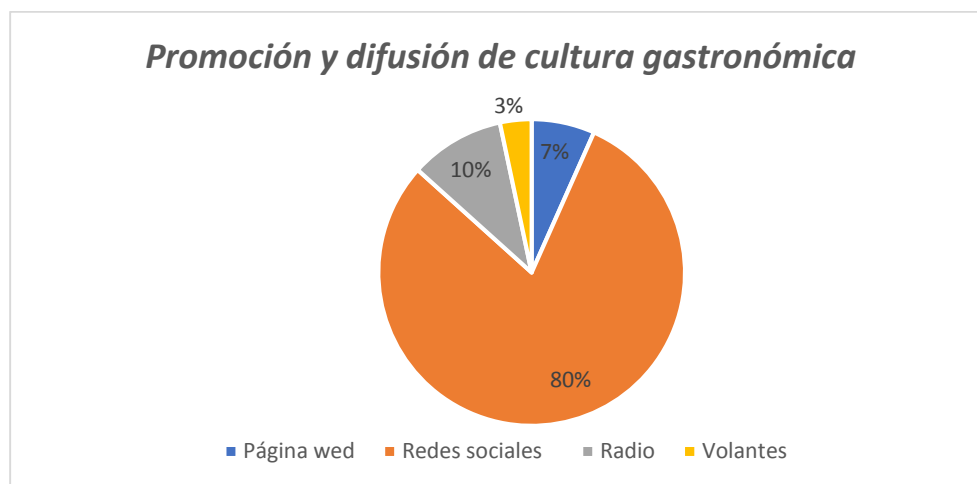
Tabla 11:

Promoción y difusión de cultura gastronómica

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Página web	2	7%
Redes sociales	24	80%
Radio	3	10%
Volantes	1	3%
Total	30	100%

Gráfico 11:

Promoción y difusión de cultura gastronómica



Análisis: Según los datos obtenidos mediante la encuesta realizada señala que el 80% de los encuestados recomienda que el método adecuado es por medio de redes sociales, el 7% mediante una página web y el 10% por medio de la radio, y por último el 3% por volantes.

2.2. Situaciones detectadas

- En el trabajo de investigación se logró identificar que el Balneario el Manantial, no es reconocido por turistas provinciales ya que no tienen promoción a nivel nacional e internacional, Además, no utilizamos las redes sociales.
- Falta de apoyo del Gad Municipal de Valencia no ha permitido impulsar el desarrollo turístico a través de la cultura gastronómica del Balneario el Manantial.
- Los propietarios del Balneario el Manantial no han implementado estrategias de promoción y difusión que les permitan dar a conocer las actividades turísticas y la gastronomía del destino.
- Los Propietarios desconocen sobre el manejo de la promoción y difusión a través de páginas web, redes sociales, radio y televisión.

2.3. Soluciones planteadas

- Desarrollar campañas de promoción para rescatar la gastronomía y su desarrollo turístico en el balneario El Manantial ubicado en el cantón Valencia.
- El GAD municipal del cantón Valencia debería implementar partidas presupuestarias para implementar proyectos que ayuden a la promoción y difusión de la cultura gastronómica del Balneario el Manantial que pertenece a este Cantón.
- Ejecutar un plan de marketing local, nacional y regional para dar a conocer la cultura gastronómica del Balneario el Manantial.

CONCLUSIONES

El balneario El Manantial del Cantón Valencia posee una variedad de platos típicos dignos de rescatar y que representan un gran potencial para el desarrollo del turismo del Cantón Valencia.

El balneario El Manantial del Cantón Valencia, posee una variedad de platos típico, dignos de rescatar y que representan un gran potencial para el desarrollo del turismo del cantón Valencia.

Se pudo determinar que las personas que visitan el balneario el Manantial les gusta la gastronomía y que si se aplica campañas de promoción y publicidad se lograría el desarrollo turístico del destino.

RECOMENDACIONES

El trabajo en términos generales con el Municipio o Ministerio de Turismo, Crear un plan para fomentar el desarrollo turístico a través de la promoción y difusión de la cultura gastronómica para mejorar la calidad de los servicios que se ofertan en el balneario El Manantial.

Se recomienda, que para este proyecto tenga acogida esperada, donde es muy importante la colaboración de los turistas, de este modo ellos estén conscientes de los beneficios que el turismo ofrece y así convertirse en el pilar fundamental de esta investigación, es por ello recomendable que se impulsen ferias acerca de la cultura gastronómica en el balneario El Manantial del cantón Valencia.

Además, será conveniente que con el paso del tiempo el proyecto turístico sobre la promoción y difusión de la cultura gastronómica, sea promovido mediante anuncios publicitarios y páginas web y así realizar ferias gastronómicas, fortalecer el turismo en el balneario El Manantial del cantón Valencia.

Bibliografía

- Abasto, M. (2021). *Plan de marketing estratégico para la empresa*. Bolivia: Kipus.
- Acerenza, M. (2014). *Agencia de viajes, organización y operación*. México : Trillas.
- CARVAJAL, R. M. (2019). Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6002/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000063.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- EcuRed. (2020). *Cantón Valencia (Ecuador)*. Obtenido de Cantón Valencia (Ecuador): [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Valencia_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Valencia_(Ecuador))
- Granados, M. N. (2018). *El marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento*. Machala: utmach.
- Mendivelso, H. (2019). La evolución del marketing: una aproximación integral. *revista chilena de economía y sociedad*, 12-20.
- MINTUR. (2008). *Ley de turismo de la república del Ecuador en vigencia desde julio de 1938:menciona que en la Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 y de acuerdo a su última modificación: 29-dic.-2014*. Manabi: the University of California.
- Morales, J. C. (2018). *La actividad turística* .
- Ley de Turismo. (2008). *Ley de Turismo-Ministerio de Turismo*. 1–12.
- OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Román, E. P. (2018). *REGLAMENTO TURÍSTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS* .
- Roman, J. (2018). *PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING mix*. Guayaquil : TheBook.
- Socateli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios -*

Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Costa Rica: Intermark.

Stanton, W. (2007). *Fundamentos de marketing*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Triviño, K. (2020). FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL-GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR. *Colón, Ciencia, Tecnología y Negocio* , 15.

UNWTO. (2022). *Organización Mundial Del Turismo*. Obtenido de Guía para el desarrollo del turismo gastronómico: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>

Villasante, W. M. (2016). Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

VINICIO, A. C. (2019). *Cultura Gastronómica*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10071/1/PIUAESC010-2019.pdf>

Anexos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

EXTENSION QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACION



PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA GASTONÓMICA PARA INCIDIR EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL BALNEARIO EL MANANTIAL DEL CANTON VALENCIA, AÑO 2021

Sexo: Masculino () Femenino ()

¿En qué rango de edad se encuentra?

Menos de 18 años () 18 a 24 años () 25 a 34 años ()

35 a 44 años () 45 a 64 años () más de 64 años ()

¿Ha escuchado usted hablar sobre el turismo gastronómico en el balneario El Manantial ubicado en el cantón Valencia?

Si ()

No ()

¿Considera Ud. que el turismo gastronómico, es una oportunidad para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial?

Si ()

No ()

¿Considera usted que el turismo gastronómico es un eje económico importante para el desarrollo del balneario El Manantial?

Si ()

No ()

¿Cuál serían los factores más importantes en el impacto gastronómico para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial?

Mayor afluencia de turistas ()

Conservación de comidas típicas ()

¿Cree usted que el potencial del turismo gastronómico y su impacto incide en el desarrollo socioeconómico en el balneario El Manantial?

Si ()

No ()

¿Con quién visita el balneario El Manantial?

Solo ()

Amigos ()

Conocidos ()

Familiares ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



EXTENSION QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACION

¿Qué tipo de servicio de alimentación prefiere o le gusta el balneario El Manantial?

Comida típica ()

Comida rápida ()

Marisco ()

Fritada/hormado ()

Otra ()

¿Desde su punto de vista cuáles son los impactos más graves que evidencian en el balneario El Manantial ?(marque solo una)

Ambientales

Económicos

Sociales

Culturales

¿Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con la promoción y difusión de la cultura gastronómica en el balneario El Manantial? (marque solo una)

Página Web ()

Redes Sociales ()

Radio ()

Volantes ()





PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA GASTONÓMICA PARA INCIDIR EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL BALNEARIO EL MANANTIAL DEL CANTON VALENCIA, AÑO 2021

Iniciar sesión en Google para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

***Obligatorio**

Sexo *

- Masculino
- Femenino

¿Considera usted que el turismo gastronómico es un eje económico importante para el desarrollo del balneario El Manantial? *

- Sí
- No

¿Cuál serían los factores más importantes en el impacto gastronómico para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial? *

- Mayor afluencia de turistas
- Conservación de comidas típicas

¿Cree usted que el potencial del turismo gastronómico y su impacto incide en el desarrollo socioeconómico en el balneario El Manantial? *

- Sí
- No

¿En qué rango de edad se encuentra? *

- Menos de 18 años
- 18 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- 45 a 64 años
- más de 64 años

¿Ha escuchado usted hablar sobre el turismo gastronómico en el balneario El Manantial ubicado en el cantón Valencia? *

- Sí
- No

¿Considera Ud. que el turismo gastronómico, es una oportunidad para el desarrollo turístico en el balneario El Manantial? *

- Sí
- No

¿Desde su punto de vista cuáles son los impactos más graves que evidencian en el balneario El Manantial? (marque solo una) *

- Ambientales
- Económicos
- Sociales
- Culturales

¿Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con la promoción y difusión de la cultura gastronómica en el balneario El Manantial? (marque solo una) *

- Página Web
- Redes Sociales
- Radio
- Volantes

Enviar

Borrar formulario

Este formulario se creó en Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y Educación. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios