



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**CARRERA HOTELERIA Y TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMNENSIÓ ESCRITA)**  
**DEL EXÁMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN: HOTELERIA Y TURISMO**  
**MENCIÓN HOTELERIA Y TURISMO**

**PROBLEMA**

**TURISMO GASTRONÓMICO Y LA AFLUENCIA DE**  
**VISITANTES EN EL CANTÓN BABAHOYO**

**AUTORA:**

**MONTECE LAVAYEN ISANIA CLARA**

**TUTORA:**

**Lic. CASTRO MOLINA NELLY ESTHER Ms.**

**BABAHOYO - AGOSTO/2019**



## INDICE

RESUMEN .....	III
INTRODUCCION .....	1
DESARROLLO .....	2
JUSTIFICACIÓN .....	2
OBJETIVO.....	3
SUSTENTOS TEÓRICOS .....	4
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	20
RESULTADOS OBTENIDOS .....	22
SITUACIONES DETECTADAS .....	23
SITUACIONES PLANTEADAS.....	25
CONCLUSIONES .....	27
BIBLIOGRAFÍA.....	30
ANEXOS.....	31
Anexos 1.....	1
Anexos 2.....	3



## RESUMEN

Los platos típicos constituyen un importante complemento del turismo debido a la necesidad de los turistas, siempre están buscando degustar sabores diferentes a los de su lugar de origen, eligiendo los más representativos de cada sitio visitado, sin embargo, las investigaciones realizadas sobre el turismo gastronómico de Babahoyo son reducidas a nivel no esperados.

Sabiendo de la importancia cultural que representa los platos típicos de Babahoyo y sus principales ingredientes se ha realizado un estudio y su principal motivación es el rescate de los tradicionales platos típicos del Cantón Babahoyo, para fortalecer y conservar la identidad cultural de la ciudad, a través del Departamento de Turismo se puede coordinar y organizar eventos que aporten al desarrollo local en el Cantón Babahoyo, para mantener su historia, tradiciones, costumbres, culturas y específicamente facilite información sobre su comida criolla, explicando su origen y como ha ido evolucionado a través de los años, para de esta forma fomentar el incremento del turismo gastronómico de Babahoyo, sería factible que las autoridades contribuyan para difundir capacitaciones, seminarios, talleres, ferias gastronómicas para el incremento de turistas en el Cantón y el aumento de venta de comidas típicas.

**Palabras claves:** platos típicos, turismo, gastronomía



## ABSTRAC

Typical dishes are an important complement to tourism due to the need of tourists, they are always looking to taste different flavors from those of their place of origin, choosing the most representative of each visited site, however, the research carried out on gastronomic tourism of Babahoyo are reduced to unexpected level.

Knowing the cultural importance of the typical Babahoyo dishes and its main ingredients, a study has been carried out and its main motivation is the rescue of the traditional dishes of the Babahoyo Canton, to strengthen and preserve the cultural identity of the city, through The Department of Tourism can coordinate and organize events that contribute to local development in the Babahoyo Canton, to maintain its history, traditions, customs, cultures and specifically provide information about its Creole food, explaining its origin and how it has evolved through In the years, in order to encourage the increase of gastronomic tourism in Babahoyo, it would be feasible for the authorities to contribute to disseminate training, seminars, workshops, gastronomic fairs for the increase of tourists in the Canton and the increase in the sale of typical foods.

**Keywords:** typical dishes, tourism, gastronomy.



## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se centra en el estudio de las tradiciones gastronómicas y la afluencia de visitantes del Cantón Babahoyo, el aporte del turismo cultural; aprovechando estos recursos que posee la población Babahoyense como sus comidas típicas que identifican a este Cantón ante la sociedad. Estos recursos pueden ser aprovechados racionalmente a través de la actividad turística como una fuente alternativa de ingresos económicos, forjando un desarrollo sostenible de la comunidad Babahoyense. Enfocando el turismo cultural como tema generalizado de las tradiciones y costumbres de los pueblos.

En este estudio de casos se investigó información relacionada con la línea de investigación de la carrera la planificación y gestión turística sustentable que sirvió para determinar el impulso y aprovechamiento de la cultura gastronómica, así como también la afluencia de visitantes en el Cantón Babahoyo. La sublínea de investigación propuestas gastronómicas en donde se toma como ejemplo las ferias gastronómicas de turismo, por lo general conllevan a la participación más esperada por la población y las autoridades locales, sin embargo, la gestión del departamento de turismo siempre debe tener como punto de iniciativa la integración de la gastronomía representativa del Cantón, para obtener un turismo sostenible y sustentable capaz de mostrar posibles soluciones a problemas futuros; debido a las dificultades que suelen presentarse en la generación de emprendimientos turísticos.



## **DESARROLLO**

### **JUSTIFICACIÓN**

La importancia de esta investigación se enfoca en la promoción y difusión de la gastronomía cultural del cantón para fortalecer la práctica de las tradiciones, que es necesario, no solo conservar sino preservar con el tiempo y que a su vez vaya adquiriendo la importancia que debe tener en el desarrollo turístico del cantón Babahoyo.

Los beneficiarios directos serían los visitantes y los dueños de los establecimientos de comidas típicas, debido que al ser conocedores de cada lugar los turistas pueden degustar de estas comidas identificando la riqueza del cantón Babahoyo y dándole la importancia que realmente tiene.

Este estudio es trascendente por cuanto la actividad gastronómica permitirá el desarrollo de alternativas socioeconómicas con involucramiento de comunidades, pueblos con identidad y costumbres locales.

Este proyecto es factible porque cuenta con el apoyo del GAD Municipal, MIESS, y aquellas personas que tienen sus pequeños negocios de comida típicas, además se destacan los organizadores de la feria gastronómica CUCHARA BRAVA.



## OBJETIVO

- Analizar la influencia gastronómica en los visitantes del Cantón Babahoyo



# SUSTENTOS TEÓRICOS

## GASTRONOMÍA TRADICIONAL

La gastronomía tradicional es la herencia de un pueblo, es un testimonio de mestizaje y sabores que identifican a una región y ofrecen el reconocimiento de un pasado en común; como testimonio, los platillos de una región muestran el medio en que fueron creados, los ingredientes que había en ese momento y con los cuales se creaba la comida de todos los días. (Tradicional, 2014)

Uno es lo que come, esta aseveración subraya el papel central que la comida desempeña en la vida social, política, religiosa y económica de una sociedad. La comida se incrusta en los aspectos más básicos de nuestro ser social. La comida es un elemento esencial de las interacciones sociales cotidianas, y ocupa un lugar principal en la mayor parte de los acontecimientos sociales. Si bien la afirmación de que “uno es lo que come” refleja la presencia generalizada de la comida en la cultura, resulta igualmente válida la aseveración opuesta: “uno come lo que es”. Los alimentos que se consumen en la vida cotidiana y se comen ceremonialmente, están prescritos por la cultura (el menú). La cultura define los elementos comestibles y los individuos hacen su elección dentro de este menú. Los grupos sociales, en el seno de la sociedad, utilizan la comida como marcador ético. En este sentido, la etnicidad es uno de los mejores elementos para predecir lo que comerá una persona. (Comida, 2013)

PAZOS, (2008) menciona que “La cocina ecuatoriana, en general, se mestizó, se convirtió en una mezcla de dos maneras de alimentarse. En ocasiones el modo indio se impuso, ciertas clases sociales preparan los alimentos a la manera europea, con un gusto que califica de gourmet. Los manjares, algunos que nuestros paladares europeos aceptan fácilmente. Otros nos parecen más extraños, pero ninguno nos parece repugnante”.





En la cocina ecuatoriana predomina “un régimen de tipo vegetariano”, expresado en el uso constante de harinas de cereales, de farináceas y de la papa. Las harinas empleadas son las de maíz, de cebada, de trigo y de plátano. La cocina de los indígenas se sustenta en la málchica y en el maíz. Este se prepara de diversas maneras, y se lo utiliza como elemento básico de su bebida favorita de la chicha. El botánico francés dice que la vida de los indígenas se desarrolla en torno al cultivo del maíz y de otros productos.

Los demás productos son muy variados. La lista es larga, e incluye los del mar y los de los pisos ecológicos andinos. En la clase de condimentos menciona el ají, el achiote – colorante que mezclado con grasa puede disgustar, las inflorescencias de la cobaya, encurtidas en vinagre, con sabor igual al de los peñillos, cebolla, ajo y culantro, “cuyo sabor, un poco fuerte sorprende frecuentemente a nuestros paladares”.

Se cocina con grasa de puerco o de buey. La mantequilla se extrae de la leche hervida, procedimiento que empobrece su sabor. Los quesos se preparan en las haciendas y son de leche cuajada, “ligeramente fermentados, prensados y secados en parte, con una conservación bastante buena”. Se les da la forma de tortas más o menos grandes y de un espesor de uno o dos dedos, que son los amasados. A los otros les dan forma de rollos, que se envuelven en hojas, que son los quesos de hoja.

Los quesos se consumen crudos o cocidos en pasteles de harina o en sopas. Sin embargo, estos quesos no se comparan con los franceses.

Las carnes que se consumen son de buey, puerco y borrego, asadas o en sopas. No se conoce la carne de ternera lechal, ni corderos lechales, y sólo en raras ocasiones se consiguen lechoncitos. Se comen gallinas, pavos y patos. Es difícil encontrar pollos de carne tierna, puesto que se los cría en libertad. Para comerlos se los cocina largamente.

No se come conejo. Se lo reemplaza con el cuy, que se lo encuentra en todo lugar,



asado y listo para comer. “Debo decir que (el cuy) bien preparado es un plato bastante delicado y que el ají de cuy no es en absolutamente despreciable.

Concluye esta parte con una nota sobre las chichas de jora y de morocho. Le agradó mucho la chicha de yuca mascada del Oriente. Menciona también el vinillo o chicha de uva. Por último, trata algunos manjares o bebidas particulares, después de aclarar que “dejo de lado todos los platos de origen extranjero (español, etc.) y que se han conservado iguales en la cocina ecuatoriana, a menos que hayan recibido una influencia local modificando su modo de preparación, su nombre o su uso”.

Las descripciones son el resultado de observaciones muy cuidadosas que revelan el gusto del autor y, sobre todo, una actitud abierta a nuevas experiencias. Recuérdese que su investigación se extiende a las regiones naturales del Ecuador, es decir Oriente, Sierra y Costa. (Pazos, 2008)

### **La gastronomía en Los Ríos**

La gastronomía de la Provincia de Los Ríos es diferente a las del resto de las Provincias, porque sus ingredientes principales son el pescado, verde, la yuca hojas de plátano o bijao, para poder armar un platillo extraordinario llamado ayampaco de pescado, entre otros platillos tenemos el muchin de yuca o de verde, bolón de verde, caldo de cabeza de bagre, estofado y sancocho de bocachico, en fin su comida es extensa, variada, llena de sabor y de muy buena sazón, digna de representar a esta maravillosa Provincia. Es que, entre bollos envueltos, tamales y ayampacos existen muchas variedades de acuerdo con las hojas, los rellenos, el método de cocción, etcétera. Así, los viejos llaman bollo al maduro envuelto en hoja de plátano y horneado. Se trata de plátano rallado, al que se le añade canela, esencia de vainilla, leche, pasas, mantequilla y queso fresco. Pero hay también un bollo de verde con pescado envuelto en hojas de bijao y cocinado al vapor. (Cuvi Sánchez, 2017, pág. 16) (Marlene, 2015)



Es diferente la Gastronomía en la Provincia de los Ríos, al resto de las regiones del país, por tener una variedad de alimentos agrícolas como uno de los principales es el verde y de la misma mata sacaremos lo que es la hoja de bijao, yuca y el pescado con estos pocos ingredientes se podrá elaborar el bollo de pescado o ayampaco, principalmente en lo que es el verde es utilizado para preparar gran variedad de platos típicos, como el sancocho de bocachico, bolón de verde, majado de verde, la cazuela, tortilla de verde, corviche, empanadas de verde y un sin número de platos tradicionales.

### **PREPARACIÓN HIGIÉNICA DE LOS ALIMENTOS.**

(Anton, 2015) El manipulador de los alimentos debe saber que de él depende que los alimentos se conserven en buen estado manteniéndolos limpios y desinfectados, usando la ropa adecuada para hacer su trabajo excelente, debe de usar un traje exclusivo, de preferencia blanco, gorra y zapatos adecuados, debe tener siempre la manos y uñas limpias sin ningún tipo de accesorio para evitar transmitir gérmenes a los alimentos. “Del manipulador depende, en cierto modo, la salud de sus comensales. Por ello, la manipulación de los alimentos ha de ser higiénica, pues por medio de ella pueden transmitirse gérmenes patógenos a los alimentos que maneja o prepara” (MANZANO, 2017)

La persona encargada de manipular los alimentos debería contar con una excelente higiene y su vestimenta como carta de presentación que transmita confianza y estimulación de la degustación, con calidad sanitaria para evitar alguna contaminación a los comensales.

### **Patrimonio cultural**

El patrimonio los comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados a través de sus tradiciones y creencias que se comparten por los valores culturales, históricos y la religiosa, los bienes culturales y naturales lo constituyen la



identidad cultural de una nación, a través del legado que es un fundamento del mañana que aspira a dejar un legado para las generaciones futuras (López, 2015).

El patrimonio cultural lo conforman los bienes culturales, que constituyen una parte especial e importante dentro una sociedad, por razones históricas, científicas, estéticas o simbólicas. Es el legado que otorga el pasado a las generaciones futuras, como testimonio de su existencia y su forma de vida (Méndez Villavicencio, 2015)

La particularidad el turismo cultural habla de los bienes tangible e intangible es la herencia de nuestros antepasados, de transmitir sus costumbres, tradiciones, valores culturales, religiosos, históricos, naturales, simbólicos, científicos y saberes ancestrales, así como los platos típicos de la región costa- sierra- oriente y región insular.

### **Afluencia de Visitantes**

La afluencia de visitantes es la llegada de personas en gran cantidad a un lugar determinado con la única intención de disfrutar, relajarse, distraerse y pasar un momento agradable en el lugar que visitan.

También se podría decir que afluencia de visitantes es el desplazamiento de personas de un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (Cevallos, 2016).

Se dividen a su vez en turistas y excursionistas.

Los tres criterios fundamentales que parecen suficientes para distinguir a los visitantes de otros viajeros son los siguientes:



- Debe haber un desplazamiento o viaje de la persona a un lugar distinto al de su entorno habitual, que excluirá los desplazamientos cotidianos o regulares entre el domicilio y el lugar donde trabaja o estudia.
- La estancia en el lugar visitado no debería ser superior a 12 meses consecutivos. Sobrepasado este límite el visitante adquiriría la condición de residente en dicho lugar (desde el punto de vista estadístico).
- El motivo principal de la visita debería ser distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, lo que excluye los movimientos migratorios de carácter laboral.

La afluencia de visitante es la asistencia de personas con un número considerable, los cuales deben de desplazarse a un lugar determinado fuera de su lugar habitual de residencia, el mismo que debe de tener una duración menor a doce meses, y no mayor a doce horas, asimismo debe tener como intención el disfrute de los atractivos turísticos seleccionados.” Jurado (2013, p, 24).

Se entiende como el proceso que tiene el turista para visitar un lugar, pues cuando un visitante pretende ir a un sitio debe analizar su oferta, y luego decidirse. En efecto el entorno donde se desenvuelve la afluencia turística: como la permanencia, el regreso de los turistas, hacia donde va, en, u fuera, de una determinada localidad o País.

Como afirma Toscano (2013) existen tres criterios principales para distinguir a los visitantes de los viajeros estos son los siguientes:



Debe haber un desplazamiento o viaje de la persona a un lugar distinto al de su entorno habitual, que excluirá los desplazamientos cotidianos o regulares entre el domicilio y el lugar donde trabaja o estudia. La estancia en el lugar visitado no debería ser superior a 12 meses consecutivos. El motivo principal de la visita debería ser distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, lo que excluye los movimientos migratorios de carácter laboral. (págs. 24-25)

### **Visitante**

Existen varias definiciones de visitantes pero se ha tomado en cuenta la de La Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre Viajes Internacionales y Turismo, que definió al visitante como “Cualquier persona que se traslada a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual por una duración inferior a tres meses, por cualquier razón distinta de la de ejercer una profesión remunerada en ese mismo país”. (Castro, 2015)

Visitante es todo individuo que se moviliza de un lugar a otro es considerado viajero. Entre la figura de "viajero" podemos distinguir al "visitante" de los "otros viajeros". Es visitante el que viaja a un lugar fuera de su entorno habitual y no responde a una actividad remunerada en el destino por residentes. Entre los visitantes podemos distinguir a los turistas y a los excursionistas, y la única característica que los diferencia es si pernoctan o no en el destino.



**Tabla N° 1 CLASIFICACIÓN DE LOS VISITANTES**

<b>CLASIFICACIÓN DE LOS VISITANTES</b>	
<b>Visitantes</b> Son los pasajeros que visitan el país por un periodo no superior de tres meses, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere. Los visitantes se clasifican en:	
<b>Turistas (visitantes que pernoctan)</b>	Un visitante que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
<b>Excursionistas (visitantes del día):</b>	Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. En esta clasificación no se consideran los viajeros en tránsito directo, que según nuestra legislación, jurídicamente, no entran al territorio nacional.
<b>Visitantes Temporales:</b> Son los pasajeros que se proponen permanecer en el país desde 91 días hasta menos de un año, independientemente del motivo de viaje.	
<b>Inmigrantes:</b> Son los extranjeros que llegan con intención de radicarse en el país. Abarca las siguientes subdivisiones:	
<b>Llegaron en condición de inmigrantes</b>	Son los extranjeros que declaran más de un año, como duración de su permanencia en el país. La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas considera a este grupo como inmigrantes a largo plazo.
<b>Obtuvieron la calidad de inmigrantes:</b>	Se refiere a los extranjeros visitantes y visitantes temporales que entran al país y que adquieren con posterioridad, conforme a la legislación pertinente, la calidad de inmigrantes por conducto de la Dirección Nacional de Migración y Naturalización del Ministerio de Gobierno y Justicia de la República de Panamá.
<b>Visitante Internacional:</b> Toda persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.	
<b>Residentes:</b> Toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado	

**Elaborado por:** Isania Montecé

**Fuente:** <http://www.contraloria.gob.pa/dec/Publicaciones/05-21/Conceptos.pdf>  
(Tipos de visitantes)



Para que los visitantes salgan de su lugar de origen debe haber una motivación muy fuerte que los obligue a realizar estos viajes a continuación se conceptualiza algunas tipos de turismo que los visitantes pueden realizar según las expectativas y necesidades que ellos tengan de visitar esos lugares que cada uno de ellos desee conocer:

## **TURISMO**

Existen múltiples definiciones de Turismo que incluso pueden ser recogidas desde la perspectiva de diferentes disciplinas. Pero para el mejor entendimiento sobre este tema para el presente trabajo se da definido al turismo de la siguiente manera:

Según la OMT, el turismo es el conjunto de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (OMT, 2017)

También se define turismo como cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción con los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa.





## **Marketing turístico**

Es un proceso de gestión responsable de identificar, anticiparse a las necesidades de los consumidores de forma satisfactoria, cuyo objetivo es conocer y entender al cliente, que el producto o servicio que le ofrezca se ajuste a sus necesidades. Por tanto, el marketing no es el arte de vender lo que produce sino el arte de saber qué producir o vender. El arte de identificar y entender las necesidades del cliente, el marketing parte de una necesidad un deseo de acuerdo con las características personales del consumidor (MORAN, 2018, pág. 9).

Se puede decir que abarca desde la promoción de localidades desde los organismos públicos como de todas las empresas que forman parte del sector turístico: hoteles, empresas de transportes, gastronomía, comercio, ocio, etc. Para complementar a la definición, el sector del turismo es aquel que comprende a los productos y servicios ofrecidos por empresas y/o organizaciones públicas y privadas. (Heredia & Lissette, 2014, pág. 9)

## **IMPORTANCIA DEL TURISMO**

Según RAMÍREZ C, “En el marco vivencial de la actividad humana el turismo va cada vez tomando su verdadera forma y dimensión, que hacen de él un fenómeno cada vez más apasionante e interesante por su dinámica propia, sus efectos proyectivos, sus resultados positivos y por la necesidad de disminuir y eliminar las situaciones negativas que conlleva el manejo de la actividad turística”. (Cuvi Sánchez, 2017)

## **TIPOS DE TURISMO**

Al ser una actividad ligada al ocio, es difícil relacionar todos los tipos de turismo



existentes. Estos son algunos de los más destacados:

- Turismo litoral o de sol y playa.
- Turismo de montaña.
- Turismo rural.
- Turismo artístico-cultural.
- Turismo ecológico o ecoturismo.
- Turismo de negocios.
- Turismo comercial.
- Turismo religioso.
- Turismo de balneario o de salud.

Muy a menudo los desplazamientos turísticos incluyen varios tipos de turismo. Una visita a la playa se complementa con el disfrute de un museo, una catedral o unas marismas protegidas en la costa, etc. (Cueva, 2017)



**Tabla N° 2 TIPOS DE TURISMO**

<b>TIPOS DE TURISMO</b>		
<b>TIPO</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>SUB-TIPO</b>
<b>Turismo de masas</b>	Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.	
<b>Turismo individual</b>	Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.	
<b>Turismo cultural</b>	Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional	<p>Urbano: desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.</p> <p>Monumental: vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.</p> <p>Arqueológico: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.</p> <p>De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.</p> <p>Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.</p> <p>Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.</p> <p>Científico: es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.</p> <p>Gastronómico: vinculado a la comida tradicional de un sitio.</p> <p>Místico: Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos</p>
<b>Turismo natural</b>		<b>Parques temáticos:</b> basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante



		<p><b>Ecoturismo:</b> basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.</p> <p><b>Rural:</b> el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.</p> <p><b>Agroturismo:</b> su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.</p> <p><b>Agro ecoturismo:</b> es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.</p> <p><b>Ornitológico:</b> es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.</p>
<b>Turismo activo</b>	Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan	<p><b>Ictioturismo:</b> es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.</p> <p><b>Deportivo:</b> la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.</p> <p><b>Aventura:</b> aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel).</p> <p><b>Religioso:</b> una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia son Jerusalén, La Meca, Roma y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).</p> <p><b>Espiritual:</b> su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, cursos de filosofía oriental, etc.).</p> <p><b>Termal o de salud:</b> está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza).</p>
<b>Turismo de negocios</b>	Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.	<b>Negocios:</b> utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciales y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector.

		<p>Reuniones y Congresos: muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen por qué ser de la misma empresa.</p> <p>Convenciones: suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.</p> <p>Incentivo: vinculado a viajes de negocios. Mientras que éste último es de trabajo, el incentivo es de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados. Se les incentiva con un viaje que puede ser individual o de grupo.</p> <p>Fam Trips: Los Viajes de familiarización (Fam Trips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.</p>
<b>Turismo científico</b>		<p>El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas.</p> <p>En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar in situ alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.</p>

**Elaborado por:** Isania Montecé

**Fuente:** WIKIPEDIA, Enciclopedia libre (Tipos de Turismo)



## **TURISMO GASTRONÓMICO**

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura, no sólo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets. Más bien, está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como visita de mercados tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de conocidos, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias.

No es únicamente para aquellas personas que aman comer, o que trabajan en el rubo (como pueden ser los cocineros o gourmets). De hecho, está dirigido sobre todo para aquellas personas dispuestas a vivir una aventura culinaria, probar cosas nuevas, explorar sabores, es perfecto para este tipo de viajes. (Martinez, 2015)

La feria gastronómica cuchara brava es un evento que se inició en el año 2015 donde el objetivo de esta era hacer conocer a los visitantes la gastronomía local, con una apertura de 15 stand, pero con el pasar de los años este pequeño evento se dio en aumento donde se registró que la afluencia de visitantes aumento en consideraciones altas.

### **La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada – Portugal**

El turismo gastronómico está adquiriendo cada vez mayor importancia en Portugal al igual que en muchos países del mundo. Sin embargo, a diferencia de otros destinos el



fenómeno no está muy estudiado en Portugal y, en la mayoría de casos, se lo analiza sólo como un elemento asociado al negocio del hotelería y la restauración.

Este trabajo pretende mostrar la importancia de la gastronomía como atracción principal mediante el estudio de caso de la ciudad de Mealhada donde la culinaria es sin duda la razón que motiva el desplazamiento de personas y es la base de la economía local. (Oliveira, 2007)

La gastronomía en el presente está ayudando a potenciar más el turismo a nivel mundial, es considerado como un elemento fundamental, que está unido con el hotelería y los tipos de restaurantes mediante este trabajo se da a conocer el valor de la importancia de la gastronomía como una atracción principal.



## TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Esta investigación se realizó con los métodos deductivo, inductivo y explicativo

**Método inductivo:** se utilizó para la técnica de observación del problema como es la limitada afluencia de visitantes, y así poder llegar a una conclusión de plantear situaciones para dar posibles soluciones.

**Método deductivo:** se realizó un razonamiento lógico para luego tener una comprobación racional, utilizando un enfoque de análisis estadístico y así recopilar la información mediante encuestas dirigidas a los miembros del GAD y a los dueños de locales gastronómicos de la ciudad.

**Método explicativo:** con este método se determinó la causa del problema, del cual su objetivo principal es analizar la gastronomía típica y la afluencia de visitantes del Cantón Babahoyo.

Para realizar el presente estudio, se utilizaron técnicas que permitieron obtener datos confiables, a partir de la instrumentación de la investigación descriptiva, la cual facilitó la descripción del lugar objeto de estudio para analizar la información recopilada de los resultados obtenidos.

Para ello, se han tenido las siguientes consideraciones metodológicas:

Técnica: encuesta personal directa a turistas.

Instrumento: preguntas - cuestionarios estructurados y estandarizados con preguntas cerradas.





Universo: conformado por los clientes locales, comprendidos entre menos de 20 años y más de 60 años, que realizaron algún tipo de actividad gastronómica en puntos de ventas de comida típica, restaurantes, patio de comida y parador turístico respectivamente.



## RESULTADOS OBTENIDOS

Se usaron técnicas de investigación como las encuestas y entrevistas, para así obtener la información de la gastronomía típica y la afluencia de visitantes en el Cantón Babahoyo, además se realizó las entrevistas a la ciudadanía fluminense que ofertan sus servicios en los diferentes restaurantes, patios de comidas, mercados adquiriendo como resultados las entrevistas realizadas mediante siete preguntas que manipularon en el desarrollo de esta investigación.

Para la presente investigación se realizaron siete entrevistas detalladas de la siguiente manera:

a) Se entrevistó a Lcda. Jaccely Bustamante Primer Concejal del Cantón Babahoyo el 22 de agosto a las 10:00 am con el fin de saber cuáles son los proyectos que se desea ejecutar para promover la gastronomía.

b) El Ing. Fabricio Orrala Gerente del GAD Municipal del Cantón Babahoyo que se entrevistó el 22 de agosto a las 12:00 para saber su opinión de la afluencia turística en el Cantón por parte de la gastronomía local.

c) El Director de Gestión Estratégica del GAD Municipal Sr. Ángel Franco se lo entrevistó el 23 de agosto a las 14:00 para conocer qué proyectos se pueden realizar para aumentar la afluencia de visitantes e impulsar la gastronomía local.



## SITUACIONES DETECTADAS

En este proyecto de investigación se observó diferentes situaciones problemáticas, la escasa afluencia de visitantes y el desaprovechamiento del turismo gastronómico en la ciudadanía Babahoyense, se estableció por la limitada información turística y la inexistencia de un inventario gastronómico debidamente evaluado.

Se puede considerar que la ciudadanía no tiene conocimiento de las actividades Gastronómicas por la escasa publicidad, es por ello que existe una baja afluencia de visitantes que genera el limitado desarrollo gastronómico.

Las causa de la perdida de las costumbres y tradiciones. Los platos típicos con sus alimentos autóctonos es otra problemática en la capital Fluminense, existen varios tipos de restaurantes exponiendo platos típicos de otras partes del país por lo cual se va perdiendo la afluencia de los visitantes, esto sucede porque el Ecuador tiene una alimentación cultural, el Cantón Babahoyo no se queda atrás, por cuanto la gastronomía está cambiando y se está enfocando en las comidas de otros países, como por ejemplo: Comida China, Mexicana, Venezolana, Americana.

Mediante el método de encuesta a los ciudadanos Babahoyenses que brindan el servicio gastronómico se observó que existe escasa publicidad para conocer de manera exacta en qué lugar se venden las comidas típicas del Cantón.

Los turistas al no encontrar comidas típicas se ven obligados a visitar otros lugares para conocer y degustar su gastronomía, siendo un riesgo para la cultura y tradiciones de la ciudad de Babahoyo, por cuanto al ver poco interés en la gastronomía local existe una escasa afluencia de visitantes, que a medida que pasa el tiempo todos los platos representativos desaparecerían o serían modificados, perdiendo todo su potencial y sabor original.



La limitada creatividad de los residentes del Cantón no contribuye en el arte culinario, pues la mayoría de los locales de comida ofertan el mismo tipo de alimentación, secos de pollo, carne de res, pato, arroz con menestra y carne asada, pollo o chuleta.

La manipulación e higiene de los alimentos es una característica esencial para preparar los alimentos, pero lamentablemente en los pocos sitios que ofertan las comidas tradicionales de la ciudad de Babahoyo, existe incumplimiento de este requisito indispensable, esto se debe por los escasos conocimientos sobre la importancia de llevar un control de higiene estricto a la hora de preparar algún tipo de comida.

La contaminación que existe en el río de Babahoyo, también es una de las principales razones por la cual su gastronomía denota dificultades a la hora de la preparación de sus comidas representativas, por cuanto los principales ingredientes provienen de las aguas de río Babahoyo (guanchiche, vieja azul, chalaco, barbudo y camarones de agua dulce), esto hace que cada día aumente la escases de cada uno de ellos, por lo cual las personas que se dedican a la preparación de diferentes comidas, se ven obligados a realizarlos con otros tipos de peces como: pescado de agua salada.

La feria gastronómica cuchara promueve la afluencia de visitantes, sin embargo, este es un evento que se realiza una vez por año, cabe recalcar que, aunque es un proyecto que tiene grandes beneficios las autoridades no realizan eventos similares de manera constante.



## SITUACIONES PLANTEADAS

Las soluciones planteadas hacia la problemática que presente el proyecto de investigación son:

### **ORGANIZAR EVENTOS GASTRONOMICOS.**

- Ferias Gastronómicas
- Elección Del Plato Típico
- Mejor Sazón Fluminense
- Miss Gastronomía
- Incrementar ferias para brindar información sobre los platos típicos de la ciudad de Babahoyo.
- Desarrollar proyectos de emprendimientos gastronómicos por parte de las autoridades correspondientes.
- Ampliar información para que la ciudadanía conozca sobre la gastronomía local e incrementar la afluencia de visitante de otros lugares y degusten el sabor criollo de nuestra capital fluminense.
- Campañas de concientización ecológicas en la utilización de envases biodegradables para reducir la contaminación ambiental.
- Fomentar la utilización de condimentos naturales que vayan en beneficio de la salud de los visitantes.



- Resaltar los atuendos típicos y que estos sean utilizados por los propietarios de los establecimientos para el atractivo turístico.



## CONCLUSIONES

Procesados los datos obtenidos en la encuesta y realizado el análisis e interpretación de las interrogantes se concluye que:

- Se observó que la gastronomía es el eje principal para el desarrollo de la actividad turística en el Cantón Babahoyo, convirtiéndose en uno de los recursos generados de más importancia del Cantón, es un mercado que produce afluencia de turistas y también produce trabajo para las personas que son bajos recursos económicos.
- La feria CUCHARA BRAVA es uno de los eventos que más ha potenciado la gastronomía local en los últimos años, es por ello que se debe incentivar más este evento pues cuenta con una organización adecuada dando como resultado el incremento de visitantes
- Los propietarios de los establecimientos de venta de comida típica del Cantón coinciden en que es sumamente necesario contar con materiales publicitarios que incentive al turista a conocer y degustar ofertas gastronómicas del sector.
- La entrevista realizada a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad de Babahoyo comentó que actualmente la institución cuenta con un Departamento de Turismo, siendo profesionales de distintas áreas, de modo que hay desinterés en los proyectos de emprendimientos gastronómicos que necesitan ser ejecutados para el mejoramiento Turístico de la ciudad y a la vez generar mayor afluencia de visitantes.
- El Cantón Babahoyo es poseedor de una gastronomía variada y muy deliciosa, lo cual



no es aprovechada por sus residentes y autoridades locales, para mejorar la gastronomía, mediante la implementación de establecimientos que solo se dediquen a la elaboración de comidas criollas, bebidas y postres típicos del Cantón, es muy escaso poder encontrar un bollo de pescado de agua dulce, la bebida tradicional chicha de chontilla, e incluso sus postres como la torta de maduro, fruta de pan, camote y chucula, dulces que son deliciosos pero que lamentablemente no se los comercializan en la Ciudad.

- Los recursos naturales existentes son una de las partes más importantes para el buen desarrollo de las actividades turísticas del Cantón, es necesario preservar y cuidar las riquezas naturales, sin embargo, por causa de la contaminación existente en el río Babahoyo ha dado paso a que se produzca la escases de peces de agua dulce, siendo un ingrediente primordial en la cocina local.

Este trabajo se presenta con el interés de que la gastronomía Babahoyense se incremente, para lo cual se realizan las siguientes recomendaciones:

- Las autoridades correspondientes de la ciudad de Babahoyo deberían impulsar y promover la gastronomía típica aumentando el turismo lo que ayudará a generar plazas de trabajo y fomentar las situaciones socios-económicas y mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- Se podría sugerir a las autoridades organizadoras del evento “Chuchara Brava” hacer dos veces por años la feria Gastronómica para dar a conocer a los turistas sobre los platos típicos de la Ciudad de Babahoyo. Así poder potenciar un gran número de visitantes y dar a conocer la gastronomía del Cantón





- Se recomienda también incentivar a los encargados de la cámara de turismo para que faciliten seminarios de emprendimientos turísticos del origen de la Ciudad, sus tradiciones de los platos típicos a los ciudadanos fluminense.
- Se debe elaborar un medio publicitario de bajo costo y de alto impacto, para la difusión de la gastronomía tradicional del sector e impulsar de esta manera el potencial gastronómico existente.



## BIBLIOGRAFÍA

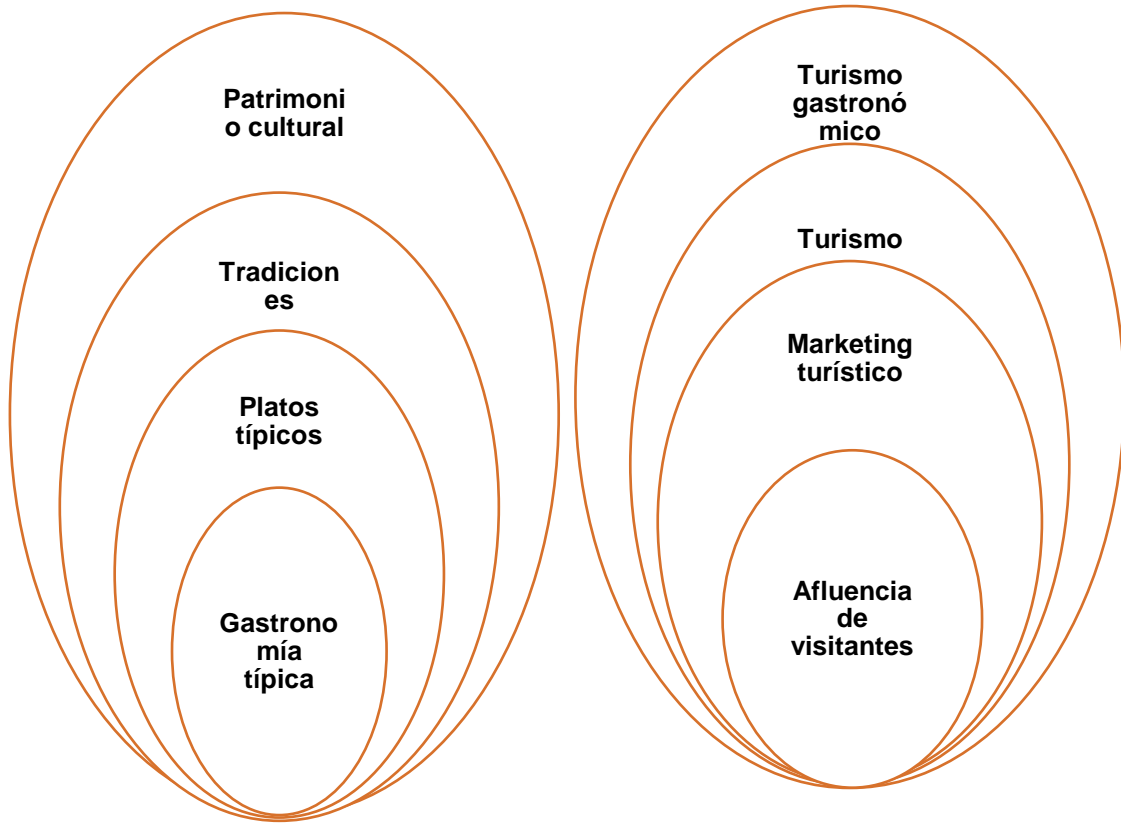
- Anton. (2015). *Preparacion de los Alimentos*.
- Comida, C. y. (2013). Universidad Nacional Autónoma de México. tercera edicion.
- Cueva, C. (2017). *Tipos de Turismo*. Obtenido de <http://recursostic.educacion.es>.
- Cuvi Sánchez. (2017). *Gastronomia de Los Rìos*.
- Heredia & Lissette. (2014). *Marketing Turistico*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/5178/1/E-UTB-FCSE-HTURIS-000040.pdf>
- Llerena Villegas, P. R. (23 de Abril de 2012). <http://repositorio.uta.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec>: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1662>
- López, C. (2015). <http://www.dspace.uce.edu.ec>. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec>: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6540>
- MANZANO, G. T. (2017). <http://dspace.utb.edu.ec>. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec>: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/1878/1/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000003.pdf>
- Marlene, B. A. (2015). *Estudio y Difusión de la Gastronomía Montubia del sector de la Ribera del Río Daule provincia del Guayas*. Guayaquil: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Martinez, A. (2015). *Qué es turismo gastronómico*. Obtenido de <http://www.nuestrorumbo.com>
- MARTINEZ, A. (2016). *Geografía Económica del Ecuador. El turismo*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwj1isq8xKDkAhWF1lKHei1B28QFjABegQIARAC&url=http%3A%2F%2Frepositorio.espam.edu.ec%2Fbitstream%2F42000%2F123%2F1%2FTESIS%2520HENRY%2520ZAMBRANO%2520LISTA%2520PARA%2520EMPASTAR.pdf>
- Marzo, J. R.-B.-S. (2008). Turismo y Patrimonio Cultural. *Actitud hacia la Gastronomia local de los Turista : dimensiones y segmentacion de mercados* , 6.
- Méndez Villavicencio, D. M. (2015). <http://dspace.ucuenca.edu.ec>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec>: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/22267>
- MORAN, A. M. (2018). *LA VESTIMENTA TRADICIONAL MONTUBIA EN EL TURISMO CULTURAL DE LA PARROQUIA PIMOCHA*. Babahoyo: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.
- Oliveira, S. (3 de Julio de 2007). <http://www.redalyc.org>. Obtenido de <http://www.redalyc.org>: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180713893001.pdf>
- Pazos, J. (2008). *el sabor de la memoria*. primera edicion.
- Tradicional, C. (2014). Obtenido de <http://suenamexico.com>



# ANEXOS



**Anexos 1**  
**Grafico N° 1 CATEGORÍA DE ANÁLISIS**



**Grafico N° 2 MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN**

<b>Problema</b>	<b>Causas</b>	<b>Posible Soluciones</b>	<b>Responsable</b>
<p style="text-align: center;"><b>TURISMO GASTRONÓMICO Y LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN EL CANTÓN BABAHOYO</b></p>	Desinterés en realizar proyectos turísticos gastronómicos en la ciudad de Babahoyo.	Recopilar información sobre la gastronomía en la ciudad de Babahoyo.	Departamento de turismo
	Desconocimiento de los beneficios Gastronómico.	Incrementar turismo gastronómico.	Gobierno Autónomo Descentralizado Babahoyo
	Bajo nivel educativo en la ciudad de Babahoyo en el área gastronómica	Capacitar a la ciudadanía a través de las redes sociales en proyectos de emprendimientos en el área gastronómica.	Gobierno Autónomo Descentralizado Babahoyo
	Limitadas páginas web adecuadas para brindar información sobre la gastronomía	Promocionar a través de fotos, tutoriales y videos sobre la gastronomía típica y el gran valor nutricional que poseen los alimentos.	Ciudadanía

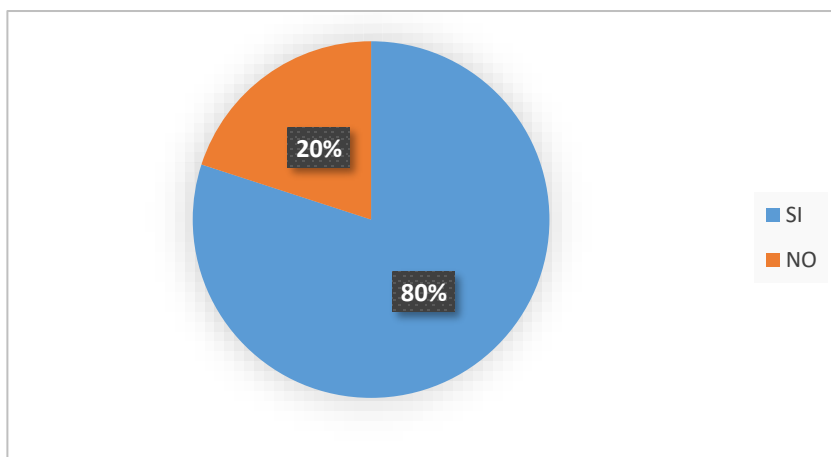


## Anexos 2

### 1. ¿Conoce usted acerca de la gastronomía del Cantón de Babahoyo?

**TABLA 1: CONOCIMIENTO GASTRONOMICO**

Factores	Secuencia	Porcentajes
SI	80	80%
NO	20	20%



**Fuente: ISANIA MONTECE**

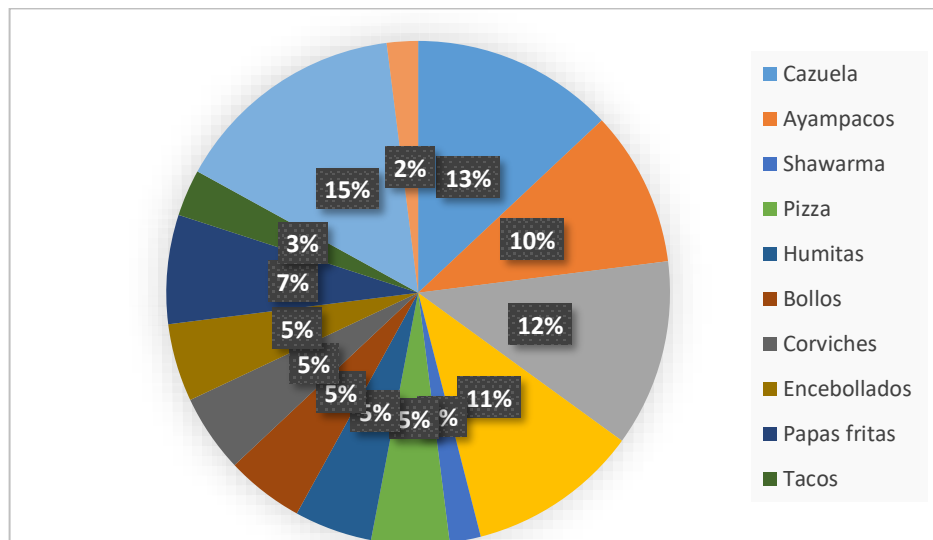
**ANÁLISIS.** - Al preguntar si conocen la gastronomía del Cantón Babahoyo el 88% de los encuestadores responden afirmativamente y el 20% fue negativo.



2. ¿Cuál es el plato de comida típica de su preferencia?

**TABLA 2: PLATOS DE COMIDA**

Factores	Secuencia	Porcentajes
Cazuela	13	13%
Ayampacos	10	10%
Patacón con pescado frito	12	12%
Hamburguesas	11	11%
Shawarma	2	2%
Pizza	5	5%
Humitas	5	5%
Bollos	5	5%
Corviche	5	5%
Encebollados	5	5%
Papas fritas	7	7%
Tacos	3	3%
Bolones	15	15%
Otros	2	2%



**Fuente: ISANIA MONTECE**

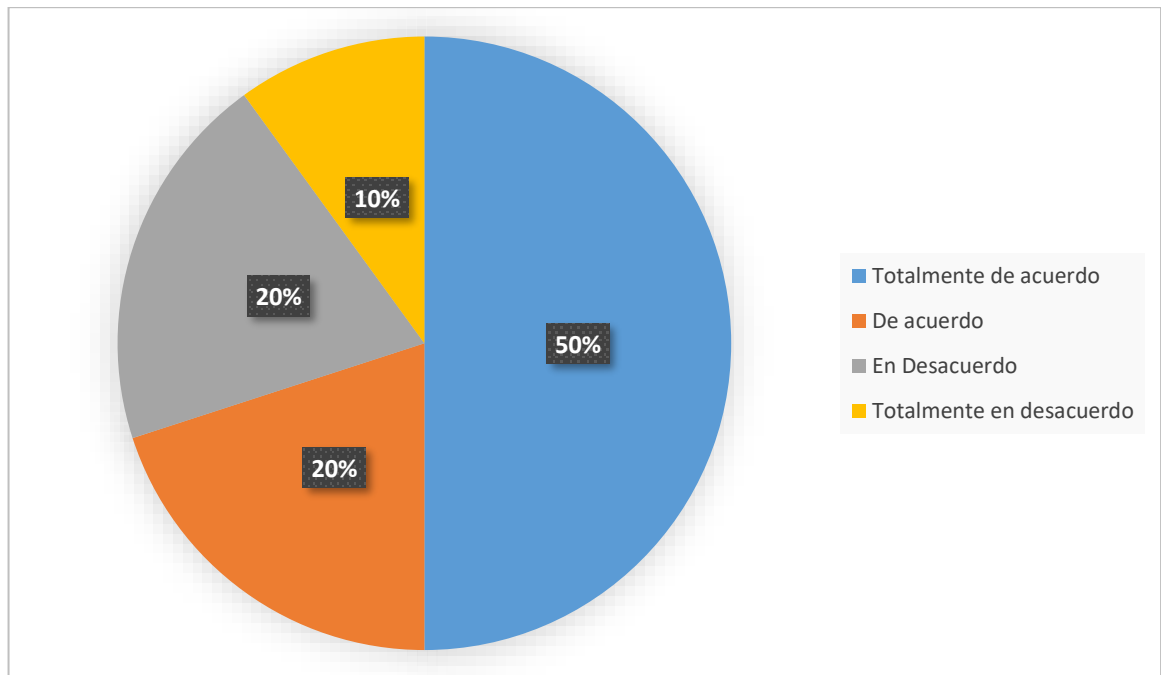
**ANÁLISIS.** - Al preguntar cuál es el plato de comida típica de su preferencia obtuvimos diferentes números de respuestas entre las cuales las indicaron, bolones 15%, cazuela 13%, ayampacos 10%, hamburguesas 11%.



3. **¿Cree usted que la gastronomía aportaría al turismo cultural del Cantón Babahoyo?**

**TABLA 3: APORTACIÓN GASTRONÓMICA**

<b>Factores</b>	<b>Secuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente de acuerdo	50	50%
De acuerdo	20	2%
En Desacuerdo	20	20%
Totalmente en desacuerdo	10	10%



**Fuente: ISANIA MONTECE**

**ANÁLISIS. -:** Al preguntar si la gastronomía aporta al turismo del Cantón Babahoyo el 50% de la población encuestada contestaron que están de acuerdo, mientras que 10% contestaron que no están de acuerdo y que otros factores son los que aportan el turismo.

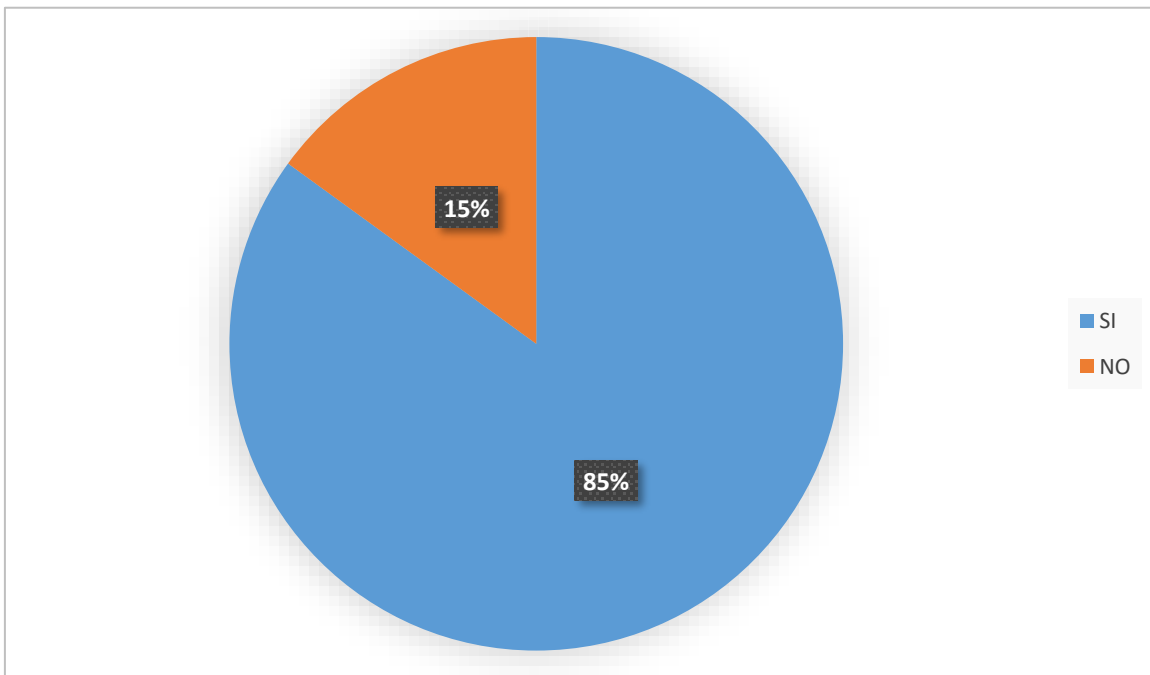




4. ¿Cree usted que a través de la gastronomía se identifica la cultura del Cantón?

**TABLA 4: GASTRONOMÍA CULTURAL**

<b>Factores</b>	<b>Secuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	85	85%
No	15	15%



**Fuente: ISANIA MONTECE**

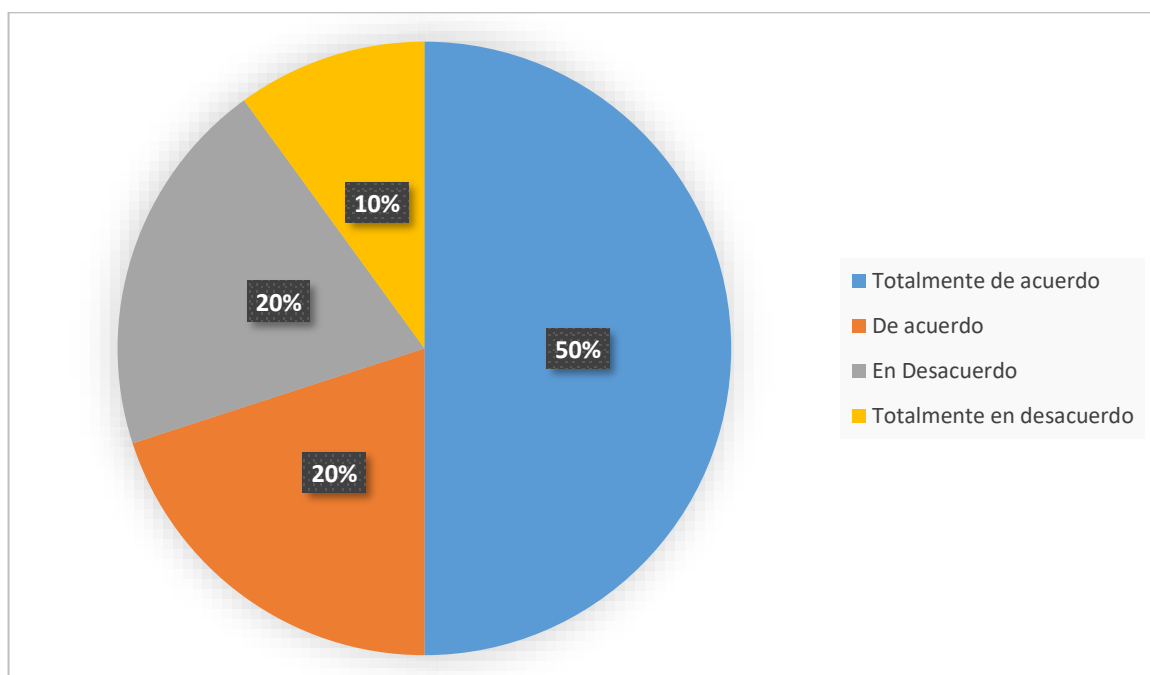
**ANÁLISIS. -:** Al preguntar si la gastronomía identifica la cultura del Cantón el 85% de la población encuestada indico que sí, mientras que el 15% dijo que no.



5. ¿De acuerdo a su criterio considera que el turismo gastronómico mejoraría el ingreso económico de los dueños de espacios gastronómicos?

**TABLA 5: PRODUCTOS AGRÍCOLAS**

<b>Factores</b>	<b>Secuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente de acuerdo	50	50%
De acuerdo	20	2%
En Desacuerdo	20	20%
Totalmente en desacuerdo	10	10%



**Fuente: ISANIA MONTECE**

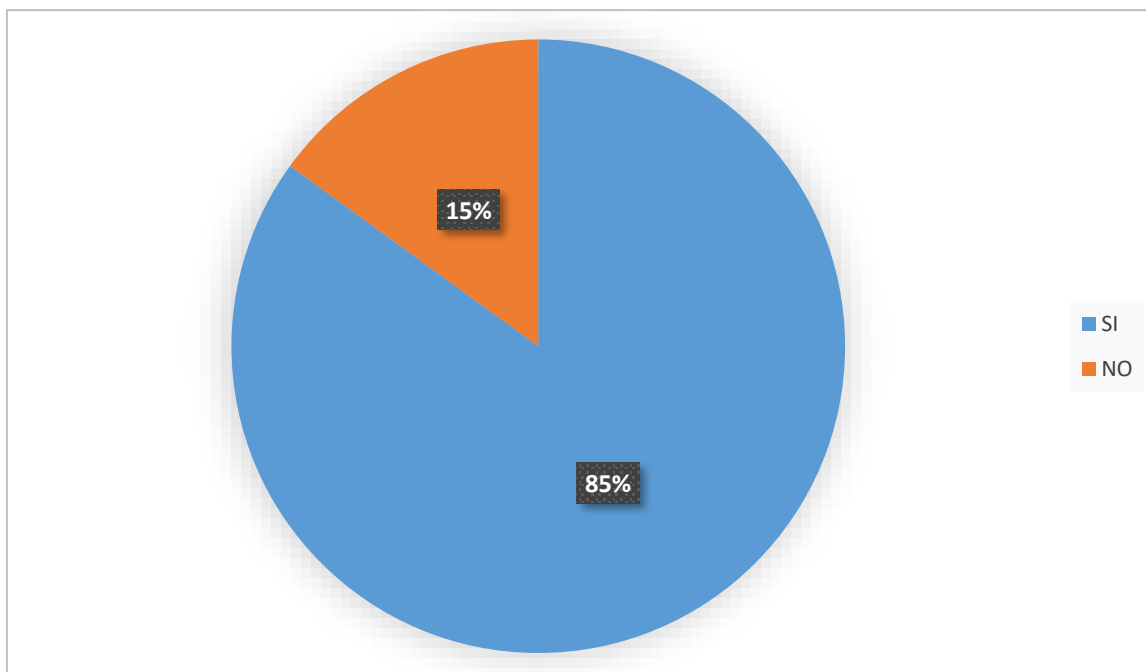
**ANÁLISIS.** -: Al preguntar si el turismo gastronómico mejoraría el ingreso económico de los dueños de establecimientos de comidas típicas el 50% están totalmente de acuerdo, y el 10% indicaron que no están de acuerdo.



6. ¿Considera usted que el turismo gastronómico genera desarrollo local?

**TABLA 6 DESARROLLO LOCAL**

7.	Factores	Secuencia	Porcentajes
	Si	85	85%
	No	15	15%



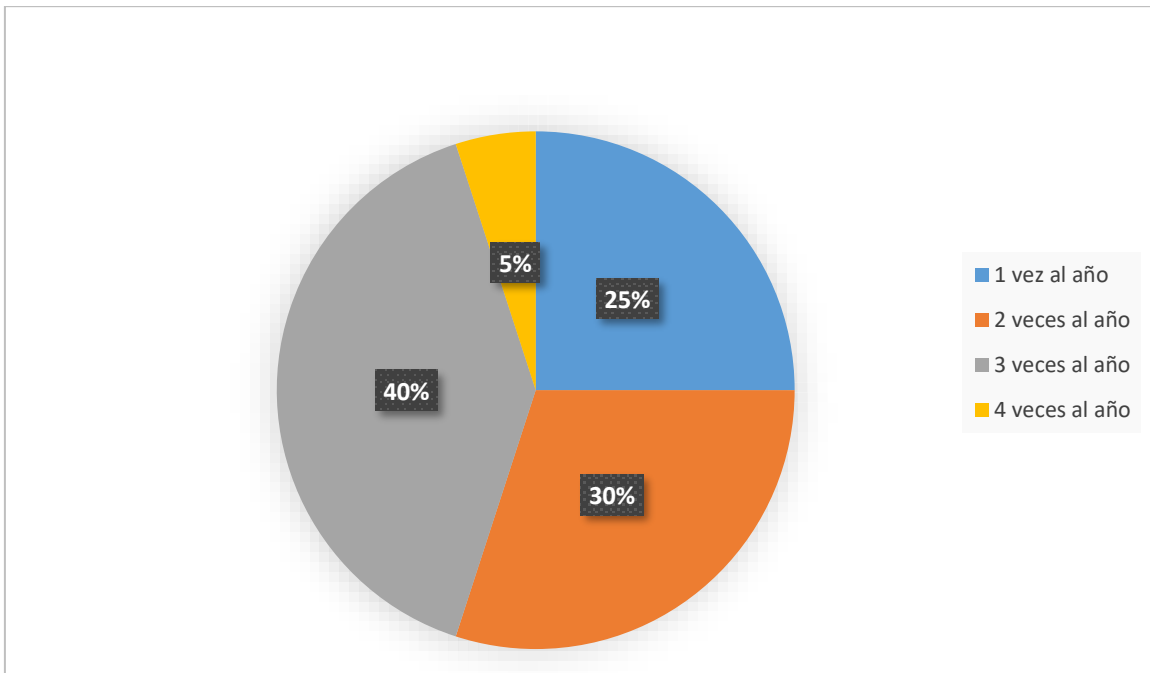
**Fuente: ISANIA MONTECE**

**ANÁLISIS. -:** Al preguntar si el turismo gastronómico genera desarrollo local el 85% contestaron que sí y el 15% contestaron que no.



8. ¿Cree usted que la feria gastronómica de Cuchara Brava se debe realizar varias veces al año y cuantas?

1. Factores	Secuencia	Porcentajes
1	25	25%
2	30	30%
3	40	40%
4	5	5%

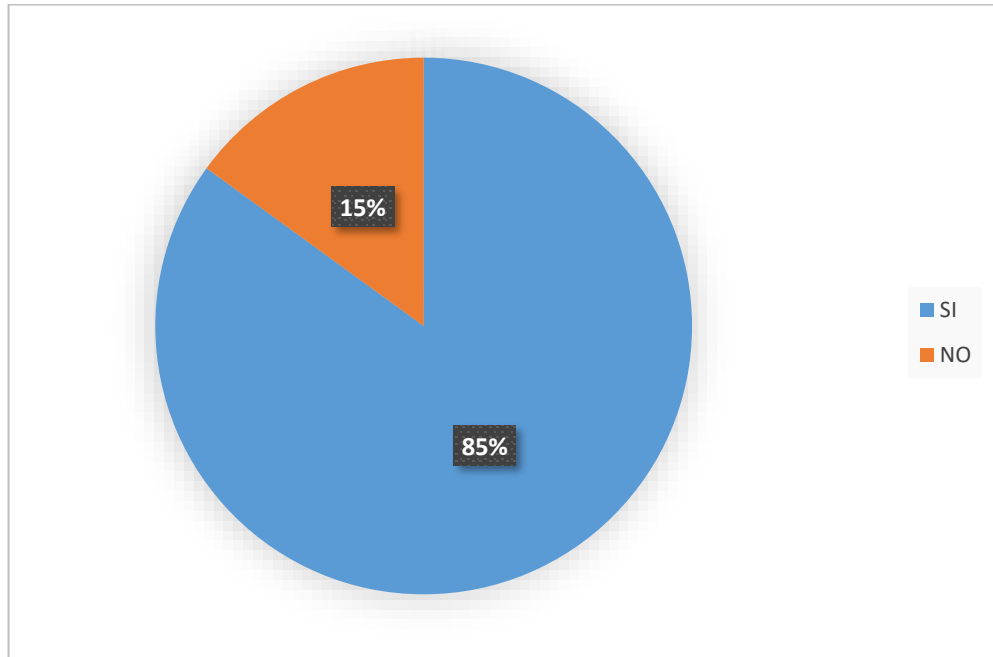


**ANÁLISIS:** las entrevistas realizadas acerca de cuántas veces al año se debería realizar la feria gastronómica Cuchara Brava el 40% contestaron que se realice al menos 3 veces al año y el 25% indicó que se realice 1 vez al año.



9. ¿Cree usted que la contaminación en el Río Babahoyo afecta la gastronomía local?

2. Factores	Secuencia	Porcentajes
SI	85	85%
NO	15	15%



**ANÁLISIS:** el 85% de la población entrevistada acerca que si la contaminación en el Río Babahoyo afecta la gastronomía local contestaron que sí, mientras que el 15% contestó que no afecta en nada la contaminación del Río Babahoyo pues se puede consumir pescado de otro lugar.



Entrevista a los dueños de locales gastronómicos más populares de la ciudad.













