



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

MODALIDAD PRESENCIAL

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

PROBLEMA

TURISMO GASTRONÓMICO Y SU AVANCE TURÍSTICO EN EL
PUERTO SANTA ANA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2022.

AUTORA:

EVELYN ADRIANA FIGUEROA MINA

TUTORA:

MSC. WALTER CHANG
QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2022

INDICE

INDICE.....	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	4
I. INTRODUCCIÓN	5
II. DESARROLLO.....	6
2.1. JUSTIFICACIÓN	6
III. OBJETIVOS.....	7
3.1. Objetivo General	7
3.2. Objetivos Específicos	¡Error! Marcador no definido.
IV. SUSTENTO TEÓRICO.....	7
4.1. Turismo.....	7
4.1.1. Importancia del Turismo	7
4.1.2. turismo como fenómeno social.....	8
4.1.3. Tipos de Turismo.....	9
Gastronomía	11
4.2. Características de la gastronomía	12
4.2.1. Tipos de Gastronomía.....	12
Otra definición de Turismo Gastronómico	13
V. HIPÓTESIS GENERAL BÁSICA.....	¡Error! Marcador no definido.
5.1. Sub-hipótesis o Derivadas.....	¡Error! Marcador no definido.
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	14
5.2. Tipos de investigación	14
Investigación exploratoria	15
Investigación bibliográfica	15
Investigación explicativa.....	15
Métodos de investigación.....	15
DESARROLLO DEL CASO	16
SITUACIONES DETECTADAS	17
SOLUCIONES PLANTEADAS.....	19
CONCLUSIONES	19
RECOMENDACIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	23

RESUMEN

El presente proyecto involucra el desarrollo del turismo gastronómico y su promoción turística en Puerto Santa Ana, la posibilidad de implementar un proyecto turístico en el Puerto Santa Ana. Las investigaciones demuestran que el turismo gastronómico en las últimas décadas ha experimentado un enorme crecimiento e importancia mucho más allá de lo establecido en la mesa clásica como se le denomina. Este crecimiento se refleja en muchos destinos gastronómicos populares en todo el mundo, crecimiento impulsado por inversiones y construcción de edificios, plazas, museos y establecimientos comerciales como restaurantes, bares, cafés y restaurantes, lo que lleva a una mayor demanda turística en estrategias de publicidad y marketing en esta zona a partir de alianzas con empresas locales. Gracias a su estrategia de promoción en las redes sociales, el turismo ha crecido y diversificado continuamente durante décadas, convirtiéndolo en una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo. El turismo global está estrechamente relacionado con el desarrollo, uno de los cuales es el creciente número de nuevos destinos turísticos. Estas dinámicas han convertido al turismo en el puerto de Santa Ana en uno de los principales motores del desarrollo socioeconómico de Guayaquil.

Palabras clave:

Desarrollo turístico

Puerto Santa Ana

Cultura

ABSTRACT

The present project involves the development of gastronomic tourism and its tourism promotion in Puerto Santa Ana, the possibility of implementing a tourism project in Puerto Santa Ana. Research shows that gastronomic tourism in the last decades has experienced an enormous growth and importance far beyond what is established at the classic table as it is called. This growth is reflected in many popular gastronomic destinations around the world, growth driven by investments and construction of buildings, plazas, museums and commercial establishments such as restaurants, bars, cafes and restaurants, leading to increased tourism demand in advertising and marketing strategies in this area from partnerships with local businesses. Thanks to its promotion strategy in social networks, tourism has grown and diversified continuously for decades, making it one of the fastest growing industries in the world. Global tourism is closely related to development, one of which is the growing number of new tourist destinations. These dynamics have made tourism in the port of Santa Ana one of the main drivers of Guayaquil's socioeconomic development.

Keywords:

Turistic development

Santa Ana Harbor

Culture

DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

- Turismo gastronómico y su avance turístico en el Puerto Santa Ana en la ciudad de Guayaquil año 2022.

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

A medida que el mundo se globaliza, Ecuador, como muchos países latinoamericanos consideran el turismo como una de las industrias más importantes no es una excepción.

Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR, 2018), el turismo es la tercera exportación no petrolera más importante de la economía ecuatoriana, detrás de las exportaciones tradicionales como el banano y el camarón. La actividad surge tras un largo proceso de expansión del ocio vacacional que se inició en la antigüedad y se desarrolló con la Revolución Industrial.

La realidad geográfica de la ciudad de Guayaquil en general y del puerto Santa Ana en particular, sumado a la revisión bibliográfica acerca del turismo como un fenómeno social en constante crecimiento que ha producido un complejo y dinámico sistema de interrelaciones entre sociedades y culturas diferentes; y la ejecución del proyecto de regeneración urbana que dio un giro de transformación hace dieciocho años dejando de lado la infausta imagen que se mostraba a causa de los diversos problemas de aquel momento, permiten observar con mayor profundidad los cambios tanto positivos como negativos que han percibido los habitantes asentados; modificando las condiciones de equilibrio socio territorial y natural con consecuencias que afectan a la sociedad en general.

El propósito del estudio fue analizar Determinar el impacto del turismo gastronómico en el desarrollo económico del Puerto Santa Ana en la ciudad de Guayaquil. Desarrollando una nueva estrategia de señalización y promoción turística.

I. INTRODUCCIÓN

Con este trabajo de estudio se busca establecer la mejora turística que tiene el puerto Santa Ana mediante la gastronomía definiendo su alcance gastronómico y cómo influye en el turismo, focalizar toda la oferta que existe en el área, los tipos de comida y su aceptación en los turistas nacionales y extranjeros.

Según el (OTG), Observatorio de Turismo de Guayaquil durante el año 2017, la ciudad recibió alrededor de 692704 mil turistas internacionales el cual representa a un 33% de ingresos dando como consecuencia a un aumento en relación a los años anteriores. Muchos de estos turistas han visitado o se han alojado en el Puerto Santa Ana, son demasiadas las características que hacen de este lugar único y destacable, que se ha convertido en uno de los mejores lugares turísticos de la ciudad; está al aire libre, la mayoría de los restaurantes con vista al río, la majestuosidad de sus edificios que lo rodean y el histórico 'Las Peñas' su barrio vecino.

Las principales atracciones que nos ofrece el Puerto Santa Ana son principalmente; Su zona de museos en la que se encuentra el museo de la música popular que lleva el nombre del legendario ruseñor de América, don Julio Jaramillo, el museo Barcelona y el de Emelec, el edificio The point que es actualmente el más alto del Ecuador, los bares que se encuentran al borde los edificios River Font I y II, Wyndham Hotel Group y las Torres Bellini.

El turismo gastronómico ha tenido un gran crecimiento y trascendencia en las últimas décadas más allá de lo establecido en la mesa clásica como se ha conocido. Este crecimiento se ha visto reflejado en muchos destinos gastronómicos conocidos alrededor del mundo, un ejemplo claro es el Puerto Santa Ana y el avance ascendiente que ha tenido en sólo un año que se debe en gran parte a su oferta gastronómica en la que podemos destacar; comida italiana, mexicana, peruana, china, japonesa, española, india y ecuatoriana.

II. DESARROLLO

2.1. JUSTIFICACIÓN

El proyecto presentado nace como fruto de la necesidad de impulsar el turismo enfocado concretamente en la gastronomía en esta zona turística de Guayaquil que es considerada por los ecuatorianos y extranjeros como un diamante en bruto por su potencial turístico y su imprevisible crecimiento en el año 2017, mucho tiempo después de su nacimiento.

Dicho crecimiento nacido a través de la inversión y construcción edificios, plazas, museos y locales comerciales como resto-bares, cafeterías y restaurantes de categoría que han dado como resultado el incremento de la demanda turística en este sector, por lo tanto beneficios económicos no sólo para los habitantes del Puerto Santa Ana y sus alrededores sino para el todo el Ecuador, brindando plazas de trabajo para personas con diferentes tipos de nivel académico y dando a conocer este bello rincón que es distintivo de nuestra Guayaquil Turística.

Con este proyecto no sólo se busca el desarrollo turístico sin consecuencia, porque se considera fundamental conocer causas y factores que han impulsado su crecimiento y así poder utilizar como referencia para el futuro turístico de nuestro país dado que la gastronomía se ha vuelto un generador de tráfico turístico que está directamente relacionado con la cultura y las tradiciones, por eso proponer estrategias de marketing enfocados en la gastronomía resulta una manera eficiente de promover el Puerto Santa Ana.

III. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- Determinar el impacto del turismo gastronómico en el desarrollo económico del Puerto Santa Ana en la ciudad de Guayaquil.

IV. SUSTENTO TEÓRICO

4.1. Turismo

Según Smith cuando se habla de la idea de turismo, se alude al conjunto de definiciones existentes y del hecho de que ninguna es mundialmente satisfactoria. Esto no es exclusivo del "turismo" sino que ocurre con muchos otros conceptos. Lo único improductivo, en estos casos, es la pretensión de lograr una definición de último momento en la que todos estén de acuerdo. (Matute Peña, Asanza Rubio, & Aguilar Macías, 2015)

Según Jafari, el turismo es: "el estudio del individuo lejos de su hábitat conocido, del negocio que responde a sus necesidades habituales, y de la huella que tanto él como la industria dejan sobre el ambiente natural, financiero y sociocultural de los residentes". Desde una vista sociológica según San Martín García "considera el turismo "como la suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesarios para satisfacer necesidades personales como víveres, estancia, transportación, y una atención positiva o comprensión por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hábito de viajar".(Matute Peña, Asanza Rubio, & Aguilar Macías, 2015)

4.1.1. Importancia del Turismo

El turismo se ha desarrollado y diversificado continuamente durante décadas, convirtiéndolo en una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo. El turismo global está íntimamente relacionado con el desarrollo, y el creciente número de nuevos destinos

turísticos es uno de ellos. Esta dinámica convirtió al turismo en el principal motor de desarrollo socioeconómico. (World Tourism Organization, s.f.)

Hoy, el tamaño de la industria del turismo es igual o mayor que la exportación de petróleo, alimentos o automóviles. La industria del turismo se ha convertido en un actor importante en el comercio mundial y una importante fuente de ingresos para muchos países en desarrollo, y este crecimiento ha ido acompañado de una mayor diversificación y competencia entre los destinos turísticos. (World Tourism Organization, s.f.)

La expansión colectiva del turismo en los países desarrollados y en desarrollo ha sido beneficiosa en los ciclos económicos y comerciales de muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. (World Tourism Organization, s.f.)

4.1.2. turismo como fenómeno social

Según Bormann, los motivos que provocan el tránsito de personas son por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales o por otras razones distintas, viajes que en muchos casos son iniciados por acontecimientos o situaciones especiales y en los cuales la carencia de residencia estable es solo transitoria, no incluye aquellos desplazamientos condicionados exclusivamente por el habitual ir y venir a los sitios de trabajo y no considera tampoco los eventos que perturban su crecimiento.

Por el contrario, para Robert Glücksmann estos fenómenos son decisivos. Para Glücksmann el movimiento de forasteros equivale a relaciones interpersonales, y por ello el viaje entre personas es, en suma, una manifestación sociológica. (Matute Peña, Asanza Rubio, & Aguilar Macías, Aspectos sociopsicológicos del turismo, 2015)

4.1.3. Tipos de Turismo

Turismo cultural. - El turismo cultural es un tipo de actividad turística en la que la principal motivación del turista es explorar, mostrar, examinar y consumir los atractivos/productos culturales, tangibles e intangibles del destino.

ecoturismo - el turismo ecológico es un tipo de actividad turística basada en el medio ambiente, donde la principal motivación del turista es comprender, educar, descubrir, observar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud consciente para proteger la integridad del medio ambiente, es un ecosistema; e inspirar el bienestar de la comunidad local.

Obj.

Turismo rural. - El turismo rural es un tipo de actividad turística en la que la experiencia turística está vinculada a una gama de productos que generalmente están relacionados con actividades naturales, agricultura, pesca y turismo, estilos de vida y culturas rurales interesantes.

Turismo de aventura. - El turismo de aventura es un tipo de turismo que suele desarrollarse en destinos con determinadas características geográficas y paisajísticas, y suele asociarse a la actividad física, la interacción, el intercambio cultural y la cercanía con el entorno. Esta experiencia puede representar de alguna manera un peligro existente o percibido y puede requerir una gran cantidad de esfuerzo físico y/o mental.

Turismo de salud. - El turismo de salud incluye aquellos tipos de turismo cuya principal motivación es participar en la salud mental, física y/o espiritual a través de actividades médicas y de salud que mejoran la capacidad de las personas para satisfacer sus necesidades y sobresalir como individuos en la sociedad

Turismo de bienestar. El turismo de bienestar es un tipo de actividad turística dirigida a optimizar y equilibrar las principales áreas de la existencia humana, incluidas la física, mental, profesional, emocional, intelectual y espiritual. El objetivo principal de los viajeros saludables es participar en actividades preventivas, activas y que mejoren el estilo de vida, como la relajación, el ejercicio, la higiene personal, la alimentación saludable y la terapia.

Turismo médico. - El turismo médico es un tipo de actividad turística que implica el uso de herramientas y servicios de rehabilitación médica (tanto invasivos como no invasivos) de forma empírica. Puede incluir diagnóstico, tratamiento, cura, prevención y rehabilitación.

Turismo de negocios. - El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que las personas viajan a un área fuera de su área de trabajo y residencia por un incentivo profesional y/o deportivo específico para asistir a una reunión, función o evento. Elementos importantes del turismo de negocios son las conferencias, convenciones, viajes de incentivos y ferias comerciales.

Turismo costero, marítimo y de aguas interiores. El turismo costero se refiere a las actividades turísticas basadas en el terreno costero, tales como el surf, la natación, tomar el sol y otras actividades costeras recreativas y deportivas que se desarrollan a la orilla del mar, lago o río. La proximidad a la costa es también una apuesta por los servicios e infraestructuras que sustentan el turismo costero.

El turismo marítimo Se refiere a las actividades que tienen su base en el mar, como cruceros, navegación en yates o barcos y deportes acuáticos, e incluye los correspondientes servicios e infraestructuras en tierra.

El turismo de aguas interiores. a las actividades turísticas como viajes, cabotaje y navegación en yates o embarcaciones y deportes náuticos en ambientes afectados por el agua, que se encuentran en tierra y se incluyen lagos, ríos, estanques, arroyos, aguas subterráneas, manantiales, ríos subterráneos y otros ambientes.

Turismo urbano. - El turismo urbano o urbano es un tipo de actividad turística que se desarrolla en las zonas urbanas, que se caracteriza por una economía no agrícola basada en el sistema, la producción, el comercio y los servicios, así como por el desarrollo del transporte. Los destinos urbanos ofrecen una visión integral y diversa de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el ocio y los negocios.

Turismo de montaña. - El turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en una ubicación geográfica específica y limitada, como colinas o montañas, con características y atributos específicos de paisaje accidentado, topografía, clima, diversidad biológica (flora y fauna) y comunidad local. Incluye una amplia oferta de actividades lúdicas y deportivas al aire libre.

Turismo educativo. - El turismo educativo incluye tipos de turismo cuya principal motivación es la cooperación y práctica de los turistas en actividades educativas, desarrollo personal, desarrollo intelectual y dominio de habilidades. El turismo educativo se refiere a una amplia gama de productos y servicios relacionados con la educación, vacaciones de desarrollo

de habilidades, viajes escolares, entrenamiento deportivo, cursos de formación profesional y cursos de idiomas, etc.

Turismo deportivo. El turismo deportivo es un tipo de actividad turística que se refiere al estilo turístico de hacer turismo, ya sea viendo o participando activamente en un evento deportivo, que generalmente incluye actividades comerciales y no comerciales.

Turismo gastronómico. - El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística en la que la experiencia turística del visitante está relacionada con la alimentación y los productos y actividades relacionados. Asimismo, además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otras actividades afines como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la participación en cursos de cocina.

El enoturismo, Como subespecie del turismo gastronómico, describe el turismo que se realiza visitando viñedos y bodegas, degustando vinos, bebiendo y/o comprando vino, muchas veces producido en el lugar o en las cercanías. (World Tourism Organization, 2020)

Gastronomía

La gastronomía permite elaborar variedad de recetas con diferentes colores, texturas y sabores que hacen alegre nuestro paladar.

La cocina estudia cómo las personas están conectadas con su alimentación en relación a sus costumbres, lugares y religión. En la cocina se involucran técnicas de preparación, tiempos de cocción e ingredientes en la elaboración de una receta. (Gastronomía Internacional, 2020)

Dice Garmendia que la razón humana, ha dotado a nuestras actividades naturales de contenidos culturales, así la alimentación ha superado el campo de la mera manutención y ha alcanzado el nivel de Gastronomía, noción pedagógica que atañe a una gran cantidad de disciplinas: agricultura, botánica y zootecnia que nos van a gestionar las materias primas; sociología y antropología que nos permiten el estudio de hombres y sus identidades culturales, la habilidad y el comercio, el arte de la gastronomía y la medicina que estudia la forma más saludable de alimentarse.. (Lapitz, 2013)

4.2. Características de la gastronomía

Los aspectos que describen el arte de cocinar están relacionados principalmente con la cultura y las tradiciones relacionadas con los sabores, las porciones y la forma de preparar los alimentos. (Gastronómica, 2020)

Otra característica es la variedad de métodos de cocción que se pueden utilizar para elaborar el plato; al horno, a la plancha, a la parrilla o a la leña, el tiempo entre métodos puede variar y cada tipo de cocción puede agregar un detalle diferente a la receta/preparación. (Gastronómica, 2020)

Además, la experimentación es la característica principal de la gastronomía, ya que le permite al chef perfeccionar nuevas recetas, combinar ingredientes y métodos de cocción de dos o incluso más lugares diferentes, dando como resultado un nuevo plato que puede ser disfrutado por varias personas. gusto. (Gastronómica Internacional, 2020)

4.2.1. Tipos de Gastronomía

Hay muchos tipos de gastronomía en todo el mundo, que se pueden clasificar según diferentes criterios:

Gastronomía nacional: Expresa el gusto de la nación con ingredientes locales que definen a la perfección a los habitantes de la región. Esta gastronomía es parte del patrimonio del país. Algunas de las técnicas que ilustran este ejemplo de cocción son la sal, que es una estrategia para conservar el pescado, pero que se ha extendido a otros alimentos como el pollo. (Barcelona Culinary Hub, 2022)

Gastronomía internacional: Se conoce por la esencia de otras culturas, su olor y sabor son diferentes para distinguir países. Uno de los métodos más populares es la comida fusión, que se basa en combinar los sabores de diferentes culturas para crear un plato que las una. (Barcelona Culinary Hub, 2022)

Gastronomía gourmet: Es uno de los más innovadores, los ingredientes son de excelente calidad y cuidadosamente seleccionados. Algunos de los métodos que destacan en esta cocina son los métodos de cocción que se utilizan para mejorar el sabor, pueden ser tanto la cocción a baja temperatura como la cocción con nitrógeno, etc. (Barcelona Culinary Hub, 2022)

Gastronomía vegetariana y vegana: Los ingredientes principales suelen ser verduras, frutas, arroz, etc. A excepción de la cocina vegana donde se evitan todos los alimentos de origen animal. Se centra en la proteína vegetal que sustituye a la carne, junto con el queso vegano o las bebidas de leche de soja. Algunos métodos que describen este plato son fritos o al horno. (Barcelona Culinary Hub, 2022)

Gastronomía sostenible: Se fomenta el consumo de alimentos orgánicos, es una cocina que también respeta las tradiciones locales, ya que también tiene como objetivo preservar el patrimonio cultural. Uno de los métodos que caracterizan a esta gastronomía es el sous vide, que se basa en la cocción al vacío de los alimentos y la inmersión al baño maría. (Barcelona Culinary Hub, 2022)

Otra definición de Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico se puede definir como una forma de viaje dedicada a encontrar culturas locales a través de sus habilidades y técnicas culinarias únicas.

La principal actividad de los turistas que eligen este tipo de turismo es conocer lo que comen los habitantes de los diferentes destinos turísticos para establecer una conexión más profunda con la cultura general del lugar. Este tipo de turismo no solo se centra en la cocina tradicional, sino que también puedes experimentar el mundo gastronómico local para disfrutar de este tipo de turismo. Desde mostrar tus habilidades de pesca artesanal hasta aprender sobre diferentes plantas, animales y más. (Barcelona Culinary Hub, 2022)

4.3. Desarrollo económico

Sin embargo, el Banco Mundial define el progreso económico como "una mejora sostenible de la calidad de vida, que incluye la educación, el consumo material, la salud y la protección del medio ambiente". Gago (1993), por su parte, afirma que el crecimiento es un proceso de cambios estructurales colectivos (económicos, políticos, culturales, sociales y ambientales) que tienden a aumentar el bienestar de todos los miembros de la sociedad y

también a satisfacer plenamente las necesidades básicas. necesidades del colectivo. Por lo tanto, se puede decir que el concepto de desarrollo es multifacético porque incluye componentes económicos, sociales, culturales, políticos y ambientales (Goulet, 2000). (Ortiz Flórez, Cancino, & Cancino Escalante, 2019)

Turismo en la economía ecuatoriana

El turismo es un factor importante en la economía de Ecuador. A nivel mundial, el sector del turismo aporta 9,8 puntos al PIB y emplea a 1 de cada 11 personas en todo el mundo, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, que promedia 277 millones de personas. (Alcívar Vera, 2018)

Según la Coordinación General de Estadísticas e Investigaciones del MINTUR, en 2017 visitaron el país 1 millón 617 91 personas, lo que representa un 1 % más que en 2016 y equivale a 1 millón 20,5 millones de dólares, hasta un 12 %. Aumento en comparación con 2016. (Alcívar Vera, 2018)

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El proceso de estudio es de tipo cualitativo ya que explica la incidencia que tiene el turismo gastronómico y cuáles han sido los factores que han impulsado el desarrollo económico en el Puerto Santa Ana, para esto se emplearán los métodos y técnicas que permitirán obtener información, que más adelante será analizada y comparada con otros estudios, seleccionando la indagación acorde a las variables de estudio para elaborar los resultados finales exponiendo conclusiones y recomendación que se dan una vez finalizada la investigación.

4.4. Tipos de investigación

Investigación exploratoria

Con este tipo de investigación se busca determinar todos los tipos de gastronomía que se ofrecen en el Puerto Santa Ana con la finalidad de tener un panorama general de su oferta y analizar propuestas gastronómicas que sean más participativas e involucren más a los turistas para impulsar el desarrollo socioeconómico del Puerto Santa Ana.

Investigación descriptiva

Se describe las características que han impulsado el crecimiento en el Puerto Santa Ana, siendo el campo turístico el responsable de su aumento económico. La financiación a nivel de infraestructura y su desarrollo comercial en los últimos años le ha dado a este punto de la ciudad la promoción necesaria para ser un destino turístico gastronómico en potencia.

Investigación bibliográfica

Se utilizó con el objetivo de avanzar con el proceso investigativo en cada una de las partes de estudio para ello se recurrió a libros, revistas periódicos, páginas web, artículos de periódicos que dan su punto de referencia en cuanto al turismo gastronómico y como ha influenciado en el desarrollo económico del Puerto Santa Ana.

Investigación explicativa

Se utilizó con el motivo de resaltar la importancia de la señalización digital turística para potencializar el alcance económico del Puerto Santa Ana, dando a conocer la oferta gastronómica de todos los edificios del Puerto, dividiéndolos por secciones mostrando a los turistas los diferentes restaurantes, bares y cafeterías con su respectiva ubicación.

Métodos de investigación

Método analítico

Se empleó para analizar las variables del tema a investigar, explicando cómo ha se ha transformado el Puerto Santa Ana en la zona turística de referencia en la ciudad y en cómo se

puede aprovechar la potencia de este sitio y generar diferentes tipos de turismo gastronómico que vayan más allá de la mesa tradicional ya que esto aportará sin duda al crecimiento económico social y cultural de los moradores del Puerto Santa Ana en la ciudad de Guayaquil.

Método estadístico

Se hace una comparación de datos en cuanto a la transformación que ha tenido en los últimos años, el avance turístico y el desarrollo económico tomando en cuenta los beneficios y a su vez obstáculos a los que se han enfrentado para que esta zona sea lo que se ha convertido hoy en día.

Método de observación

Se utilizó con el fin de hacer observaciones referentes a los cambios que se han efectuados, sabiendo que es el turismo gastronómico el principal motor de la economía en esta zona y como se puede potencializar esta actividad para un mayor impacto.

RESULTADOS OBTENIDOS

DESARROLLO DEL CASO

Para el desarrollo del caso fue necesario utilizar los métodos y técnicas de investigación que permitieron seleccionar y obtener la información necesaria que se detalló en el transcurso del proyecto, de esta manera se identificó el problema sobre el avance turístico en el desarrollo económico del Puerto Santa Ana en el cantón Guayaquil, resaltando los cambios y mejoras que ha tenido el mismo en los últimos años, así como también las oportunidades de empleo que ha generado para los moradores de las cuales son responsables empresas como Pronobis que ha levantado el proyecto Ciudad del Río, con edificios como el River Front I y II, el hotel Wyndham, The Point, y las cuatro torres Bellini, que alojan cientos de habitaciones, departamentos y oficinas. En el futuro, se levantarán más edificios con el fin de seguir potencializando el turismo y preservando también su fiel distintivo que es el poder disfrutar de una buena comida, una bebida refrescante o caliente al aire libre con vista a las áreas verdes que posee y a nuestro apacible río Guayas.

Mediante la investigación exploratoria se constató que existen diferentes atractivos como museos, el malecón y una oferta considerablemente alta de turismo gastronómica para todos los gustos y preferencias, al mismo tiempo utilizar la gastronomía tradicional para promocionar nuestra cultura alrededor del mundo, es decir que no solo podemos ofrecer platos de comida ecuatoriana si no que podemos implementar formas de que los turistas se sientan conectados con nuestra cultura a través de demostraciones en los procesos en la producción de la comida, un museo gastronómico o un mercado en el que se destaquen productos nacionales, para esto se ha planteado objetivos generales y específicos que se busca lograr a través del estudio que se elabora.

Se utilizó para la realización de la justificación la investigación descriptiva para explicar de acuerdo con lo argumentado la principal razón de ser y las motivaciones para desarrollar este proyecto, investigando en cómo encontrar soluciones que potencien el turismo gastronómico en esta zona, y que en consecuencia de su desarrollo se necesiten más jóvenes y profesionales a medida que aumenta la oferta turística.

A través de la investigación explicativa se puede definir la viabilidad de la propuesta de señalización turística, utilizando lo antes investigado; el panorama total de la oferta gastronómica del Puerto Santa Ana, como está clasificada y su ubicación mediante la división de los edificios del puerto por sectores. Así cuando los turistas desean conocer que se oferta en cada sección bastará con acercarse a un punto de señalización.

SITUACIONES DETECTADAS

A lo largo de la investigación se han detectado diferentes situaciones sobre como el turismo gastronómico ha influido en el desarrollo socioeconómico del Puerto Santa Ana entre las cuales se puede destacar que sienta la gastronomía uno de los principales motivadores de viajes en la última década, las experiencias gastronómicas deberían ser incluidas en la estrategia de marketing de esta zona turística. Tomando en consideración que sí existe una amplia variedad de ofertas nacionales son mayores las internacionales, en este caso la gastronomía local se considera necesario hacer un enfoque y aplicar estrategias que generen interés por la gastronomía nacional.

Se ha detectado también que los bares tienen una gran acogida sobre todos los fines de semana y los feriados, lamentablemente en varias ocasiones los turistas comentan que en tiempo de pandemia por Covid-19 sólo hasta las 12pm se encontraban abiertos dichos bares, época en la cual las ventas decrecieron y por ende su economía.

A través de investigaciones bibliográficas y exploratorias de reseñas sobre algunos restaurantes ubicados en el Puerto Santa Ana, se ha detectado que existe flaqueza en lo a servicio y atención al cliente se refiere, por ello es adecuado que el Ministerio de Turismo esté al pendiente brindando capacitaciones a quienes ofertan productos y servicios, con el fin de perpetuar la experiencia turística ofreciendo calidad y calidez que se transformará en la mejor promoción turística que se pueda obtener para mantener la fluidez económica que es el principal motor de este sitio turístico en beneficio de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Visitando el Puerto Santa Ana a través de su acogedor malecón se divisan museos, áreas verdes, monumentos y sus principales atractivos que agregan un valor cultural e histórico como es el barrio las Peñas y las escalinatas del Cerro Santa Ana que es un reflejo del estilo colonial que ha caracterizado a nuestra ciudad, se puede observar modernos y lujosos edificios en construcción, el reciente proyecto terminado llamado Ciudad del Río es de lo más llamativo del Puerto. Sin embargo, al ser un proyecto nuevo existe desconocimiento sobre su oferta gastronómica, en mayoría los turistas que visitan esta zona conocen de su existencia a través de redes sociales, que se han vuelto una gran herramienta de promoción hoy en día, no obstante, se puede crear una estrategia de publicidad que incluya todas las áreas del puerto y por ende toda su oferta gastronómica.

Con la creación de un nuevo proyecto financiado por Pronobis y la empresa Millenium llamado Maxximus Guayaquil City Center cuya construcción se prevé dure cuatro años. La generación de empleo se convertirá en uno de los impactos positivos de mayor relevancia en el Puerto Santa Ana, no sólo para personas con estudios de tercer nivel que ocupan la mayoría de estos edificios y sus oficinas como su espacio de trabajo, sino también para jóvenes adultos que buscan adentrarse en el campo turístico ya sea en áreas de alojamiento o en un resto-bar, impulsando el avance socioeconómico del Puerto Santa Ana y a su vez mejorando la calidad de vida una gran parte de los guayaquileños.

SOLUCIONES PLANTEADAS

- Desarrollar actividades gastronómicas que involucren más participación de turistas para una mejor experiencia.
- Incluir en la promoción turística del Puerto Santa Ana la diversidad de la oferta gastronómica que promete la misma.

- Sugerir la implementación de un museo gastronómico que resalte la identidad local de la ciudad de Guayaquil.

- Capacitaciones sobre atención al cliente y servicio con el fin de que exista un equilibrio entre lo que se ofrece y lo que se entrega.

- Solicitud a las autoridades reguladoras para la extensión de jornada laboral en bares hasta las 2am.

- Aplicación de la señalización digital turística para dar a conocer la oferta gastronómica del Puerto Santa Ana.

CONCLUSIONES

- Acorde a la investigación realizada se puede afirmar que el Puerto Santa Ana de la ciudad de Guayaquil tiene una amplia variedad de ofertas gastronómicas como comida italiana, peruana, colombiana, española, asiática, mexicana y ecuatoriana así mismo si deseamos degustar un buen vino, whisky o algún cóctel refrescante es una opción ideal, todo esto junto su gestión y organización lo han convertido en un destino turístico icónico de la ciudad, que gracias a esto mejora constantemente su nivel socioeconómico.
- Se pudo destacar que el crecimiento turístico generado por la gastronomía ha tenido un impacto positivo en el Puerto Santa Ana y sus alrededores proveyendo a los moradores de oportunidades de superación y trabajo digno, cada año es mayor la afluencia de turistas a esta zona motivo por el cual se ha convertido en una cuna de proyectos de edificación como el primer rascacielos del país que será financiado por Pronobis y la empresa Millenium llamado Maxximus Guayaquil City Center, oportunidad que deberá ser aprovechada de la mejor manera con el fin de perpetuar el crecimiento de esta zona turística.
- A través de la investigación se consiguió notar que a pesar del nivel gastronómico que posee el Puerto Santa Ana es esencial incluir en su estrategia de marketing la diversidad gastronómica que posee siendo esto un motivador principal en los turistas de la última década. Así mismo se deben incorporar diferentes actividades que enaltezcan la identidad local como puede ser un museo gastronómico, un mercado con productos orgánicos propios de nuestra tierra.
- Gracias a la exploración de esta zona se pudo conocer que muchos de los turistas locales que visitan el Puerto Santa Ana desconocen gran parte de los restaurantes y bares motivo por el cual se analizó la propuesta de señalización digital turística que brindará a los turistas la información de los restaurantes y su ubicación dividida por sectores con el fin de que se conozca su diversidad y tengan mucho mayor alcance los nuevos restaurantes

ANEXOS





BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar Vera, I. (28 de 02 de 2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de Turismo en la economía de Ecuador: <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/>
- Barcelona Culinary Hub. (12 de 02 de 2022). *BCH al Punto*. Obtenido de ¿Qué tipos de gastronomía existen?: <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/tipos-de-gastronomia>
- Gastronómica, I. (21 de 04 de 2020). *Gastronómica Internacional*. Obtenido de <https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/todos/que-es-gastronomia/>
- Lapitz, J. J. (19 de 03 de 2013). ¿Qué es Gastronomía? *El Diario Vasco*.
- Matute Peña, M., Asanza Rubio, P. X., & Aguilar Macías, S. (2015). *Aspectos sociopsicológicos del turismo*. Santiago de Cuba: Eumet.net.
- Organizacion Mundial del trabajo. (2019). *Desarrollo económico y social*. Estados Unidos: www.ilo.org.
- Ortiz Flórez, J. S., Cancino, S. E., & Cancino Escalante, G. O. (2019). El aporte del turismo al desarrollo económico del Municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia. *Revista ESPACIOS*, 15-24.
- World Tourism Organization*. (s.f.). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- World Tourism Organization. (25 de marzo de 2020). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2020/12/Definiciones-de-Turismo-de-la-OMT-PDF.pdf>