



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



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

TEMA:

ANÁLISIS DE LA GASTRONOMÍA Y SU INFLUENCIA EN EL TURISMO EN EL
CANTÓN VINCES, AÑO 2021

AUTOR:

LEDESMA SOTO WASHINGTON GEOVANNY

TUTOR:

MSC. COSTABALOS ACOSTA LUIS REYNALDO

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2022

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, la región costa cuenta con atractivos turísticos inigualables, entre ellas, las playas, siendo estas las más explotadas y visitadas por turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, existen varias ciudades con diferentes tipos de paisajes, procesos agrícolas, ecosistemas y pecuarios que no son reconocidas y, que constituyen un motivo de viaje dentro del país. Entre estas ciudades, el Cantón Vinces, que se encuentra ubicado en la provincia de los Ríos al noroccidente de Babahoyo, y se le conoce como “París Chiquito”, siendo un pueblo famoso por sus edificaciones y producción agrícola, la cual durante años ha ofrecido sus playas de agua dulce a muchos turistas.

En la presente investigación se pretende el realizar un análisis sobre la gastronomía del cantón Vinces con la intención conocer a más detalle sobre sus platos típicos y por consiguiente la forma en que estos son elaborados, por consiguiente, se procura desarrollar un marco teórico que cumpla con la función de asistir al entendimiento del tema y la importancia mismo conociendo conceptos y explicando temas claves necesarios para el desarrollo del tema.

De modo que, la información será obtenida por medio de los habitantes del cantón Vinces a quienes se aplicará la técnica de la encuesta, la cual tiene como propósito obtener datos reales y confiables que aporten a determinar la situación existente referente al desarrollo turístico y gastronómico del cantón antes mencionado, y que al mismo tiempo estos resultados obtenidos contribuyan para generar propuestas que mejoren estas problemáticas.

Se propone entonces que, por medio de la investigación en base a sus resultados, se plantea como aporte la elaboración de trípticos o guías gastronómicas los cuales contengan información interesante sobre el Cantón Vinces y sus puntos gastronómicos de interés, con la finalidad de ser una herramienta de difusión que favorezca a despertar el interés entre las personas y atraer a posibles turistas.

JUSTIFICACIÓN

La necesidad del estudio radica en que es necesario conocer más sobre el Cantón Vinces en específico sobre temas relacionados a su gastronomía y turismo, siendo que es un lugar que ofrece diversos tipos de gastronomía transmitida de generación en generación pero que actualmente no refleja la suficiente afluencia de turistas que mereciera, a pesar de tener varios lugares de interés.

Por ello, esta investigación busca fomentar el turismo y contribuir al reconocimiento del cantón con el propósito de incrementar las ventas dentro de Vinces y llamar la atención de los turistas.

Realizando una difusión de la gastronomía en el cantón Vinces permitirá que tanto turistas nacionales e internacionales, logren conocer los diferentes platos típicos que se ofertan en las rutas gastronómicas, que brinda el cantón Vinces, y a su vez puedan deleitarlos con su paladar, teniendo en cuenta que el turismo constituye un factor importante, en la economía del país.

La importancia del tema objeto de estudio, se debe a que la identidad turística es la misma que muestra las características propias de los habitantes del cantón, logrando con ellas llamar la atención de los turistas que buscan vivir nuevas experiencias y conocer diferentes tradiciones y gastronomías de las ciudades del Ecuador.

OBJETIVOS

Objetivo General

- ✓ Analizar la gastronomía y su influencia en el sector turístico del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos, 2021.

MARCO TEÓRICO

1.1. Definiciones conceptuales

1.1.1. La gastronomía

“Gastronomía, palabra derivada del término griego "Gaster", que equivale a vientre o estómago, unida también a la igualmente griega "Gnomos" (Ley), le da ínfulas de rimbombante ciencia.” Este concepto fue asignado desde el Siglo XIX (Lopez, 2004).

Desde que se creó la palabra gastronomía, en el Siglo XIX, han nacido de ella nuevos conceptos, como: Gastrónomo (experto en la buena mesa), Gastronomía (obsesión por los placeres del buen comer), Gastronomía (palabra inventada por el Príncipe de la Gastronomía, Curnonsky; aquel que une al placer del viaje con el descubrimiento de nuevos platos), Gastronauta (gastrónomo explorador), Gastrósofo (persona prudente, con alto refinamiento a la hora de seleccionar manjares y bebidas) y por último se tiene el término Gastrotecnia (la ciencia de la buena cocina) (Lopez, 2004).

Los autores (Egas & Revelo, 2010) señalan que la gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. Es por ello que toma importancia a nivel universal, puesto que cada lugar o región posee sus características propias con elementos distintos de una zona a otra.

(Ávila, 2009) señala que “la gastronomía ecuatoriana es el punto de encuentro, donde convergen la herencia de la tierra y el legado histórico, que durante siglos ha ido evolucionando a la cocina de nuestro país” (p. 57). Es con la gastronomía ecuatoriana que se puede observar la riqueza cultural que posee cada comunidad, puesto que la tierra produce diferentes productos agrícolas que son los ingredientes principales para los diversos platos típicos de cada lugar Citado por (Lara, 2016).

1.1.2. Turismo

Considerando la amplitud y flexibilidad del turismo, Gurría (2004) afirma que el mismo es tan antiguo como el hombre y equipara los movimientos migratorios de la cultura

nómada con la idea del hombre viajero o móvil, dada por la presencia continua de visitantes y de localidades receptoras (Morillo, 2011).

De este modo, el turismo es una actividad singular desde la perspectiva de la demanda, pues se relaciona con el consumo que se realiza fuera del entorno habitual en el que reside y trabaja una persona. Pero también es particular desde la perspectiva de la oferta, puesto que los proveedores de servicios a los turistas son muy variados, incluyendo tanto actividades características del turismo (como los hoteles o restaurantes), como no características (farmacias o librerías). Es por ello que se afirma que el turismo tiene un carácter transversal respecto a la economía del destino (Estadística., S/D)

El turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo y su evolución, en las últimas décadas, ha sido caracterizada por su continua expansión y diversificación. En el presente trabajo nos centramos en el turismo internacional y estudiamos sus principales variables: las llegadas e ingresos, tanto a nivel mundial, como a nivel de las cinco regiones mundiales y a nivel de los diez países más importantes en el ámbito del turismo internacional. Finalmente se pone de manifiesto la necesidad de identificar las tendencias de los flujos turísticos y pronosticar su evolución futura (González, Román, Domingo, & Muñoz, 2016).

1.1.3. Importancia del turismo

El turismo gastronómico forma parte integrante de la vida local y está forjado por la historia, la cultura, la economía y la sociedad de un territorio. Esto conlleva un potencial natural para enriquecer la experiencia del visitante, estableciendo una conexión directa con la región, su gente, su cultura y su patrimonio. (Pololikashvili, 2019)

El interés por el turismo gastronómico ha crecido en los últimos años junto con su promoción intrínseca de la identidad regional, el desarrollo económico y el patrimonio tradicional. Habiendo identificado su ventaja competitiva, cada vez más destinos en todo el mundo buscan posicionarse como destinos de turismo gastronómico. (Pololikashvili, 2019)

Esta guía ha sido desarrollada por la OMT y nuestro miembro afiliado, el Basque Culinary Center (BCC). Es un conjunto de herramientas prácticas para apoyar el desarrollo del turismo gastronómico al nivel de los destinos. (Pololikashvili, 2019)

La guía complementa el trabajo que la OMT y el BCC han emprendido en los últimos años para promover el turismo gastronómico en todo el mundo, incluido el Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT, que se realiza anualmente alternando entre Donostia/ San Sebastián (España) y un país anfitrión internacional. (Pololikashvili, 2019)

Deseo agradecer al BCC, líder mundial en gastronomía, por su compromiso y contribución sobresaliente para promover el turismo gastronómico como un medio para avanzar el desarrollo sostenible en asociación con la OMT.

(Pololikashvili, 2019)

La actividad turista, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Morillo, 2011).

1.1.4. Cultura

Para referirse a la cultura es pertinente considerar el punto de vista del antropólogo británico Edward B. Tylor, quien en 1871 concibió la cultura como esa totalidad que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos que el hombre adquiere como miembro de la sociedad (Podestá C., 2006).

1.1.5. Clasificación Estándar de Actividades Turísticas

La CSAT es una clasificación de empresas o establecimientos cuyos ingresos por concepto de ventas contienen una proporción significativa de gastos hechos por turistas. Detalla 185 actividades económicas de oferta que tienen nexos significativos con el turismo. En su mayoría, esas actividades proveen bienes y servicios a los turistas, y comprenden

transporte alojamiento, comidas, entretenimientos y ocio, entre otros (Vivas, Altimira, & Muñoz, 2007).

1.1.6. Demanda turística

La demanda turística se define como un conjunto de servicios que desean adquirir los turistas para satisfacer sus necesidades, entre los principales factores que influyen en la demanda turística se encuentra el precio y calidad de los productos o servicios ofrecidos. Para Balderas Elorza (2014) la demanda turística se refiere al producto turístico determinado con un conjunto de atributos, valores y servicios que un visitante o turista consumo para satisfacer sus principales requerimientos de esparcimiento y está estrechamente ligado con factores pictográficos, demográficos y mercadológicos (Mosquera & Gonzabay, 2017).

El turismo gastronómico forma parte integrante de la vida local y está forjado por la historia, la cultura, la economía y la sociedad de un territorio. Esto conlleva un potencial natural para enriquecer la experiencia del visitante, estableciendo una conexión directa con la región, su gente, su cultura y su patrimonio. (Pololikashvili, 2019)

El interés por el turismo gastronómico ha crecido en los últimos años junto con su promoción intrínseca de la identidad regional, el desarrollo económico y el patrimonio tradicional. Habiendo identificado su ventaja competitiva, cada vez más destinos en todo el mundo buscan posicionarse como destinos de turismo gastronómico. (Pololikashvili, 2019)

Esta guía ha sido desarrollada por la OMT y nuestro miembro afiliado, el Basque Culinary Center (BCC). Es un conjunto de herramientas prácticas para apoyar el desarrollo del turismo gastronómico al nivel de los destinos. (Pololikashvili, 2019)

La guía complementa el trabajo que la OMT y el BCC han emprendido en los últimos años para promover el turismo gastronómico en todo el mundo, incluido el Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT, que se realiza anualmente alternando entre Donostia/ San Sebastián (España) y un país anfitrión internacional. (Pololikashvili, 2019)

1.1.7. La Clave del Turismo

En la sociedad actual la comida se ha vuelto una parte extremadamente importante de nuestra cultura y de nuestras vidas. En este sentido, el comer ya no se percibe solo como una necesidad, sino como una experiencia lúdica y sumamente estimulante.

Por lo tanto, la gastronomía se ha convertido en una nueva y poderosa motivación para viajar, porque proporciona experiencias que enriquecen los viajes, ya que producen recuerdos placenteros y duraderos. Todo ello ha influido en que el turismo gastronómico se haya convertido en uno de los segmentos más dinámicos y con mayor crecimiento de la industria turística.

1.1.8. Elementos fundamentales del turismo gastronómico

En la actualidad, una buena oferta gastronomía no se puede quedar solo en la comida. Esta tiene que estar rodeada de una atmósfera, una decoración y una ambientación adecuada.

- El producto es el elemento fundamental de la gastronomía.
- La oferta gastronómica se tiene que basar en productos locales de alta calidad y en el patrimonio cultural y culinario de un destino.
- El turismo gastronómico permite a los turistas conectar con la cultura local de una forma más experiencial y participativa.

El éxito de cualquier destino como receptor de turismo gastronómico, se basa en una estrecha colaboración entre las instituciones y todos los eslabones necesarios para desarrollar los productos turísticos: los productores agrícolas y ganaderos, los pescadores, los distribuidores, los mercados, los restaurantes, los chefs, los hoteles y las asociaciones sectoriales.

Es fundamental tener una relación fluida entre el cocinero y el turista (como se da en los bares de sushi y bares de tapas) y también hay que acercar la cocina al cliente (como los restaurantes que tienen las cocinas abiertas para que sean vistas por los clientes). Los destinos

deben fomentar, de forma constante, la investigación y la innovación dentro de la oferta de turismo gastronómico y fomentar la profesionalidad y las buenas prácticas. (López, 2018).

1.2. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los instrumentos de la investigación que permiten recopilar datos para realizar el respectivo análisis sobre la gastronomía y su influencia en el turismo. La técnica de la encuesta es el instrumento que más se adapta a la investigación el propósito es conocer las ventajas y desventajas que tienen los expendedores de alimentos en la actualidad y las estrategias que se han implementado con el propósito de promocionar la gastronomía que ofrecen y si han tenido efectos en el desarrollo turístico del cantón.

Encuesta

Con el propósito de recopilar datos informativos se procedió a realizar un encuesta a los dueños de los emprendimientos gastronómicos del cantón Vinces los mismo que se encuentran distribuidos en las parroquias urbanas, rurales y recintos del cantón, analizando la gastronomía que ofrecen al turista, estrategias que aplican, para lo cual se realizó un cuestionario de preguntas de forma claro y preciso para que sean contestadas inmediatamente abordando las variables del tema de investigación y proceder a realizar los respectivos análisis del caso que se plantea.

Muestra

Para el determinar el tamaño de la muestra se procedió a aplicar la formula a los 180 locales de emprendimientos gastronómicos del cantón Vinces, los mismo que se encuentra localizados en las parroquias urbanas, rurales y recintos del cantón, en quienes se elaboró un cuestionario de preguntas de acuerdo al tema de investigación, lo cual dio como resultado el número de emprendedores a encuestar para elaborar los resultados que se detallarán.

Total, de Encuestas:

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$n = \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{180}{0,05^2(180 - 1) + 1} = \frac{180}{0,0025(179) + 1}.$$

$$n = \frac{180}{1.44} = 125$$

1.3.Resultados Obtenidos

El desarrollo del estudio se elaboró en base a los instrumentos investigativos que permitieron la selección de datos, utilizando la técnica de la encuesta, mediante la cual se elaboró un cuestionario de preguntas para ser aplicadas los dueños de emprendimientos gastronómico del cantón Vinces, indagando como la gastronomía influye en el sector turístico, proyectos y estrategias que se han implementado para promocionar el turismo gastronómico.

Dentro del contexto investigativo se les pregunto a los dueños de emprendimientos gastronómico como es el nivel de venta de alimentos en la actualidad, respondiendo el 8% que excelente un 36% que bueno y el 56% indica que han bajado las ventas debido a la situación económica que existe, con el propósito de conocer si cada uno de los emprendedores conocen la importancia de la gastronomía y lo que representa para el sector turístico se cuestionó sobre si consideran que puede influir en su desarrollo, indicando el 64% que sí, y un 24% que tal vez señalando que no está seguro si influye o no.

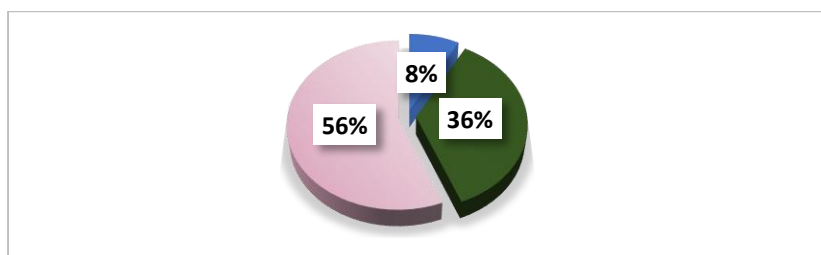
¿Como es el nivel de ventas de la gastronomía actualmente?

Tabla 1.- Gastronomía

Opción	Frecuencia	Participación
Excelente	10	8%
Bueno	45	36%
Malo	70	56%
Total	125	100%

Elaborado por: Washington Ledesma
Fuente: Cantón Vinces

Figura 1.-Gastronomía



Elaborado por: Washington Ledesma

Fuente: Cantón Vinces

Análisis.

De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que los emprenderos gastronómicos del cantón señala el 8% que las ventas actualmente son excelentes, mientras que un 56% indica que son buenas, y el 36% manifiesta que es mala la demanda de alimentos por parte de los turistas y la población local.

¿Qué estrategias considera que se deben implementar para una mayor promoción turística gastronómica en el cantón?

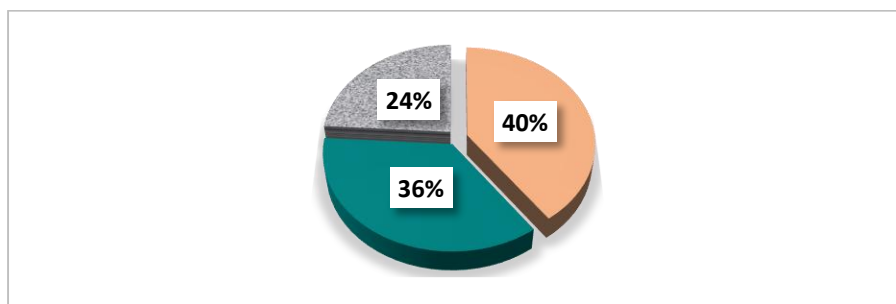
Tabla 2.-Estrategias turísticas

Opción	Frecuencia	Participación
Publicidad de la gastronomía	50	40%
Ferias gastronómicas	45	36%
Precios económicos	30	24%
Total	125	100%

Elaborado por: Washington Ledesma

Fuente: Cantón Vinces

Figura 2.-Estrategias turísticas



Elaborado por: Washington Ledesma

Fuente: Cantón Vinces

Análisis.

Los expendedores de alimentos consideran que se deben aplicar diversas estrategias para que mejore los niveles de ventas del servicio gastronómicos, el 40% indica que se debe invertir en publicidad para promocionar la gastronomía local, mientras que el 36% considera

se deben hacer ferias gastronómicas que atraigan el turismo, y un 24% señala que deben existir precios económicos de esta manera se lograra una mayor afluencia turística.

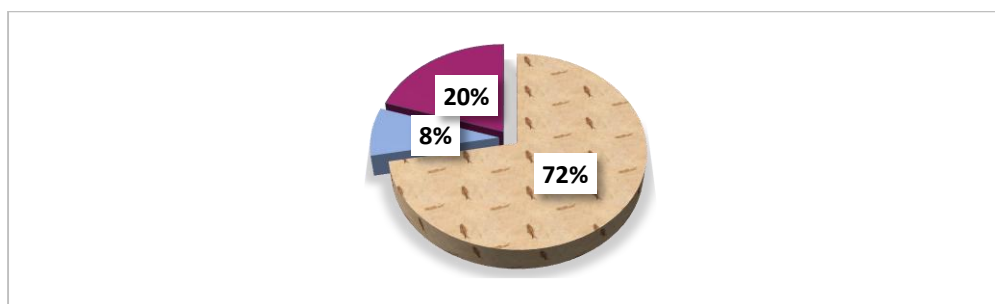
¿Considera usted que la gastronomía influye en el desarrollo económico de sus habitantes?

Tabla 3.- Desarrollo económico

Opción	Frecuencia	Participación
Si	90	72%
No	10	8%
Tal Vez	25	20%
Total	125	100%

Elaborado por: Washington Ledesma
Fuente: Cantón Vinces

Figura 3.-Desarrollo económico



Elaborado por: Washington Ledesma
Fuente: Cantón Vinces

Análisis.

El 72% de los encuestados manifestaron que la gastronomía si influye en el desarrollo económico del cantón debido a la generación de fuentes de empleo, de forma directa e indirecta, mientras que el 8% indica que no, y un 20% expresa que tal vez, pero no está seguro si influye o no.

Ante la situación por la que atraviesan los establecimientos de alimentos del cantón se les pregunto qué tipos de estrategias consideran que se deberían implementar para lograr un mayor difusión de la gastronomía del cantón y por ende un mayor desarrollo turísticos, indicando el 40% de los encuestados que la publicidad es muy importante para dar a conocer lo que se ofrece, mientras que el 36% consideran que las ferias gastronómica tiene un impacto

importante y un 24% consideran que también se debería regularizar los precios de algunos platos típicos que se expenden para lograr una mayor afluencia turística.

Se cuestiono también a los comerciantes si han recibido capacitación en todo lo que tiene que ver atención al cliente, manipuleo de alimentos respondiendo el 60% que no, en cuanto a los permisos de funcionamientos el 64% de los dueños de servicios gastronómicos no tiene debido a los tramites que tienen valores excesivos y muchos de los locales no cumplen con las normas para su funcionamiento.

El 72% de los encuetados están consiente que la difusión gastronómica cumple un papel muy importante en el desarrollo económico de sus habitantes, a través del dinamismo comercial de los emprendimientos influye aún mayor turismo por deleitarse con platos típicos del lugar lo que incide a que se generen fuentes de empleo de forma directa o indirecta permitiendo obtener mayores recursos para activar la económica y mejorar el nivel de vida de sus habitantes

1.4.Situaciones detectadas

En la actual investigación se logró identificar varias situaciones que impiden el fomento de la cultura gastronómica en el cantón Vinces, como es el caso, de la ausencia de proyectos direccionados a la promoción de la gastronomía típica del cantón Vinces, siendo un obstáculo que impide que los turistas degustar la comida originaria de este sector de la Costa ecuatoriana.

Desde años atrás, el cantón Vinces ha sido considerado como un sector turístico y gastronómico, que cuenta con diversos reconocimientos a nivel nacional e internacional, no obstante, las autoridades no aprovechan sobre su riqueza gastronómica, que aportaría al crecimiento turístico y gastronómico.

Mediante la aplicación de la Técnica de la encuesta se pudo obtener como resultado que los comerciantes tienen un desconocimiento total sobre temas relacionados a identidad cultural, atención al turista, manejo de alimentos, correcta preparación de platos típicos, entre otros factores que puedan evitar dar al turista una buena imagen y un buen servicio que pueda

satisfacer sus necesidades, minorando así la aceptación turística del cantón Vinces por parte de sus ciudadanos y visitantes.

Por otro lado, Se pudo examinar que la ciudadanía en general carece de conocimiento sobre las actividades típicas gastronómicas y turísticas, esto debido al delimitado profesionalismo en el área de cocina y de una guía turística que permita promocionar de forma eficaz los platos típicos de los vinceños, teniendo como consecuencia la pérdida de afluencia del turista nacional e internacional, resultando en un escaso desarrollo para estas áreas.

La calidad de gastronomía del cantón Vinces, y la conservación de las costumbres y tradiciones de las antiguas generaciones, deben ser preservadas por la nueva descendencia de los vinceños, para que las mismas sean mostradas tanto a turistas del cantón.

1.5.Soluciones planteadas

De los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los ciudadanos vinceños, se logró conocer sobre la importancia de la cultura gastronómica dentro de la identidad turística del cantón Vinces, por lo cual se plantean varias soluciones que son:

- **Ferias Gastronómicas:** Es el punto de encuentro de la gastronomía donde se obtiene la oportunidad de poder presentar los platos típicos y los turistas puedan degustar.
- Incentivar a los habitantes del cantón Vinces por medio de una guía gastronómica y turística que contenga información sobre los platos típicos y atractivos turísticos del Cantón, y de esta manera se pueda captar la atención a los turistas nacionales e internacionales.
- Fomentar proyectos de emprendimientos gastronómicos y turísticos que deseen realizar los emprendedores o los dueños de locales comerciales.
- Los vendedores de comidas deberían capacitarse sobre cursos o talleres de atención al cliente, y manejo de alimentos, para que, al momento de servirse en su local comercial, se pueda generar mayor confianza a los visitantes o turistas.
- Realizar reuniones con los dirigentes de los sectores que deseen emprender en la gastronomía del pueblo, para que, al momento de contar con su local comercial, puedan ser promocionados y de esta manera tenga mayor alcance y acogida por los turistas nacionales e internacionales.

CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo de esta investigación, se concluye que la gastronomía del Ecuador es muy variada, y por ende es enriquecida por la pluriculturalidad. Al igual, la gastronomía aporta positivamente a la economía del país, además genera fuentes de empleos, y por ende al turismo, que se ha convertido en una industria que nunca descansa.

La gastronomía típica del cantón Vinces debe ser considerada como una pieza clave para mejorar el desarrollo turístico en el cantón y así revelar la riqueza cultural que posee y que esto resulte en que el cantón pueda destacar a nivel turístico por su gastronomía como lo hacen otras ciudades.

Mediante la elaboración de la guía gastronómica y turística, puede generar una mayor confianza para quienes lo habitan motivándolos a mejorar en sus negocios o servicios para brindar productos de gran calidad con tal de mejorar más la imagen del cantón Vinces, inclusive podría alcanzar un incremento en su popularidad a nivel provincial como una buena alternativa turística.

En cuanto a la encuesta realizada a los vinceños, como resultado de la misma destaca que existen varios problemas a nivel turístico, pero el más destacable es la falta de promoción de los platos típicos y lugares turísticos pues se ha demostrado que existe un desconocimiento general sobre estos temas hasta por los propios ciudadanos del cantón Vinces, aunque los mismos ciudadanos consideran que puede haber un aumento en los ingresos si se mejoran estos temas., este desconocimiento en general impiden que los turistas asocien a este cantón como una opción turística y prefieran otros lugares.

Recomendaciones

Finalmente se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Vinces, tomar en consideración la importancia del turismo en la ciudad, ya que el mismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, creando plataformas digitales y métodos de difusión de información masiva acorde a los diferentes lugares turísticos, gastronomía o comidas típicas de la ciudad, fomentando de esta forma el interés en la gastronomía y turismo de la ciudad de Vinces.

No obstante, de manera gratuita el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Vinces, de forma específica a los vendedores de comida se les debería invitar a talleres de manejo de alimentos, higiene y medidas de bioseguridad en sus locales de comida, para que así al momento de servirse un plato de comida en su local comercial, el turista pueda obtener un servicio de calidad y generar óptimas recomendaciones.

Además, se debería realizar diferentes capacitaciones a los ciudadanos que se dedican a la práctica comercial del turismo, con respecto a temas de hospitalidad, hoteles, casas de alquiler, atención a los turistas nacionales e internacionales, manejo de valores proporcionales a cancelar por la estadía diaria, para que así de esta manera puedan surgir mejores resultados y obtener un beneficioso avance, sumado del desarrollo de la actividad turística en el cantón Vinces.

BIBLIOGRAFÍA

- VINCES, G. (2021). *Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial de Vinces* . Obtenido de <http://www.vinces.gob.ec/index.php/transparencia/plan-dedesarrollo-y-ordenamiento-territorial-pdot-2021>
- VINCES, L. N. (2019). *LA HORA* . Obtenido de www.lahora.com.ec
- TURISMO, L. D. (2021). *Ministerio de Turismo del Ecuador* . Obtenido de www.turismo.gob.ec
- N, L. (15 de Septiembre de 2015). *Situación Turística General del Cantón Vinces* .
- Territorial, P. d. (2018). *LOS RIOS PREFECTURA* .
- Patrimonio, M. d. (2017). *Recuperación de los bienes culturales en Vinces y Gualaceo* .
- ARRIBA, R. D. (2017). *obtenido de ruta turística y cultural del Ecuador* . Obtenido de Más de 400 años de hisrota : www.rutadelcacaoarriba.com
- SENPLADES. (2017-2021). *Plan NAcional para el Buen Vivir- Sumak Kawsay* . Obtenido de www.plannacionalparaelbuenvivir.gob.ec
- 2020, P. (2020). *PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR* .
- Oro", V. ". (2015). *Quito*.
- Guillermo, A. (s.f.). *El fruto de los Dioses Vol.1* . El Cacao en el Ecuador desde la Colonia hasta el ocaso de su Industria .
- Podestá C., P. (2006). UN ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE CULTURA. *Redalyc Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(21), 25-39.
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *VISION GENERAL*(1), 135-158.
- González, J., Román, I., Domingo, R., & Muñoz, P. (2016). EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL . *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 129-144.
- Estadística., I. N. (S/D). *GestyDirecc_PARRA_CAP01* . RICARDO ALTIMIRA, XIMENA MUÑOZ, S/D.
- Pololikashvili, Z. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Madrid, España: OMT.
- López, R. G. (29 de 07 de 2018). *Aprende de Turismo.org*. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/claves-del-turismo-gastronomico/>
- Lara, J. (2016). *LA GASTRONOMÍA TÍPICA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN VINCES*. BABAHOYO: UTEB.
- Lopez, H. (2004). *INDICE*. S/D: UNIS.

Vivas, R., Altimira, V., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 677-710.

Mosquera, C., & Gonzabay, D. (2017). *ANÁLISIS DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL SITIO BAJO ALTO, CANTÓN EL GUABO*. MACHALA: UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.