MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL TURISMO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RÍOS

UTEQ
VERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE
QUEVEDO
2022

ANGIE LIZETH SALTOS PACHECO
KAREN LISBETH BETANCOURT LUDEÑA

MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL TURISMO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RÍOS

Publicado por: Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
Dir. Av. Quito km 1½ vía a Santo Domingo de los Tsáchilas, Quevedo, Ecuador. www.uteq.edu.ec.

Derechos reservados: © Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador 2022. Dirección de Investigación Ciencia y Tecnología (DICYT). Se autoriza la reproducción de esta publicación con fines educativos y otros que no sean comerciales sin permiso escrito previo detentar el derecho de autor, mencionando la cita.

Cita del libro: Saltos A. y Betancourt K. 2022. Marketing digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe, provincia de Los Ríos. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. 107 pp.

Revisión de Pares Externos:
Aura Julissa Arcentales Montalvo
Magister en Formulación Evaluación y
Gestión de Proyectos Sociales y Productivos.
Universidad Técnica "Luis Vargas Torres" de Esmeraldas.

Gabriela Izurieta Romero
Magister en Turismo Mención en gestión del Turismo.
Consultora Independiente.

Diseño y Diagramación: Ing. J. Bladimir Mora Macías
Diseñador Gráfico y Multimedia.

Primera Edición: Quevedo, Diciembre del 2022.

ISBN: 978-9978-371-57-2

PRESENTACIÓN

El Comité Editorial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ) es la unidad encargada de promover, gestionar y administrar el conocimiento resultante de las actividades de investigación científica, la docencia y la vinculación de docentes y estudiantes. Dentro del procedimiento para el reconocimiento al profesorado y estudiantado de la UTEQ se contempla la publicación como libros de Tesis de grado y posgrado que se distingan por su innovación, metodología, rigor técnico o impacto social.

El Proyecto de Investigación en opción al grado de Licenciatura en Ecoturismo de Angie Lizeth Saltos Pacheco, obtenido en la "Universidad Técnica Estatal de Quevedo", atiende a la normativa existente para ser publicado como libro y por ello el Comité Editorial de la UTEQ aprueba la visibilidad y acceso a la comunidad académica, científica y sociedad en general.

MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL TURISMO GASTRONÓMICO EN EL CANTÓN BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RÍOS

AUTORAS:

Angie Lizeth Saltos Pacheco
Karen Lisbeth Betancourt Ludeña

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se lleva a cabo en el cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos con el fin de aplicar las mejores estrategias de marketing digital para impulsar el turismo gastronómico, para así dar a conocer la cultura gastronómica que posee el cantón y llegar a más lugares del Ecuador. Como objetivo general para la realización de la siguiente investigación se planteó elaborar estrategias de marketing digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe. A partir del objetivo general se estableció tres objetivos específicos, por medio de los métodos como el descriptivo fue posible la realización del primer objetivo para conocer la situación actual del turismo gastronómico en el lugar, o el método inductivo que ayudó en la realización de las estrategias del resultado del objetivo 3, como la elaboración de una guía gastronómica la cual contiene la ubicación de los establecimientos, información del establecimiento, además de un recetario de algunos platos que ofrece el cantón; además de la promoción de la guía gastronómica en las redes sociales como es Facebook e Instagram, ayudarán a difundir la información de manera que llegará a otros lugares. Como conclusión, el cantón Buena Fe posee un potencial para la realización del turismo gastronómico, pero la poca gestión y falta de estrategias hacen que este sector tenga dificultad en darse a conocer, por ese motivo la aplicación de estrategias como la creación de una guía gastronómica o la difusión en redes sociales son importantes para llegar a personas interesadas en este sector.

ABSTRACT

The present research is carried out in the canton of Buena Fe, Province of Los Ríos in order to apply the best digital marketing strategies to promote gastronomic tourism, to publicize the gastronomic culture of the canton and reach more places in Ecuador. As a general objective for the elaboration of the following research was proposed to develop digital marketing strategies to promote gastronomic tourism in the canton Buena Fe was proposed. Based on the general objective three specific objectives were established, through methods such as the descriptive one, it was possible to carry out the first objective to know the current situation of gastronomic tourism in the place, or the inductive method that helped in the realization of the strategies of the result of objective 3, such as the elaboration of a gastronomic guide which contains the location of the establishments, information about the establishment, as well as a recipe book of some dishes offered by the canton; such as the preparation of a gastronomic guide which contains the location of establishments, information of the establishment, in addition to a cookbook with some of the dishes offered by the canton; another strategy was the promotion of the gastronomic guide on social networks such as Facebook and Instagram, will help spread the information so that it will reach other places. As a conclusion, the Buena Fe canton has a potential for the realization of gastronomic tourism, but the little management and lack of strategies make this sector have difficulty in making itself known, for that reason the application of strategies such as the creation of a gastronomic guide or dissemination on social networks are important to reach people interested in this sector.

TABLA CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....vi
ABSTRACT.....vii
INTRODUCCIÓN.....1
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....3
1.1. Problema de investigación.....4
1.1.1. Planteamiento del problema.....4
1.1.1.1.Diagnóstico.....4
1.1.1.2.Pronóstico.....4
1.1.2. Formulación del problema.....5
1.1.3. Sistematización del problema.....5
1.2. Objetivos.....6
1.2.1. Objetivo general.....6
1.2.2. Objetivo Específicos.....6
1.3. Justificación.....7

CAPÍTULO II.
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....8
2.1. Marco conceptual.....9
2.1.1. Turismo.....9
2.1.2. Turistas.....9
2.1.3. Potencial turístico.....9
2.1.4. Gastronomía.....9
2.1.5. Turismo gastronómico.....11
2.1.6. Turismo gastronómico en ecuador.....11
2.1.7. Producto gastronómico y turístico.....11
2.1.8. Cadena de valor del turismo gastronómico.....12
2.1.9. Marketing.....12
2.1.10. Marketing digital.....12
2.1.11. Estrategias de marketing digital.....14
2.1.12. Marketing digital en ecuador.....18
2.2. Marco referencial.....19
2.3. Marco legal.....21
2.3.1. Reglamento turístico de alimentos y bebidas.....21
2.3.2. Protocolo que deben cumplir los establecimientos de alimentación colectiva y para quienes preparen y entreguen alimentos.....24

CAPÍTULO III.
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN....29
3.1. Localización....30
3.2. Tipo de investigación....31
3.3. Métodos de investigación....31
3.3.1. Método bibliográfico....31
3.3.2. Método descriptivo....31
3.3.3. Método inductivo....31
3.3.4. Método analítico....31
3.3.5. Método estadístico....32
3.4. Fuentes de recopilación de información....32
3.4.1. Fuentes primarias....32
3.4.2. Fuentes secundarias....32
3.5. Diseño de la investigación....32
3.5.1. Población....32
3.5.2. Muestra....32
3.6. Instrumentos de investigación....33
3.7. Tratamiento de los datos....34
3.8. Recursos humanos y materiales....34
3.8.1. Recursos Humanos....34
3.8.2. Materiales....34

CAPÍTULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN....36
4.1. Resultados....37
4.1.1. Análisis de la situación actual del turismo gastronómico en el cantón Buena Fe....37
4.1.2. Las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe....47
4.1.3. Estrategias de marketing digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe....59
4.2. Discusión....63

CAPÍTULO V.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES....65
5.1. Conclusiones....66
5.2. Recomendaciones....67

BIBLIOGRAFÍA.....68
ANEXOS.....72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Características de la gastronomía.....10
Figura 2 Mapa del cantón Buena Fe.....30
Figura 3 Género de los encuestados.....47
Figura 4 Edad de los encuestados.....48
Figura 5 Ocupación de los encuestados.....49
Figura 6 Conoce la gastronomía del cantón Buena Fe.....50
Figura 7 Platos del cantón Buena Fe.....51
Figura 8 Estrategias de marketing digital.....52
Figura 9 Herramientas para la promoción del turismo gastronómico....53
Figura 10 Implementación de estrategias de marketing digital.....54
Figura 11 Realización de turismo gastronómico en el cantón Buena Fe....55
Figura 12 Restaurante de su preferencia.....56
Figura 13 Instrumento de promoción.....57
Figura 14 Portada de la guía gastronómica.....59
Figura 15 Índice de la guía gastronómica.....59
Figura 16 Reseña histórica del cantón Buena Fe.....60
Figura 17 Mapa de los establecimientos.....60
Figura 18 Reseña del establecimiento.....60
Figura 19 Frase.....60
Figura 20 Recetario.....60
Figura 21 Ingredientes y preparación del plato.....60
Figura 22 Logo.....61
Figura 23 Página de Facebook de la guía gastronómica.....61
Figura 24 Página de Instagram de la guía gastronómica.....62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de las variables de la fórmula de Canavos.....33
Tabla 2 Lista de platos típicos cantón Buena Fe.....38
Tabla 3 Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Coco Beach Seafood".....40
Tabla 4 Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Delicias del mar".....41
Tabla 5 Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Don Cocotte".....41
Tabla 6 Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Asadero Restaurat El Criollo".....41
Tabla 7 Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Puerto Bajaña".....42
Tabla 8 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Bollo".....42
Tabla 9 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Chicharrón de gallina".....43
Tabla 10 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Tilapia frita".....43
Tabla 11 Resumen de la ficha de inventario del plato típico " Seco de gallina".....44
Tabla. 12 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Caldo de gallina criolla".....44
Tabla 13 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Tonga"...45
Tabla 14 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Humita".....45
Tabla 15 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Chicha de chontilla".....46
Tabla 16 Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Bolón"....46
Tabla 17 Resumen de las preferencias de los turistas.....58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Aplicación de entrevistas para el levantamiento de las fichas técnicas de establecimientos y platos del cantón Buena Fe.....72
Anexo 2 Fichas de inventario de los establecimientos.....73
Anexo 3 Ficha de inventario de los platos.....78
Anexo 4 Formato de encuesta.....90
Anexo 5 Captura del número de encuestas aplicadas en Google Forms.....93

INTRODUCCIÓN

La comida ha sido vital para el hombre desde hace muchos años y a través de esta se han forjado etnias, poblaciones, ciudades, países y culturas, las cuales han ido transmitiendo el arte de cocinar por generaciones, haciendo que antiguos personajes se conviertan en referentes de la cocina, otorgando frases como "Dios encomienda a la indigestión la tarea de hacer moral en los estómagos" (Vázquez, 2017).

La gastronomía forma parte del turismo, aunque su relación ha ido cambiando con el tiempo. En los últimos años, el gran interés por lo gastronómico ha generado que la relación turismo-gastronomía haya evolucionado constantemente, abriendo un lugar a un nuevo segmento turístico considerado "turismo gastronómico" (Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC), 2019).

Gracias a su privilegiada ubicación geográfica, Ecuador es un territorio que posee una gran riqueza culinaria, debido a que en su territorio se encuentra una variedad de especias y productos distribuidos en las cuatro regiones del país: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos (Ministerio del Turismo (MINTUR), 2018).

La gastronomía ecuatoriana contiene un sinfín de sabores con herencia ancestral, lo cual la posiciona como un buen potencial para desarrollar el turismo. En las cuatro regiones se pueden encontrar diversos platos que han logrado popularizarse a nivel nacional, además de que en las costumbres y pueblos aún se conservan las recetas tradicionales que se transmiten de generación en generación, convirtiéndose en un importante producto turístico (Armijos, 2020).

La gastronomía buenafesina combina olores y sabores, entre los platos típicos encontramos el chicharrón de gallina, el chicharrón de pescado, tilapia frita, bollos y demás delicias que forman parte de las costumbres y tradiciones del pueblo. Las influencias de la provincia de Manabí sin duda se hacen notar en la gastronomía

buenafesina, convirtiéndose también en parte de la cultura (Burgos, 2018).

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe, para que la siguiente investigación sea posible ésta se lleva a cabo por medio de la realización de un análisis de la situación actual, a más de buscar las mejores estrategias para impulsar este tipo de modalidad de turismo dentro del cantón, ya que el lugar posee una variedad con respecto a su gastronomía la cual debe darse a conocer a los turistas locales y extranjeros, y pueda llegar a ser una nueva forma de ingreso económico para la localidad.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

El cantón Buena Fe posee una gran variedad en su gastronomía que puede llegar a ser un importante ingreso económico para los que trabajan en el área de alimentos y bebidas, pero no ha sido impulsada dentro del ámbito turístico, ya que los propios habitantes del cantón buscan otros lugares para degustar, los cuales no dan a conocer dentro de su menú la comida típica, como también le dan la poca importancia a este tipo de modalidad ya que no se han dado a conocer estrategias, siendo en la actualidad una buena herramienta de difusión las tecnologías que pueden llegar a cualquier rincón del país, además de llegar a todo el mundo; estas pueden llegar a ayudar a impulsar el turismo gastronómico.

1.1.1.1.Diagnóstico

El cantón Buena Fe posee una gran gastronomía, en donde los que han tenido la oportunidad de degustarlos se han deleitado con sus deliciosos sabores, posee una variedad de platos típicos en los cuales podemos encontrar el seco de gallina, bollos de pescado, ayampaco, cazuela, entre otros platos; por ese motivo el cantón tiene un buen potencial con respecto a gastronomía, pero no lo han sabido potenciar por ello se busca impulsar este tipo de turismo en la localidad, ya que no le han dado la debida importancia a este tipo de modalidad, el cual puede llegar a ser un buen factor de ingreso económico para los que trabajan en este sector.

1.1.1.2.Pronóstico

Con el siguiente proyecto se pretende buscar las mejores estrategias de marketing digital que ayudarán a impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe, con el fin de que los turistas se deleiten con la deliciosa gastronomía que es ofrecida por parte de los habitantes.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo ayuda la elaboración de estrategias de digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?

1.1.3. Sistematización del problema

- ¿Cómo se encuentra la situación actual del turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?
- ¿Cuáles son las preferencias de los turistas sobre los platos típicos del cantón Buena Fe?
- ¿Qué estrategias de marketing digital ayudarían a impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Elaborar estrategias de marketing digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe, provincia de Los Ríos.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del turismo gastronómico en el cantón Buena Fe.
- Identificar las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe.
- Determinar las estrategias de marketing digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe.

1.3. Justificación

En la siguiente investigación se aplicará los conocimientos adquiridos durante los años siendo parte de la UTEQ, con el fin de desarrollar las habilidades y destrezas de lo aprendido con respecto a marketing, haciendo uso de los medios digitales para desarrollar estrategias necesarias para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe, la finalidad de esta investigación es hacer conocer al cantón por su gastronomía, y no solo por sus atractivos naturales como culturales; buscando beneficiar principalmente a los actores que trabajan dentro de los restaurantes, a más de motivar que los turistas visiten el cantón por su comida, realicen un tour por sus atractivos y así aumentar la demanda turística.

La importancia de realizar la siguiente investigación es dar énfasis en que el cantón Buena Fe puede llegar a ser conocido por su gastronomía, siendo esto posible con la ayuda de estrategias de marketing digital ya que en la actualidad con la ayuda de la tecnología se puede lograr, en el cantón existe una variedad de platos que podrán disfrutar, además de mantener esa cultura gastronómica que los habitantes quieren darnos a conocer.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Turismo

El turismo comprende las actividades que realizan las personas en sus viajes y estancias en ligares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocio u otros (Buhalis, et al., s.f.).

2.1.2. Turistas

Se considera turista a la persona que visita un sitio y pernocta en él, es decir, que se queda al menos por 24 horas, pero no más de 1 año; por motivos personales, profesionales, de ocio o de negocio (Entorno Turístico Staff, 2022).

2.1.3. Potencial turístico

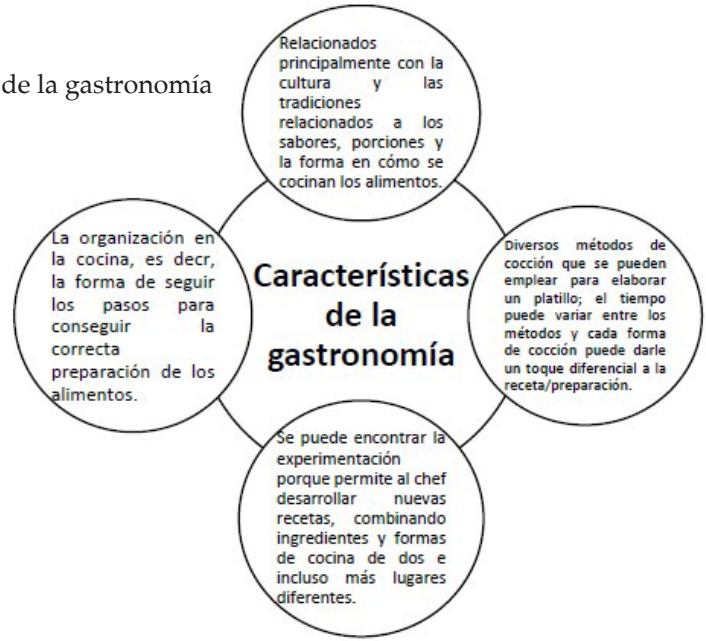
El potencial turístico de un sitio se basa en la capacidad de atraer turistas satisfacer sus necesidades, también se establece la necesidad de dotar a los atractivos las infraestructuras e instalaciones necesarias para realizar actividades turísticas, antes de realizar cualquier actividad económica ligada al turismo, es importante determinar su situación actual a través de factores claves para el desarrollo turístico; […] (Lazo, et al., 2017).

2.1.4. Gastronomía

La gastronomía no solo es una forma de cocinar, sino que es un conjunto de conocimientos y prácticas, desde sus comienzos, abarcando su evolución en la historia y significaciones culturales, como también todo el proceso de cocinar desde la receta, ingredientes a utilizar, técnicas y métodos (Moctezuma, s.f.).
La gastronomía estudia la relación del ser humano con su alimentación, el lugar del cual se obtienen los alimentos y la forma en la que estos son utilizados, a su vez estudia los aspectos sociales y culturales que intervienen en la gastronomía (Moctezuma, s.f.).

Figura 1

Características de la gastronomía



Fuente: (GASTRONÓMICA INTERNACIONAL, 2019)

2.1.4.1. Tipos de gastronomía

Podemos distinguir algunos tipos distintos de gastronomía:

- **Gastronomía nacional.** Tiene un fuerte vínculo con la identidad nacional de un país o una cultura, e involucra elementos de su tradición o de su historia. Por ejemplo: gastronomía alemana, armenia, árabe (Editorial Etecé, s.f.).
- **Gastronomía *Gourmet*.** Involucra los modos de cocinar "de autor", o sea, las tendencias culinarias de vanguardia (Editorial Etecé, s.f.).
- **Gastronomía vegana.** No emplea ningún tipo de derivados animales en sus preparaciones (ni carnes, ni lácteos, ni huevos) y elige en su lugar vegetales, frutas y cereales (Editorial Etecé, s.f.).
- **Gastronomía macrobiótica.** Se rige por los principios macrobióticos, es decir, por un equilibrio (ying-yang) entre los alimentos afines a la composición bioquímica del organismo (Editorial Etecé, s.f.).

- **Gastronomía religiosa.** Aquella que comparten distintos pueblos que poseen una cultura religiosa afín, como puede ser la comida judía, islámica, etc (Editorial Etecé, s.f.).

2.1.5. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico tiene como actividad la degustación de platos, los visitantes que realizan este tipo de turismo lo hacen con la finalidad de vivir la experiencia y disfrutar de las tradiciones gastronómicas que ofrecen los lugares que se visitan, en este tipo de turismo también se pueden realizar otras actividades que estén relacionados como es la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina (World Tourism Organization (UNWTO), 2019).
Podemos encontrar como un subtipo de turismo gastronómico al enoturismo, cuya modalidad tiene como fin conocer todo lo relacionado con el vino, conocer donde se encuentran almacenados, realizar las catas, consumir o comprar vino, teniendo la oportunidad de conocer un poco de su elaboración (UNWTO, 2019).

2.1.6. Turismo gastronómico en Ecuador

Ecuador posee una gran diversidad y variedad gastronómica, con el paso de los años y con los diversos grupos que se asentaron en el país, también se generaron cambios de tipo religioso, cultural y políticos. La diversidad de productos autóctonos y los introducidos, sirven como gran oferta gastronómica (Guevara & Morales, 2016).

2.1.7. Producto gastronómico y turístico

Es un conjunto de productos y servicios en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas, este suele ser analizado en función de sus componentes tales como, productos, atracciones, actividades, entre otros (Montecinos, 2016).

2.1.8. Cadena de valor del turismo gastronómico

La cadena de valor de la gastronomía incluye elementos asociados a la producción y al procesado de alimentos, también incluye su distribución, transformación e ingestión, es decir, permite abarcar un concepto más amplio para el turismo y a su vez permite convertirse en un motivo principal de las actividades turísticas. Se vincula también con otros elementos que inciden en mayor o menor medida en el proceso como las políticas públicas, la regulación administrativa, las infraestructuras, la formación e investigación, entre otros (OMT y BCC, 2019).

La cadena de valor del turismo gastronómico permite construir un marco de análisis innovador de la actividad turística desde una perspectiva holística e integradora (OMT y BCC, 2019).

2.1.9. Marketing

El marketing no es solo "decir y vender", sino que busca satisfacer las necesidades de los clientes. Al momento de comprender las necesidades del cliente, se desarrollan productos o servicios que generen un valor superior con precios adecuados, además se los promueve y distribuye con facilidad (Kotler & Armstrong, 2013).

2.1.10. Marketing digital

El marketing digital es una herramienta empleada por las empresas para dar a conocer los productos que ofertan a los posibles clientes, utilizando esta manera de marketing tiene un mayor alcance de personas a nivel nacional e internacional. Con el pasar del tiempo las empresas deciden a aplicar el marketing digital por su amplia gama de beneficios que ofrece, le permite a la empresa reducir sus costos de publicidad, permite tener una comunicación personal con el cliente, permite dar a conocer los nuevos productos que ofrece la empresa de manera instantánea con sus posibles clientes (Encalada et al., 2019).

2.1.10.1. Características de marketing digital

Existen varias características que diferencian al marketing digital de lo tradicional las cuales son:

- **Personalización:** Es un medio que permite al consumidos obtener información más precisa y detallada sobre un producto turístico. Permitiendo generar una manera más fácil un circulo de conversación con el mundo digital tradicional (Mariscal, 2018).
- **Masivo:** Es un medio que es mucho más económico que el marketing tradicional el cual puede llevar a una cantidad más grande de usuarios que forman parte de un público objetivo (Mariscal, 2018).
- **Interactivo:** Al existir un buen enfoque y una buena ejecución de un plan de marketing éste facilitará la interacción entre consumidores Marketing Digital Personalización Masividad 17 generando la unión con la compañía. La organización estará en contacto con las personas que realmente consumen los productos de la empresa o utilizan sus servicios, permitiendo obtener información valiosa de los mismos (Mariscal, 2018).
- **Emocional:** Al ser un marketing muy personalizados el contenido que exista entre el consumidor y la organización también deben serlo. Es decir, el contenido que se entregue al usuario debe vincularse con experiencias, sentimientos, emociones y a sus vivencias propias (Mariscal, 2018).
- **Medible:** En el nuevo entorno de la Web 2.0 es muy fácil desarrollar aplicaciones que permitan medir el impacto de las acciones de marketing de manera rápida y precisa. Es decir, este permite desarrollar encuestas online, medir satisfacción del cliente o poder testear sobre las opiniones de los consumidores en las redes sociales (Mariscal, 2018).

2.1.11. Estrategias de marketing digital

2.1.11.1. Content Marketing - Marketing de contenidos

El marketing de contenidos se basa en el diseño, la creación y la distribución de contenidos relevantes y creativos para llamar la atención de las audiencias y, en determinado momento, convertirlas en clientes (Martínez, 2021).

2.1.11.2. Email marketing

El email marketing es quizás el más antiguo de los sistemas de comercio electrónico que existen. Su uso es tan útil que ha sustituido en muchos aspectos al correo postal, dado su bajo costo (Martínez, 2021).

La eficacia de una buena campaña de mailing radica en la personalización y la consideración total del contexto de la persona que recibirá el correo (Martínez, 2021).

2.1.11.3. Posicionamiento web o SEO

Para nadie es un secreto que el posicionamiento web es vital a la hora de desarrollar una buena campaña de marketing digital. El no aparecer entre los primeros resultados de los buscadores, influye dramáticamente en el tráfico necesario hacia nuestro sitio web, lo cual se va a ver reflejado en nuestra facturación (Martínez, 2021).

Tanto si hacemos una campaña de posicionamiento web pagada en Google AdWords, usamos técnicas particulares de posicionamiento, o combinamos ambas, el objetivo es lograr tráfico hacia nuestro sitio web e incrementar la penetración de nuestra marca, ampliar nuestro mercado y cerrar más ventas (Martínez, 2021).

Igualmente, estas estrategias de posicionamiento web, si se combinan con otras herramientas, serán mucho más eficaces,

trabajando mejor como parte de un engranaje, ya que son un punto muy importante dentro del marketing digital (Martínez, 2021).

2.1.11.4. Marketing en redes sociales

Por social media se entiende todas las plataformas existentes hoy en día dentro de la web, donde se pueden intercambiar videos, fotos y archivos, hacer publicaciones e interactuar con nuestros amigos, familiares y colegas. Entre las redes sociales más conocidas por su uso prolífico están Facebook, que cuenta con millones de usuarios a nivel mundial (Martínez, 2021).

Por otro lado, existe la posibilidad de publicar y compartir videos y fotografías a través de YouTube e Instagram; igualmente podemos publicar contenidos de calidad en blogs o compartir nuestros avances de campaña a través de Twitter (Martínez, 2021).

En fin, es una variedad muy amplia dentro de la que podemos generar contenidos, encontrar futuros clientes, hacer publicidad, a la vez que generamos visitas a nuestro sitio web y ayudamos así con la generación de tráfico. Los social media dentro del marketing digital no son un fin sino un medio, y debemos tenerlo bien claro para no perdernos en el camino olvidando nuestros principales objetivos (Martínez, 2021).

2.1.11.5. Comercio electrónico

La posibilidad de que los clientes tengan la oportunidad de hacer una transacción online, según los estudiosos del marketing digital, constituye una verdadera revolución dentro de lo que hasta ahora se conocía como comercio (Martínez, 2021).

15 años atrás, la masificación del comercio electrónico popularizada por portales como Amazon o eBay era impensable antes de su existencia. Ofrecer mecanismos de comercio electrónico dentro de tu negocio te facilitará mucho el trabajo, a la vez de generarle confianza y comodidad a tus clientes (Martínez, 2021).

2.1.11.6. Video marketing

El video marketing consiste en utilizar elementos audiovisuales en internet para alcanzar los objetivos ya marcados dentro de tu estrategia de contenidos. Al ser una estrategia, todos los equipos de una empresa participan en su creación para que genere resultados: ya no solo se enfoca en lo creativo, sino que se trata de que provoque una conversación, sea accionable y medible (Martínez, 2021).

El uso del video no solo es una herramienta que ayuda durante el proceso de compra del cliente, también permite a los vendedores calificar a los clientes y así priorizar a los que están listos. Las opciones de videos son infinitas: videos sobre la marca, videos sobre cómo funciona el producto, tutoriales (como el que incluimos en la sección anterior), testimoniales (clientes como embajadores), videos de eventos, entrevistas y mucho más (Martínez, 2021).

2.1.11.7. Bots

De invención prácticamente reciente, los bots son como los juguetes de cuerda de las personas dentro del marketing digital. Esto, porque se trata de un software al que programas para que haga un conjunto de acciones determinadas que luego realizará por sí mismo, sin necesidad de que tú intervengas de nuevo (Martínez, 2021).

No es necesario que sepas de codificación; son fáciles de programar, ejecutar y son una herramienta buenísima para optimizar tu tiempo. Con la ayuda de los bots, se pueden llevar a cabo tareas tan sencillas como tener una comunicación que se asemeja a un chat en vivo con los visitantes del sitio web (Martínez, 2021).

Personalizar la experiencia del usuario es mucho más fácil con los bots, ya que, a través de una serie de preguntas dirigidas al usuario, se puede obtener información sobre sus preferencias. Aún mejor, se puede calificar a los leads, programando también

una serie de preguntas que indiquen en qué etapa del embudo de ventas se encuentra el cliente (Martínez, 2021).

2.1.11.8. Live Streaming

Estar presente para tus clientes en todo momento ha cobrado más valor en los últimos años gracias a las herramientas de live streaming. Se trata de una de las formas más novedosas para promocionar la marca, difundir su conocimiento y llegar así a clientes potenciales (Martínez, 2021).

La plataforma número uno en la transmisión de video en tiempo real es Facebook Live, que cuenta con millones de usuarios en todo el mundo que interactúan tres veces más cuando hay live streaming que con videos tradicionales (Martínez, 2021).

Instagram Live le sigue en importancia y es especialmente popular entre los influencers, ya que permite compartir experiencias personales de manera "exclusiva" con los seguidores y al mismo tiempo, interactuar con ellos. YouTube, Twitter y Vimeo también son muy utilizadas. Y lo mejor de todo es que en la mayoría puedes reprogramar una retransmisión (Martínez, 2021).

A través del live streaming, la marca/empresa puede hacer cosas tan útiles como aumentar el engagement y, con ello, la captación de clientes, mejorar el posicionamiento SEO e incrementar el número de conversiones (Martínez, 2021).

2.1.11.9. Personalización del marketing

La personalización del marketing no tiene que ver con colocar el nombre del contacto al inicio del correo. Colocar el nombre es un paso que debes cumplir cuando preparas tu correo electrónico (Martínez, 2021).
Para usar todo el potencial de la personalización, es de suma importancia poder segmentar a tus contactos. Esa es la clave de la personalización en el marketing, ya que el objetivo es apoyar a que

el contacto avance en su proceso de compra mostrando contenido relevante en el tiempo y el momento correctos (Martínez, 2021)..
Lo puedes aplicar tanto para acciones vía correo electrónico como para el contenido de páginas clave de tu sitio web (Martínez, 2021).

2.1.11.10. Automatización del marketing

La metodología consiste en atraer visitas, convertirlas en prospectos o leads y después, mediante un proceso de nurturing, encaminarlos hacia el conocimiento de tu producto como la mejor alternativa a sus necesidades y problemas (Martínez, 2021).
La creación y distribución de contenidos relevantes para tu audiencia hará que los clientes ideales para tu marca encuentren tu producto o servicio sin necesidad de pautar enormes cantidades de dinero en Google Ads o Facebook Ads (Martínez, 2021).
Al generar contenidos que tengan sentido para las personas y aporten valor a sus vidas, tendrás por seguro clientes fieles a tu marca que hallarán en ella las respuestas que están buscando. El Inbound Marketing es el resultado de años de creación de estrategias de marketing digital (Martínez, 2021).

2.1.12. Marketing digital en ecuador

La pandemia de la Covid-19 ha obligado a las empresas ecuatorianas a adaptarse de manera vertiginosa al cambio digital, siendo esta el motor comercial de diferentes industrias, que sin comprender por completo los beneficios y oportunidades que brinda el ecosistema de la virtualidad se han subido al tren tecnológico (EL COMERCIO, 2021).

En el último año se aumentaron las transacciones digitales del 2% al 10%, siendo las ciudades de Quito y Guayaquil las más influyentes con más del 30% del total en comercio electrónico; mientras que la inversión publicitaria también evidenció un crecimiento llegando a valorarse sobre los 90 millones de dólares en Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube y Twitter, en los más de 14 millones de personas que poseen redes sociales en nuestro país (EL COMERCIO, 2021).

2.2. Marco referencial

Según Montoya (2017) en su Proyecto de Tesis titulado PLAN DE MARKETING PARA LA RUTA GASTRONÓMICA DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA" ha sido elaborado básicamente para fijar estrategias para difundir de mejor manera la gastronomía del cantón, conjuntamente con sus atractivos turísticos. Actualmente la promoción turística del cantón se visualiza mediante la página web con la que cuenta el cantón, más no existe un plan de marketing que se enfoque directamente a su gastronomía, es por ello que se planteó este presente proyecto de tesis para facilitar las estrategias las mismas que permitirán desarrollar un mejor turismo gastronómico beneficiando a los habitantes del cantón puesto que se mejorará sus niveles de vida.

Para la realización de la presente investigación, que se desarrolló en el cantón Paltas, se planteó como objetivo General: ELABORAR UN PLAN DE MARKETING PARA LA RUTA GASTRONÓMICA DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, para dar cumplimiento al mismo, se plantearon los siguientes objetivos específicos: Realizar un diagnóstico de la situación actual de la ruta gastronómica del cantón Paltas, Provincia de Loja; Proponer un plan de marketing turístico para la ruta gastronómica del Cantón Paltas, Provincia de Loja y Socializar el Plan de Marketing con las autoridades del cantón.

En el desarrollo del siguiente trabajo de titulación denominado Propuesta de estrategia marketing digital dentro del sector gastronómico para incentivar el turismo caso-Playas, tiene como objetivo, proponer una estrategia de marketing digital, dirigía al sector gastronómico, permitiendo que el público a través de la gastronomía conozca sus especialidades, encontrar productos, sabores exóticos, que sirvan de motivación para conocer y experimentar la gastronomía del lugar, tanto en turistas nacionales o extranjeros, logrando el desarrollo de la comunidad, y una economía sostenible.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se identifica inexistencia o carencia de actividades como ferias, relacionadas al sector gastronómico, de igual manera, la ausencia o poca publicidad de la gastronomía mediante los medios digitales, por otro lado, el desconocimiento de los comuneros en cuanto a la existencia del turismo gastronómico, y marketing digital, acrecientan la falta de interés de la gastronomía en turistas y visitantes (Velasquez Bone, 2021).

Y finalmente por medio de la Propuesta del trabajo de titulación que tiene como tema "MARKETING DIGITAL PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN PATATE" realizado por Sánchez (2021), tiene como objetivo la reactivación turística en el cantón Patate mediante la difusión de medios digitales por medio de una página web principal y al mismo tiempo por redes sociales como son Facebook, YouTube e Instagram es decir se creó un plan de marketing digital. La presencia del Coronavirus ha sido el gran causante que el sector turístico sea uno de los más afectados y por ende se han dado ciertas circunstancias que muchos de los atractivos turísticos han sido cerrados o simplemente fueron dejados en el olvido.

La metodología que se utilizó es la Sostac y la Dim la cual fue de ayuda para establecer la mejor opción para crear el plan óptimo para la reactivación por lo cual se plantea la reactivación por medio del uso de la tecnología el cual en estos últimos años ha sido una gran herramienta de utilidad para promocionar diferentes productos y servicios. En la investigación se ha hecho una recopilación de datos la cual ha permitido constatar cuales son las redes sociales que más utilizan dentro de cada cantón además conocer que herramientas son la que los lugares turísticos optan para promocionar y de esa manera determinar las ventajas y desventajas que surgen al momento de poner en marcha un plan de marketing. Finalmente se considera importante lograr que el turista vuelva a sentir esa seguridad y esa predisposición para viajar, dependerá bastante de las actividades y planes que se implementen para atraer a los turistas garantizando un ambiente

seguro con la presencia de todas las medidas de bioseguridad.

2.3. Marco legal

2.3.1. Reglamento turístico de alimentos y bebidas

TÍTULO I PRELIMINAR

CAPÍTULO I

DEL OBJETO Y ÁMBITO

Art. 4.- Definiciones. - Para la aplicación del presente reglamento se deberán observar las siguientes definiciones (MINTUR, 2018):

1. Alimento preparado: Producto elaborado, semielaborado o crudo, destinado al consumo humano que requiera o no mantenerse caliente, refrigerado o congelado, y se expende de forma directa al público para su consumo inmediato.
2. Ambulante: Persona Física o natural, emprendedor, quien para sí mismo o con dependencia o asociación con un tercero, prepara y expende alimentos frescos, procesados o semiprocesados en la vía pública o en cualquier lugar que no sea fijo o permanente.
3. Barra: Área dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas en las que se expenden y sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y se puede consumir alimentos.
4. Botiquín de primeros auxilios: Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos los siguientes elementos no caducados: algodón hidrófilo, tira adhesiva sanitaria (curitas), tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, gasas para quemaduras, suero fisiológico/vendas elásticas, mascarillas, manual de primeros auxilios.
5. Categoría única: Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el sistema de puntuación.

Esta categoría se utilizará para establecimientos móviles, plazas de comida.

6. Comida rápida: Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el consumidor se realicen en el mostrador.
7. Contaminación: Introducción o presencia de cualquier peligro biológico, químico o físico, en el alimento, o en el medio alimentario.
8. Contaminación cruzada: Es la introducción involuntaria de un agente físico, biológico, químico por: corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos contaminados, circulación de personal, contacto directo o indirecto con alimentos crudos, entre otros aspectos; que puedan comprometer la higiene o inocuidad del alimento
9. Consumidor: Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello.
10. Desinfección: Es el tratamiento físico o químico aplicado a instrumentos y superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de reducir los microorganismos indeseables a niveles aceptables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente a la calidad e inocuidad del alimento.
11. Establecimiento turístico de alimentos y bebidas: Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo y que cumplan con los parámetros determinados en el presente reglamento y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo.
12. Enganchador, Jaladores o Flayeros: Persona (s) que se dedica a comercializar y promocionar de forma invasiva y abusiva los servicios de un establecimiento de alimentos y bebidas en espacios públicos.
13. Manipulación de alimentos: Todas las operaciones realizadas por el manipulador de alimentos como recepción de ingredientes, selección, elaboración, preparación, cocción, presentación,

envasado, almacenamiento, transporte, distribución, servicio, comercialización y consumo de alimentos y bebidas.

14. Principio PEPS (Primero en entrar - Primero en salir): Consiste en un método de evaluación de inventarios, que se refiere a la rotación de productos almacenados cuyas siglas significan "primero en entrar, primero en salir", Este principio se aplica con el fin de evitar que los productos o artículos permanezcan en almacenamiento por periodos largos, sin ser utilizados o consumidos.
15. Principio PCPS (Primero en caducar - Primero en salir): Consiste en un método de evaluación de inventarios, que se refiere a la rotación de productos almacenados cuyas siglas significan "próximo en caducar, primero en salir". Este principio se aplica con el fin de consumir o distribuir los productos, seleccionando primero los que se encuentran cercanos a caducarse.
16. Menú: Instrumento de comunicación y venta de alimentos y bebidas, listado de los platos que constituyen la oferta gastronómica de un establecimiento al consumidor.

TÍTULO III

DE LA CLASIFICACIÓN, REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN Y SISTEMA DE PUNTUACIÓN

CAPÍTULO I

CLASIFICACIÓN

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en (MINTUR, 2018):

a) Cafetería
b) Bar
c) Restaurante
d) Discoteca

e) Establecimiento móvil
f) Plazas de comida
g) Servicio de Catering

Art. 15.- Según el tipo de servicio. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar y restaurante, deberán informar, a través del sistema establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de servicio que brindan de acuerdo a lo siguiente (MINTUR, 2018):

a) Menú
b) Autoservicio
c) Buffet
d) Menú fijo
e) Servicio a domicilio
f) Servicio al auto

2.3.2. Protocolo que deben cumplir los establecimientos de alimentación colectiva y para quienes preparen y entreguen alimentos

A. RECEPCIÓN DEL ALIMENTO

Alimentos en general

Para ser aptos para el consumo humano, se debe evitar que los alimentos puedan ser adulterados, se descompongan, se ensucien o se contaminen de algún modo (AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA), 2020).

En la recepción de productos alimenticios se deben considerar los siguientes lineamientos:

1. Verificar las características como olor, color, sabor, aroma y textura que corresponden a cada tipo de producto, en caso de

productos en descomposición se deberán rechazar y desechar.
2. Verificar fecha de caducidad de todos los productos al momento de recibirlos.
3. Almacenar de inmediato los alimentos en lugares apropiados y en condiciones de temperatura indicadas para cada uno.
4. En caso de contar con refrigeradoras, congeladores, heladeras. Se debe evitar sobrecargarlos.
5. No colocar los alimentos en contacto directo con el piso.
6. No receptar ni utilizar productos caducados.

B. ALMACENAMIENTO

El lugar para almacenar los alimentos debe mantener las condiciones sanitarias correspondientes para evitar la contaminación de los mismos y la propagación de plagas en el establecimiento, y mantener las siguientes condiciones de almacenamiento (ARCSA, 2020):

1. Almacenar el producto acorde a las especificaciones del fabricante, es decir si el producto requiere condiciones de congelación se debe asegurar el almacenamiento a las temperaturas de congelación.
2. Almacenar el producto nuevo detrás del producto viejo.
3. Los alimentos se deben almacenar separado de las paredes y pisos también lejos de cualquier tubería con goteras.
4. Las condiciones de humedad y temperatura adecuada acorde al tipo de alimento.
5. Todos los alimentos, a granel o de otra manera, se deben conservar cubiertos y libres de contaminación.
6. Controlar los alimentos todos los días y deseche aquellos que estén en mal estado o contaminados.
7. Guardar los limpiadores, desinfectantes y otros productos químicos tóxicos lejos de los alimentos. Márquelos claramente y manténgalos en sus envases originales, de preferencia colocarlos en un lugar seguro.
8. Los establecimientos de alimentación colectiva deben almacenar correctamente los platos y utensilios una vez que

estén completamente limpios y manténgalos así. Guardar todas las tazas y los vasos boca abajo.

Se debe aplicar el principio PEPS (Primero en entrar, primero en salir - FIFO) o PCPS (próximo a caducar primero en salir) dependiendo del producto (ARCSA , 2020).

C. MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

Condiciones del personal que manipula alimentos (ARCSA , 2020):

- Bañarse todos los días, y usar ropa limpia, incluido un delantal limpio.
- No usar reloj, anillos, aretes, pulseras.
- Usar gorra, redecilla para el cabello o cualquier otro objeto para evitar que el cabello caiga en la cara, las manos o los alimentos.
- Usar mascarilla, la cual debe cubrir nariz y boca.
- Usar guantes desechables los que deben ser cambiados con la frecuencia necesaria según la operación que se realiza.
- Los guantes deben ser utilizados para acciones específicas, especialmente en manipulación de productos cocidos listos para el consumo, si ésta no puede hacerse con utensilios.
- Mantener las uñas limpias y cortas, sin esmalte.
- No se debe permitir que trabajen personas enfermas.

Lavado de manos

Cuando lavarse las manos (ARCSA , 2020):

- Antes de empezar a preparar alimentos
- Después de usar el baño
- Después de manipular dinero,
- Después de manipular alimentos crudos;
- Después de tocarse el cabello, la barba o cualquier parte del cuerpo;
- Después de estornudar o toser;
- Después de fumar, comer o beber;
- Después de tocar cualquier cosa que pueda contaminar las manos.

Consejos para después del lavado de manos:

- Asegurarse de no contaminarlas antes de empezar a trabajar;
- No usar el delantal para secarse las manos o volverá a contaminarse las manos.

D. PROCEDIMIENTOS PARA LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

Se debe mantener la limpieza del área de preparación de alimentos, estos procedimientos deben ejecutarse al finalizar las tareas de preparación, previamente a su iniciación, y en algunos casos durante el mismo proceso y si es posible desinfectar (ARCSA, 2020).

Los procedimientos de limpieza y desinfección deben incluir cuando menos una combinación de métodos físicos y químicos para limpiar las superficies, refregar, cepillar y desinfectar (ARCSA, 2020).

E. TRANSPORTE DE LOS ALIMENTOS

El transporte de los alimentos que se utilicen en la preparación de comidas, se hará de manera que se evite su deterioro por el calor o por la demora en el viaje, así como su contaminación por sustancias o productos indeseables (contaminantes) que puedan transportarse junto con los alimentos, pues podrían mezclarse accidentalmente con los alimentos y ser causa de intoxicación (ARCSA, 2020).

F. DISPOSICIÓN DE DESPERDICIOS Y CONTROL DE VECTORES

Para la disposición final de los residuos del procesamiento de alimentos, se deben seguir las siguientes recomendaciones (ARCSA , 2020):

- Los desperdicios deberán ser almacenados en recipientes cerrados.
- Se evitará la acumulación de desperdicios.
- Los desperdicios y basureros deben mantenerse con tapa y alejados del área en donde se preparan los alimentos.

- Los residuos líquidos deben separarse de los desperdicios sólidos y se evacuarán a través del desagüe.

Una correcta manipulación de los desechos evitará que se conviertan en un foco de contaminación y proliferación de plagas (ARCSA , 2020).

El área destinada a la preparación y venta de alimentos se mantendrá limpia y ordenada para evitar la proliferación de insectos y roedores. Deberá desinfectarse periódicamente el área de preparación y venta de alimentos con métodos adecuados para los alimentos, para evitar la difusión de enfermedades. Los desechos deberán manipularse adecuadamente, manteniéndolos en recipientes cubiertos con tapas y evacuándolos periódicamente. No deberán mantenerse restos de alimentos en el puesto de venta (ARCSA , 2020).

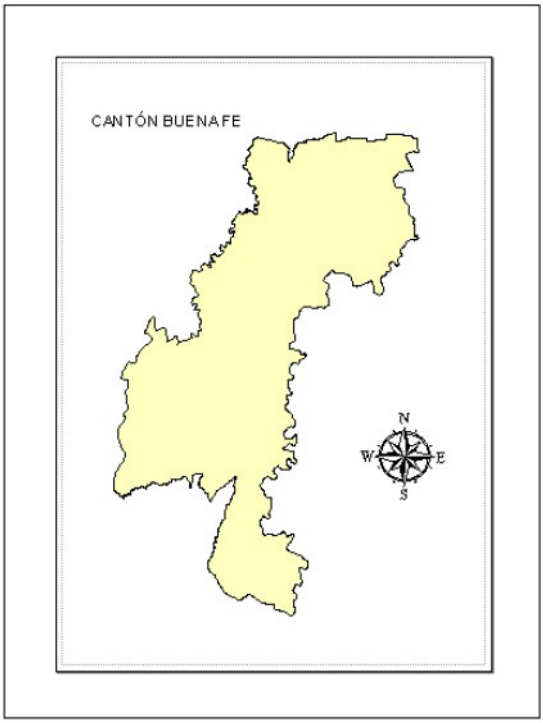
CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

Figura 2.

Mapa del cantón Buena Fe



Fuente: ArcMap, 2022

La posición geográfica en la que se encuentra el cantón, se convierte en una ventaja para desarrollar el turismo tanto en el cantón como en la provincia, ya que se encuentra ubicado en la provincia, ya que se encuentra ubicado a 14 Km. de la vía Quevedo Sto. Domingo, situado en la parte septentrional de la provincia de los Ríos, a los 120 Km de la ciudad de Babahoyo, Capital Provincial con una extensión territorial de 601 Km2. El cuál limita al norte con Sto. Domingo, al Sur con Quevedo, al este con Valencia, al Oeste con cantones dividida en cabecera cantonal, parroquias rurales, y Patricia Pilar (parroquia urbana) (Chica, et al., s.f.).

3.2. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación diagnóstica

La investigación diagnóstica fue utilizada para conocer la situación actual del cantón Buena Fe con respecto al turismo gastronómico, esto con el fin de escoger las mejores estrategias de marketing digital que ayudarán a impulsar este tipo de modalidad dentro del cantón.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método bibliográfico

El método bibliográfico ayudó a recolectar información de conceptos que serán de ayuda para la realización de la introducción y marco teórico, siendo esta de fuentes confiables para llevar a cabo de manera correcta la investigación que se está realizando.

3.3.2. Método descriptivo

Este método permitió la realización del primer objetivo, el cual es dar a conocer la situación actual del lugar, y así describir como se encuentra el sitio con respecto al tema de investigación.

3.3.3. Método inductivo

Por medio de este método se llevó a cabo la realización de las estrategias que ayudaran a impulsar el turismo gastronómico del sitio, estas se elaboraron en base a la situación actual.

3.3.4. Método analítico

Este método sirvió para el análisis de las encuestas que se llevará a cabo a los habitantes del cantón y así determinar cuál es la preferencia con respecto a los platos del lugar.

3.3.5. Método estadístico

Por medio de este método se realizaron los gráficos, los cuales se obtuvo de los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón.

3.4. Fuentes de recopilación de información

3.4.1. Fuentes primarias

Obtención de la información directamente del sitio que se está investigando, en este caso por medio de la observación para la realización de la situación actual del cantón con respecto al turismo gastronómico.

3.4.2. Fuentes secundarias

Para la información secundaria la obtención se realizó mediante libros, tesis de grado, páginas web, entre otros.

3.5. Diseño de la investigación

3.5.1. Población

Para determinar la población, se tomó como referencia al número de habitantes del cantón Buena Fe el cual tiene un total de 63.148 habitantes de acuerdo al INEC 2010, con una población económicamente activa del 47.8% lo que equivale a un total de 30.185 habitantes (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

3.5.2. Muestra

Para conocer el número de encuestas que se van a realizar, se tomará en cuenta la fórmula de CANAVOS, la cual se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\mathrm{N}\, o^2 Z^2}{(\mathrm{N}+1)\, e^2 + o^2 Z^2}$$

En donde:

Tabla 1. Descripción de las variables de la fórmula de Canavos

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR
N	Tamaño de la población económicamente activa del cantón Buena Fe.	30.185
o	Desviación estándar de la población.	0.5
Z	Valor obtenido de la distribución normal para un nivel de confianza del 95%.	1,96
e	Límite aceptable del error muestral.	0,05
n	Tamaño de la muestra.	**379**

Aplicando la formula obtenemos:

$$n = \frac{\mathrm{N}\, o^2 Z^2}{(\mathrm{N}+1)\, e^2 + o^2 Z^2}$$

$$n = \frac{30.185\ (0,5)^2\ (1,96)^2}{(30.185\ -\ 1)(0,05)^2 +\ \ (0,5)^2\ (1,96)^2}$$

$$n = \frac{30.185\ (0{,}25)\ (3.8416)}{30.185\ (0{,}0025) +\ \ (0{,}25)(3{,}8416)}$$

$$n = \frac{28989{,}674}{76{,}4204}$$

$$n = 379 \text{ encuestas}$$

Por medio de la fórmula de CANAVOS, tomando en consideración el número de habitantes pertenecientes al cantón Buena Fe, se pudo obtener una muestra de 379 encuetas, las cuales servirán para llevar a cabo la siguiente investigación.

3.6. Instrumentos de la investigación

Los instrumentos que se presentaran a continuación fueron necesarios para llevar a cabo la realización de la siguiente investigación.

- Microsoft Office
- Encuestas
- Entrevistas

3.7. Tratamiento de los datos

- Microsoft Office

Microsoft Office fue necesario para llevar a cabo la siguiente investigación, por ese motivo se hizo uso de Word-PowerPoint-Excel, siendo estos necesarios para le recolección de datos y presentación de la misma.

- ArcMap

El siguiente programa fue necesario para la realización del mapa del cantón Buena Fe.

- SPSS

Este programa fue utilizado para la tabulación de las encuestas aplicadas a los habitantes del lugar, además de que también fue de ayuda para la realización de los gráficos, los cuales fueron colocados en el resultado del objetivo 2 del proyecto a realizar.

3.8. Recursos humanos y materiales

3.8.1. Recursos humanos

- Tutora del proyecto de investigación: Ing. Karen Lisbeth Betancourt Ludeña.
- Autora del proyecto: Angie Saltos
- Personas encuestadas

3.8.2. Materiales

3.8.2.1. Materiales de oficina

- Computadora
- Internet

3.8.2.2. Materiales informáticos

- ArcMap
- Microsoft Office
- SPSS
- VistaCreate
- Canva

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Análisis de la situación actual del turismo gastronómico en el cantón Buena Fe

El cantón Buena fe posee una gran variedad en su gastronomía por el cual el visitante tiene de donde elegir según su necesidad a la hora de comer, existen diversos restaurantes que ofertan la comida típica del lugar manteniendo la tradición gastronómica que posee el cantón, pero también existen varios lugares que ofertan comida que no son parte de la tradición gastronómica de nuestros antepasados, estos sitios están ganando espacio dentro del cantón porque cada vez existen más lugares de este tipo, aun así los comedores y restaurantes familiares se mantienen ofertando este tipo de alimento.

Para mantener intacta la comida tradicional, el GAD Municipal ha realizado ferias gastronómicas con la finalidad de que los propietarios de restaurantes propios del lugar como también de los cantones aledaños den a conocer los sabores de sus recetas las cuales han sido transmitidas de generación a generación, además de presentar los platos típicos que posee cada lugar perteneciente a nuestro país; esto se lleva a cabo con el objetivo de mantener viva esa parte de la cultura que posee el cantón con respecto a su gastronomía.

En el cantón Buena Fe no se realiza turismo gastronómico como una modalidad, más bien los viajeros o lugareños degustan los platos típicos que oferta el sitio es por su sabor o porque le queda al paso mientras viajan, el cantón no es conocido por este tipo de modalidad turísticas por más que oferte una gran variedad gastronómica, pero cabe destacar que el municipio este dando una mayor importancia dentro de este ámbito.

A continuación, se presenta una lista de platos típicos que se ofertan dentro de su gastronomía en el cantón Buena Fe.

Tabla 2. Lista de platos típicos cantón Buena Fe

Nombre del plato típico	Ingredientes	Foto
Chicharrón de gallina	Gallina, harina de trigo, sal, pimienta.	**Fuente:** Google
Chicharrón de pescado	Pescado, harina de trigo, sal, pimienta.	**Fuente:** Google
Tilapia frita	Tilapia, verde, harina de trigo.	**Fuente:** Google
Bollo	Verde, maní, pescado.	**Fuente:** Google

Seco de gallina	Gallina, sal, pimienta, tomate, cebolla.	**Fuente:** Google
Caldo de gallina criolla	Gallina, cebolla blanca, sal, yuca.	**Fuente:** Autora del proyecto
Pescado frito	Pescado, harina de trigo, verde.	**Fuente:** Google
Tonga	Gallina, maní, maduro, arroz, sal.	**Fuente:** Autora del proyecto
Bolón	Verde, queso, chicharrón, sal, mantequilla.	**Fuente:** Google

Humita	Choclo, queso, azúcar.	**Fuente:** Autora del proyecto
Chicha de chontilla	Chontilla, maduro, azúcar	**Fuente:** Autora del proyecto

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista a los habitantes del cantón , 2022

Resumen de la ficha de inventarios de la planta turística - gastronómica

Tabla 3. Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Coco Beach Seafood"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Nombre	Coco Beach Seafood
Propietario	Julio Cesar Saltos Espinoza
Tipo	Restaurante
Categoría	Segunda
Tiempo de funcionamiento	7 años
Precio medio	$8
Menú disponible	Ceviche, seco de pollo, pescado frito, arroz marinero, ceviches,

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista al encargado del establecimiento, 2022

Tabla 4. Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Delicias del mar"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Nombre	Restaurante Delias del mar
Propietario	Verónica Saltos Espinoza
Tipo	Segunda
Categoría	Restaurante
Tiempo de funcionamiento	3 años
Precio medio	$12
Menú disponible	Pescado frito, arroz marinero, cangrejos, entro otros.

Elaborado: Autora del proyecto

Fuente: Entrevista al propietario del establecimiento, 2022

Tabla 5. Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Don Cocotte"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Nombre	Don Cocotte
Propietario	Roxana Álvaro
Tipo	Restaurante
Categoría	Segunda
Tiempo de funcionamiento	3 años
Precio medio	$3
Menú disponible	Bolón, tigrillo, humita, alitas BBQ.

Elaborado: Autora del proyecto

Fuente: Entrevista al propietario del establecimiento, 2022

Tabla 6. Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Don Cocotte"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Nombre	Asadero Restaurat El Criollo
Propietario	Angel Vera
Tipo	Restaurante
Categoría	Tercera
Tiempo de funcionamiento	12 años

Precio medio	$5
Menú disponible	Caldo de gallina, seco de gallina, parrilladas familiares, entre otros.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista al propietario del establecimiento, 2022

Tabla 7. Resumen de la ficha de inventario del establecimiento "Puerto Bajaña"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Nombre	Puerto Bajaña
Propietario	Joel Vizcarra
Tipo	Restaurante
Categoría	Tercera
Tiempo de funcionamiento	30 años
Precio medio	$5
Menú disponible	Tilapia frita, seco de gallina criolla, caldo de gallina, papi pollo, entre otros.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista al propietario del establecimiento, 2022

Resumen de la ficha de inventario de platos típicos

Tabla 8. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Bollo"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Bollo
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	2 horas
Ingredientes	Verde, pescado o chancho, cebolla, pimiento, maní, aliño, comino, pimienta, sal, agua, ajo, achiote.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista a un habitante del cantón, 2022

Tabla 9. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Chicharrón de gallina"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Chicharrón de gallina
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	30 min
Ingredientes	Muslo de la gallina, harina de trigo, pimienta, sal, orégano, aceite

Elaborado: Autora del proyecto

Fuente: Entrevista a un habitante del cantón, 2022

Tabla 10. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Tilapia frita"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Tilapia frita
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	1 h 30 min
Ingredientes	Tilapia, aceite, sal, pimienta, verde.

Elaborado: Autora del proyecto

Fuente: Entrevista al propietario del establecimiento, 2022

Tabla 11. Resumen de la ficha de inventario del plato típico " Seco de gallina"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Seco de gallina
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	30 min a 40 min
Ingredientes	Gallina, cebolla, tomate, pimiento, comino, hierbita, achiote, pimienta, sal, yuca.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista al propietario del establecimiento, 2022

Tabla 12. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Caldo de gallina criolla""

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Caldo de gallina criolla
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	40 min
Ingredientes	Gallina criolla, yuca, zanahoria, cebolla blanca, sal al gusto, pimienta, aceite, hierbita, agua, perejil.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista a un habitante del cantón, 2022

Tabla 13. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Tonga"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Tonga
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	3 horas
Ingredientes	Gallina o gallo, maní, maduro, cebolla, tomate, pimiento, jengibre, comino, perejil, hierbita, oreganito, arroz, cebolla blanca, sal, achiote.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista a un habitante del cantón, 2022

Tabla 14. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Humita"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Humita
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Temporal
Tiempo de elaboración	2 horas
Ingredientes	Choclo, queso, achiote, mantequilla, cebolla blanca, sal, azúcar.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista al encargado del establecimiento, 2022

Tabla 15. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Chicha de chontilla"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Chicha de chontilla
Categoría	Bebida
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Temporal
Tiempo de elaboración	1 hora
Ingredientes	Maduro, chontilla, agua, especias dulces.

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista a un habitante del cantón, 2022

Tabla 16. Resumen de la ficha de inventario del plato típico "Bolón"

Parroquia	San Jacinto de Buena Fe
Denominación	Bolón
Categoría	Alimento
Procedencia de la receta	Familiar
Reconocimiento cultural	Plenamente aceptado
Temporalidad	Regular
Tiempo de elaboración	1 hora
Ingredientes	Verde, mantequilla, sal, queso o chicharrón, maní (opcional).

Elaborado: Autora del proyecto
Fuente: Entrevista a un habitante del cantón, 2022

4.1.2. Las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe.

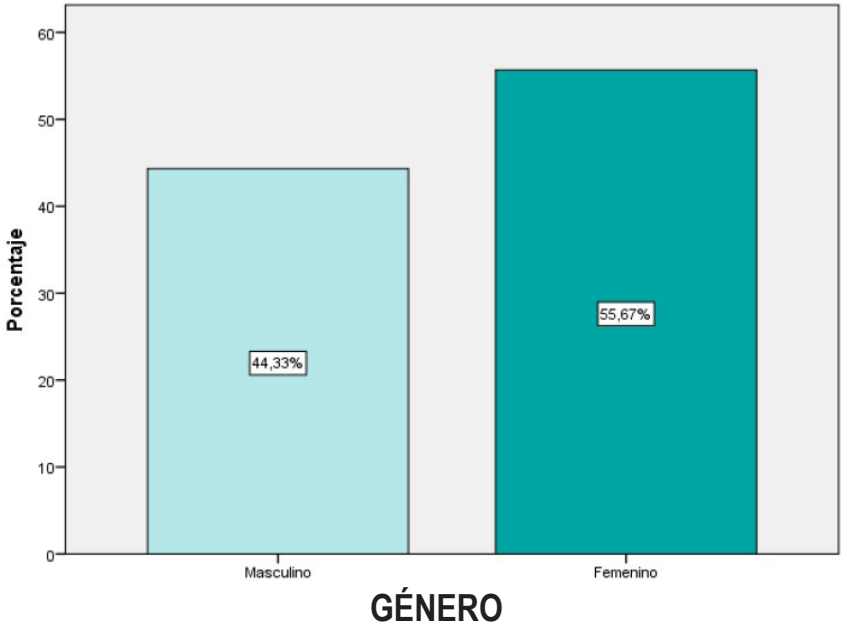
Análisis e interpretación de las encuestas

Las encuestas que se realizaron fueron tomadas del tamaño de la muestra de 379 habitantes del cantón Buena Fe, la cuales fueron aplicadas de manera online por medio de un link de Google Forms, con el fin de conocer las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe.

1. ¿Cuál es su género?

Figura 3.

Género de los encuestados



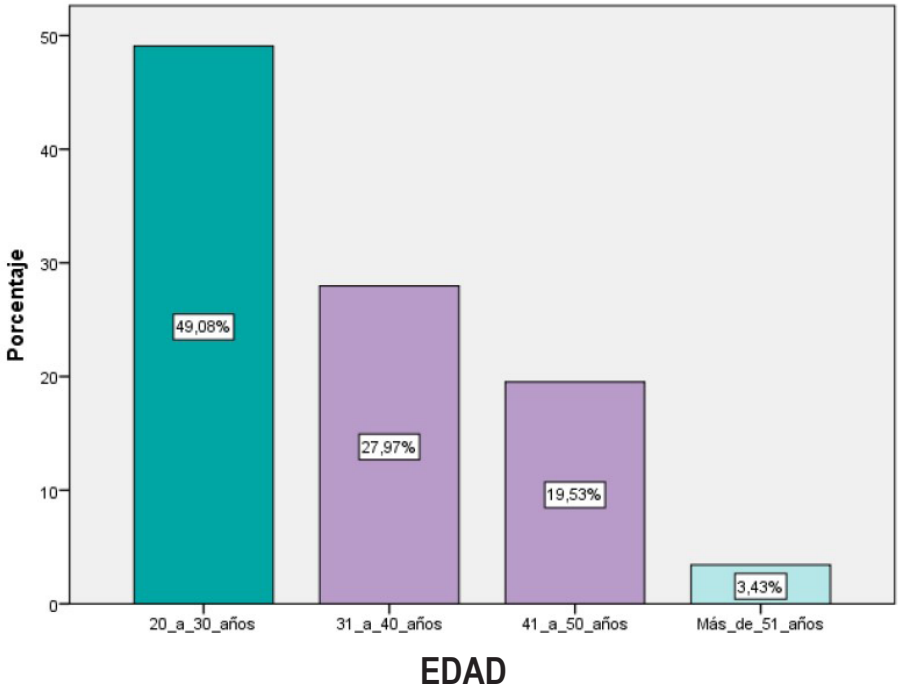
Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

En el presente gráfico la variable de género de los encuestados, mediante los datos obtenidos se puede evidenciar que con un 55,67% son de género femenino y con un 44,33% pertenecen al género masculino.

2. ¿Qué edad tiene?

Figura 4.

Edad de los encuestados



Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

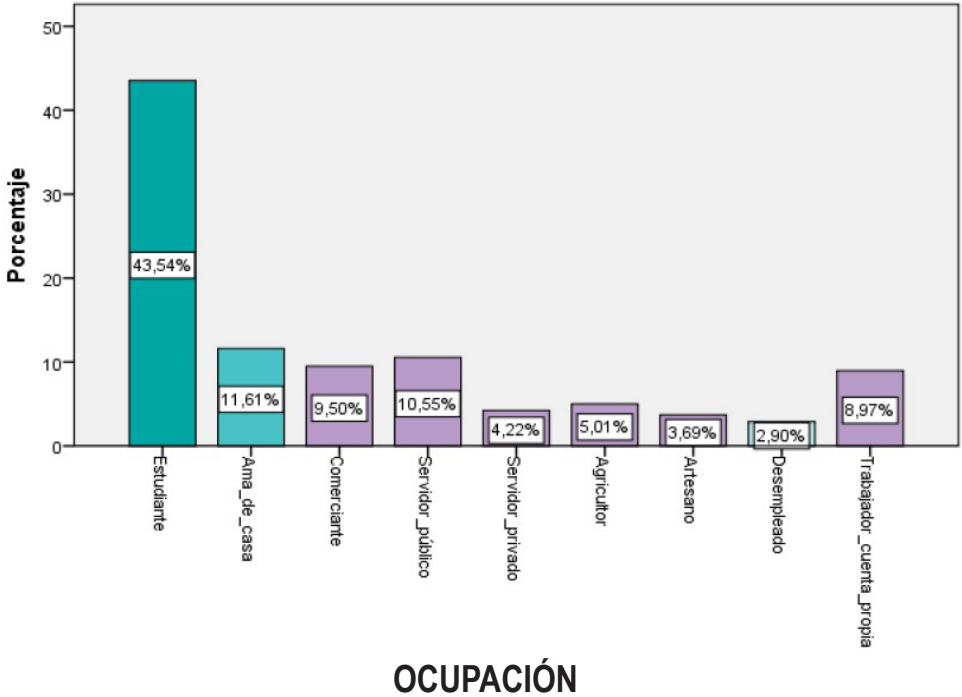
Con respecto a la figura anterior la variable a tomar en consideración es la edad de los encuestados, en donde se logró identificar que se encuentran entre el rango de 20 a 30 años con un 49,08%, seguido con un 27,97% de rango de edad entre los 31 a 40 años, y con un

índice muy bajo encontramos a los de más de 51 años con un 3,43%. Tomando en consideración que, al momento de aplicar las estrategias, los más interesados sería jóvenes y adultos de 20 a 30 años.

3. ¿Cuál es su ocupación?

Figura 5.

Ocupación de los encuestados



Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

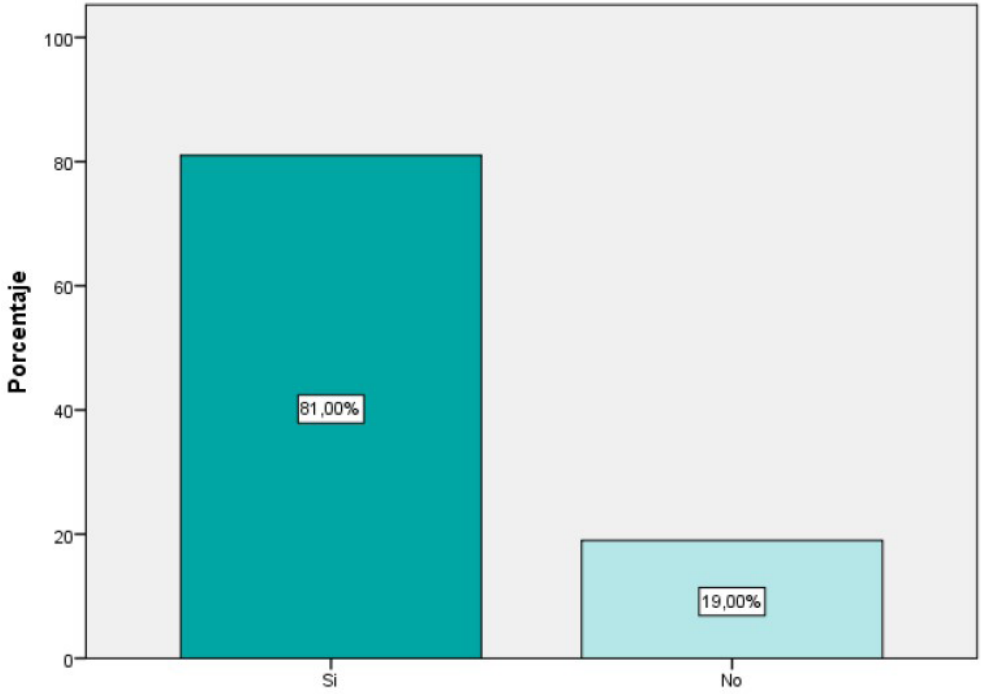
En el presente diagrama de barras las frecuencias a ser tomadas en consideración es la ocupación de los encuestados, en donde se denota que con el mayor porcentaje es de estudiantes con un 43,54%, seguido con un 11,61% en donde se encontró que son ama

de casa, y con un porcentaje bajo se encuentran los desempleados con un 2,90%. Se considera que estos datos dan a entender que los más interesados en la realización de este tipo de turismo son los estudiantes, además de conocer la gastronomía del lugar.

4. ¿Conoce la gastronomía del cantón Buena Fe?

Figura 6.

Conoce la gastronomía del cantón Buena Fe



CONOCE LA GASTRONOMÍA CANTÓN BUENA FE

Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

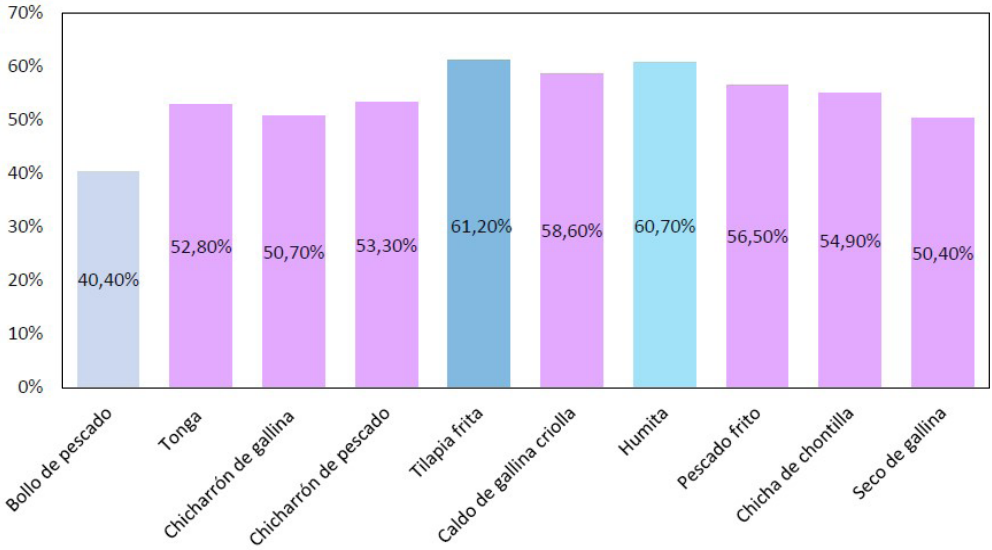
Los datos obtenidos de la encuesta, haciendo referencia de conocer la gastronomía del cantón Buena Fe, los encuestados respondieron

con un 81% de que, si la conocen, mientras que con un porcentaje de 19% los hicieron con un no, esto da a entender que la gastronomía del cantón es conocida y aceptada de manera local.

5. ¿Qué platos conoce sobre la gastronomía del cantón Buena Fe?

Figura 7.

Platos del cantón Buena Fe



PLATOS DEL CANTÓN BUENA FE

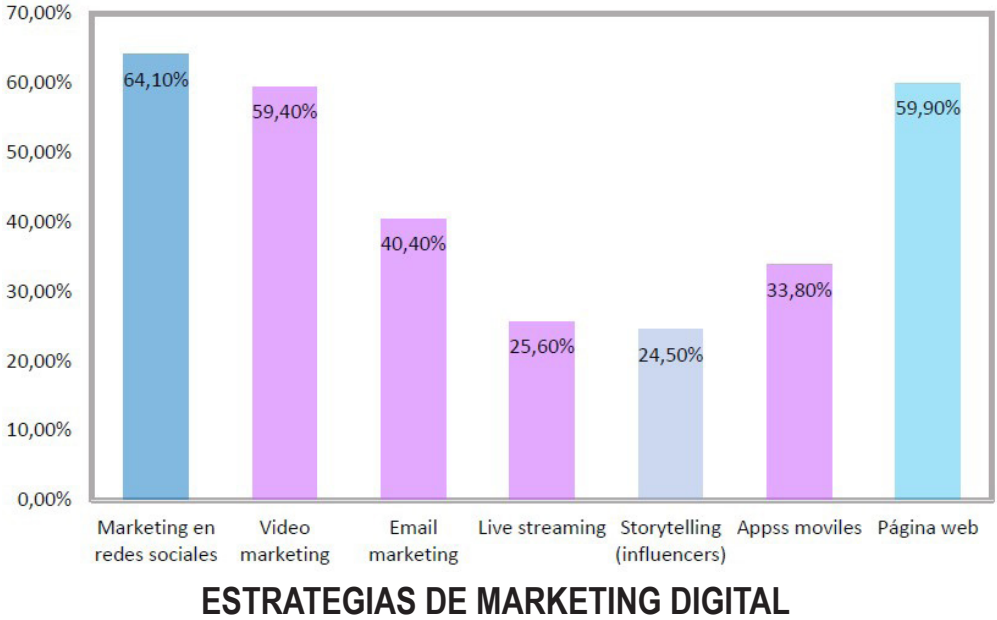
Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

Los encuestados mencionaron que el plato que más conocen es la tilapia frita con un porcentaje de 61,20%, al contrario de la humita la cual posee un 60,70% y con un porcentaje no tan bajo se encuentra el bollo de pescado con 40,40%, cabe mencionar que los datos obtenidos soy muy favorables por el motivo de que la gastronomía del cantón es conocida.

6. ¿Qué tipos de estrategias de marketing digital cree usted que ayudaría a promocionar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?

Figura 8.

Estrategias de marketing digital



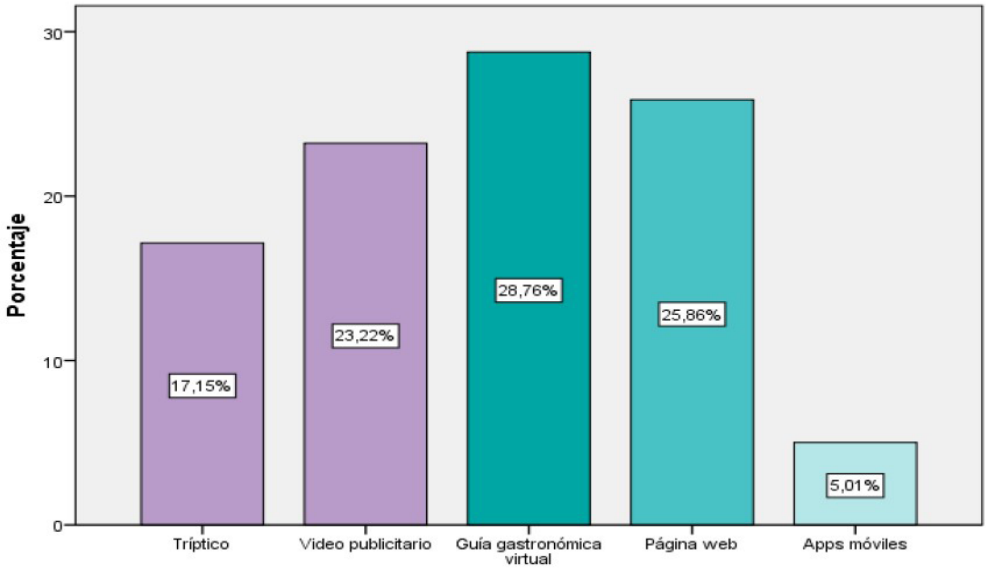
Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

A continuación, en el presente gráfico referente a la variable de estrategias de marketing digital, los encuestados respondieron con el 64,10% que el marketing digital en redes sociales sería el que más ayudaría, con muy poca diferencia esta seguido del 59,90% la página web y por último se encuentra los storytelling (influencers) con el 24,50%. Los datos obtenidos dan a entender que la mayoría posee una cuenta en redes sociales, la cual sería una manera más factible de promocionar este tipo de modalidad y de llegar a los usuarios que las poseen.

7. ¿Qué tipo de herramienta le gustaría que se aplicara para la promoción del turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?

Figura 9.

Herramientas para la promoción del turismo gastronómico



TIPO DE HERRAMIENTA PARA LA PROMOCIÓN TURISMO GASTRONÓMICO

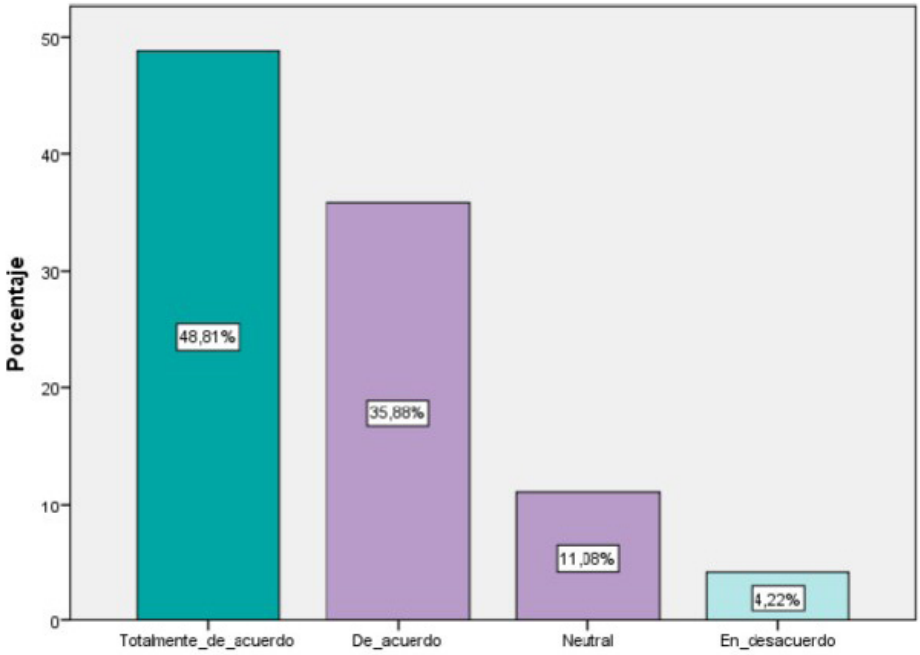
Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

Considerando los datos obtenidos en el siguiente gráfico, los encuestados dieron a conocer que el tipo de herramienta que les gustaría que se aplicara sería una guía gastronómica virtual con un 28,76%, además de una página web con un 25,86% y por último con un 5,01% se encuentran las Apps móviles. Dando a entender que los ciudadanos prefieren este tipo de herramienta por el motivo de que da a conocer de manera resumida el producto que se está ofertando.

8. ¿Estaría usted de acuerdo que la implementación de estrategias de marketing digital ayudaría a impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?

Figura 10.

Implementación de estrategias de marketing digital



IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

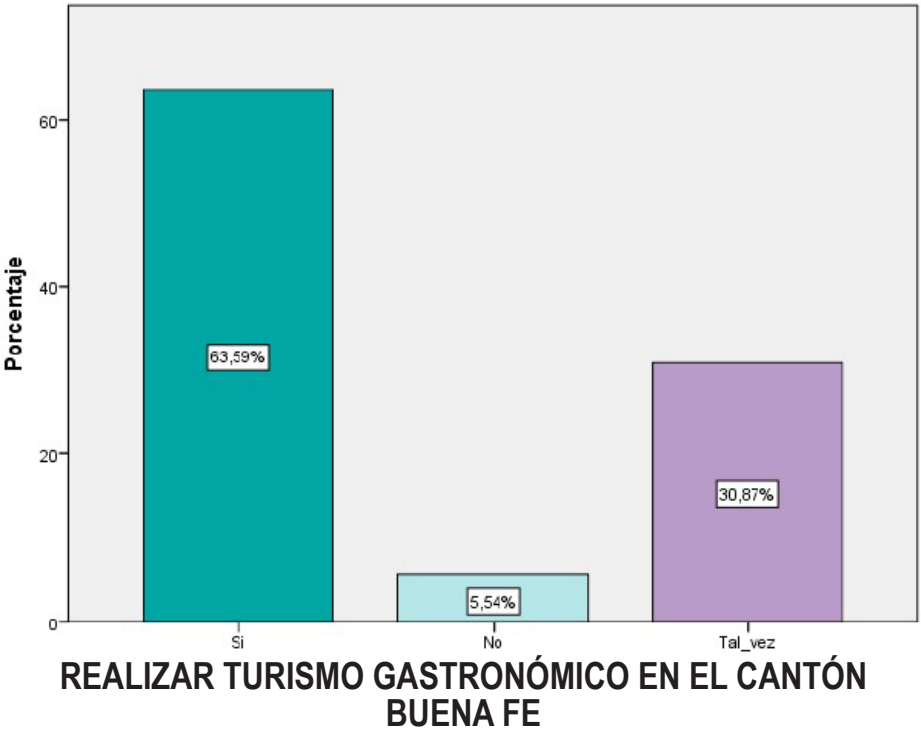
Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

De las personas encuestadas respondió con un 48,81% de que están totalmente de acuerdo sobre la implementación de estrategias de marketing digital, mientras que con un 4,22% se encuentran en desacuerdo, esto da a entender de que al implementar dichas estrategias de marketing digital serían de ayuda para impulsar este tipo de modalidad dentro del cantón.

9. ¿Si tuviera la oportunidad de realizar turismo gastronómico en el cantón Buena Fe ¿lo haría?

Figura 11.

Realización de turismo gastronómico en el cantón Buena Fe



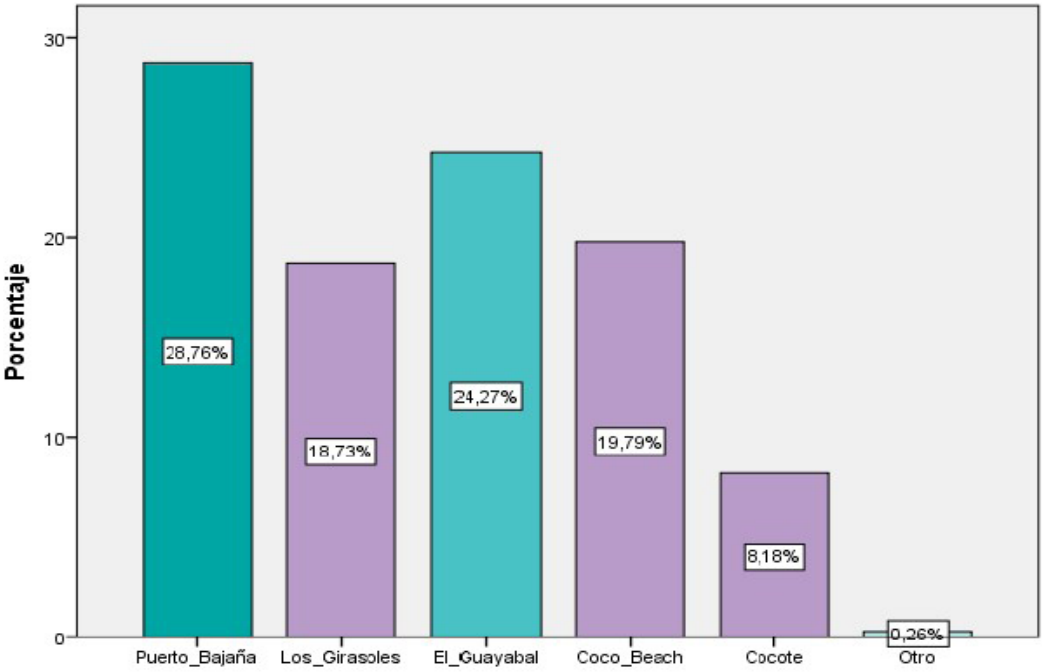
Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

Dentro de los datos obtenidos en el siguiente gráfico de barras con respecto de si realizarían turismo gastronómico en el cantón Buena Fe, se evidencia que con un alto porcentaje de 63,59% se encuentra en que, si lo harían, con un 30,87% tal vez lo haría a diferencia de un 5,54% de no hacerlo. Considerando que este tipo de turismo si tendría buena acogida por parte de actuales y futuros turistas.

10. ¿Qué restaurante sería de su preferencia a la hora de alimentarse?

Figura 12.

Restaurante de su preferencia



RESTAURANTE DE SU PREFERENCIA

Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022

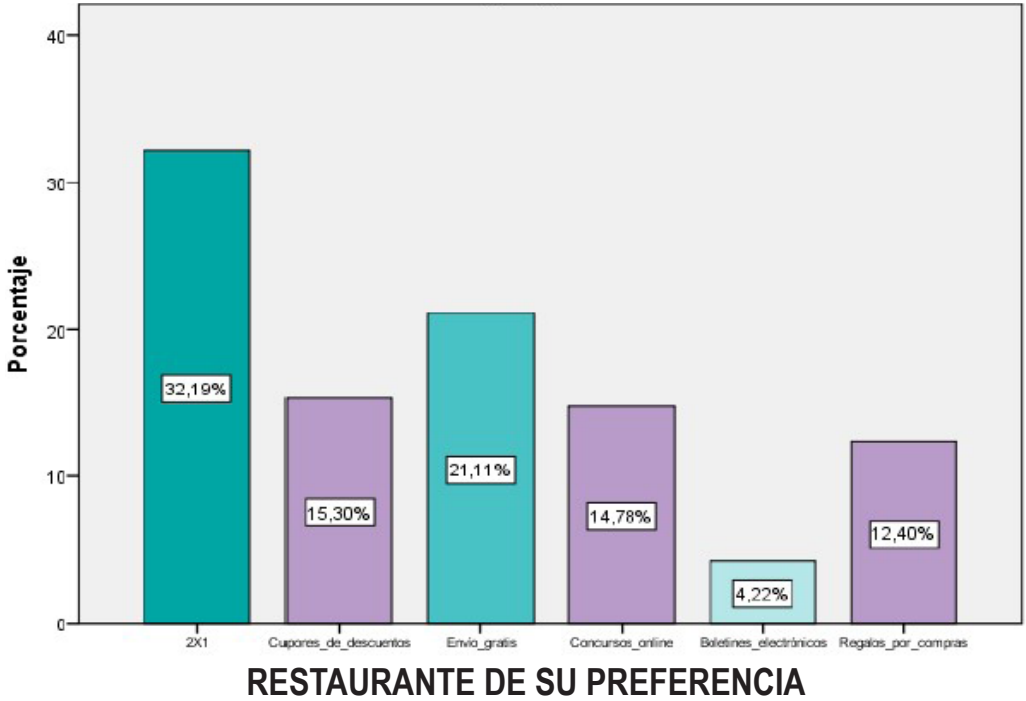
Elaboración: Autora del proyecto

Con un 28,76% los encuestados mencionaron que prefieren el Puerto Bajaña, mientras que con el 24,27% su elección a la hora de alimentarse es El Guayabal, con un bajo índice de preferencia se encuentra el Cocote con un 8,18% y por último la elección de otros establecimientos del 0,26%, los resultados dan a entender que los visitantes prefieren al Puerto Bajaña por la vista que posee al río Bajaña y disfrutar de un baño en las aguas de este río, además de degustar su famosa tilapia frita.

11. ¿Qué instrumento de promoción le gustaría que se aplicara por parte de los restaurantes?

Figura 13.

Instrumento de promoción



Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022

Elaboración: Autora del proyecto

Del total de los datos obtenidos sobre el instrumento de promoción, se obtuvo con un 32,19% los encuestados prefieren el 2x1, seguido de la promoción de envío gratis con el 21,11%, a diferencia de los que prefieren boletines electrónicos con un 4,22%, esto ayuda a entender que, a la hora de visitar un establecimiento en familia o amigos, los clientes prefieren ahorrar algo de dinero al momento de ordenar su alimento.

Resumen de las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe.

Mediante la siguiente tabla se presentará la información de manera resumida sobre los datos obtenidos en la encuesta online, a través de Google Forms, para identificar las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe.

Tabla 17. Resumen de las preferencias de los turistas

Preguntas	Percepción del turista
Género	Mayoría sexo femenino
Edad	Entre 20 a 30 años
Ocupación	Estudiantes
Conoce la gastronomía	Si
Platos que conoce de la gastronomía del cantón Buena Fe	Tilapia frita, humita, caldo de gallina criolla.
Tipos de estrategias de marketing digital para promocionar el turismo gastronómico	Marketing en redes sociales, Página web, Video marketing.
Herramienta para la promoción del turismo gastronómico	Guía gastronómica virtual
Implementación de estrategias de marketing digital	Totalmente de acuerdo
Realización de turismo gastronómico en el cantón Buena Fe	Si
Restaurante de su preferencia	Puerto Bajaña
Instrumento de promoción	2x1

Fuente: Aplicación de encuestas online, 2022
Elaboración: Autora del proyecto

4.1.3. Estrategias de marketing digital para impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe

Por medio de la información obtenida del resultado 1, en el cual se aplicó la elaboración de fichas técnicas de los establecimientos y de los platos típicos del cantón, tomando en consideración los más se representativos del lugar; además de también el haber aplicado las encuestas a la población con el fin de conocer cuáles son las mejores estrategias para ser aplicadas y ser llevadas a cabo para la realización de la siguiente investigación.

Para la elaboración de este tercer objetivo y con la información recolectada de los resultados anteriores, se tomó en consideración la aplicación de 2 estrategias las cuales son la elaboración de una guía gastronómica virtual la cual fue difundida por medio de las redes sociales de Facebook e Instagram, y dar a conocer un poco sobre la gastronomía del cantón Buena Fe.

4.1.3.1. Diseño de una guía gastronómica virtual

A continuación, se presenta el diseño de la guía gastronómica del cantón Buena Fe, en donde se encuentra una pequeña descripción de los restaurantes, la ubicación de los establecimientos representados en un mapa, además del recetario de los 9 platos típicos que considerados como los más representativos del lugar.

Figura 14

Portada de la guía gastronómica

Figura 15

Índice de la guía gastronómica

Figura 16

Reseña histórica del cantón Buena Fe

Figura 17

Mapa de los establecimientos

Figura 18

Reseña del establecimiento

Figura 19

Frase

Figura 20

Recetario

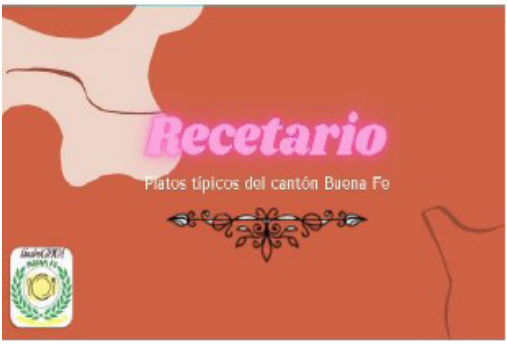


Figura 21

Ingredientes y preparación del plato

4.1.3.2. Difusión de la guía gastronómica virtual en las redes sociales (Facebook e Instagram)

Se realizó la elaboración de un logo, el cual fue colocado en las redes sociales como foto de perfil en representación e identificación de la guía gastronómica del cantón Buena Fe.

Figura 22.
Logo

Nombre: Es la unión de las palabras gastronomía y típica, dando énfasis a la comida típica del lugar.

Colores: representan a los de la bandera del cantón Buena Fe.

Hojas: es un símbolo representativo del cantón

Slogan: por las comidas que representan a nuestras culturas y que esta va pasando de generación en generación.

Imagen: por la representación que posee dentro de los restaurantes y gastronomía.

Para la difusión de la guía gastronómica, se realizó la creación de una cuenta en Facebook e Instagram para dar a conocer un poco de lo que representa la gastronomía del cantón Buena Fe.

Figura 23.
Página de Facebook de la guía gastronómica

Enlace de la página de Facebook: https://www.facebook.com/Gastrot%C3%ADpica-Buena-Fe-102179835829886

Figura 24.

Página de Instagram de la guía gastronómica

Enlace de la página de Instagram: https://www.instagram.com/gastrotipica/

4.2. Discusión

Como resultados de la investigación se pudo encontrar que en la municipalidad y del departamento de turismo del cantón les falta trabajar un poco más, ya que no hay promoción y difusión de la gastronomía del cantón, no cuenta con ningún sitio informático o página web que esté dirigido a este tema; con este resultado se hace referencia a una investigación realizada en el cantón Paltas, Provincia de Loja en el 22017 realizada por Montoya demuestra que el cantón Paltas si posee una página web en donde se puede visualizar su promoción turística, pero se encuentra con la falencia de que no trata ningún tema sobre la gastronomía que posee, por ello evidencia de que no cuenta con un plan de marketing para dar una buena promoción y difusión de la gastronomía.

En los resultados obtenidos dentro de la investigación se puede observar que el cantón tiene baja importancia con respecto a la publicidad de la gastronomía del cantón, porque no hay páginas para ofertar los platos que se ofrecen, esto conduce a que haya un desconocimiento del turismo gastronómico que se podría impulsar en el lugar a más de que personas externas no tengan un interés en conocer la cultura gastronómica, aunque se pudo también encontrar que no hace mucho, dentro del cantón se realizó una feria gastronómica en donde también se invitó a cantones vecinos para que presentaran sus platos típicos, esto da a entender que están trabajando un poco más en este ámbito y que les falta mucho trabajo para que se haga conocer la gastronomía del cantón; con este resultado se hace referencia a una investigación realizada por Velasquez en el 2021 sobre marketing digital dentro del sector gastronómico en Playas, en donde el autor del proyecto encontró como resultados la falta de ferias gastronómicas, que presenta poca publicidad en medios digitales, esto es por la falta de conocimiento de los habitantes del lugar hacia los medios digitales que en la actualidad son muy utilizados, además de que no conocen sobre el tema del turismo gastronómico, esto provoca un desinterés en los comuneros, como también en visitantes y turistas.

Por medio de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón, estas llevaron a cabo con el fin de conocer sus preferencias para así poder aplicar las mejores estrategias de marketing digital, las cuales se utilizó la elaboración de una guía gastronómica la cual posee información sobre los restaurantes visitados, un mapa donde se observa los establecimientos, como también un recetario con algunos de los platos que posee el cantón, y para difundir dicha guía se consideró la utilización de redes sociales como son Facebook e Instagram ya que estas se pueden consideran las aplicaciones más utilizadas por la mayoría de usuarios; haciendo referencia con el resultado del trabajo realizado en el cantón Patate 2021, aquí se utilizó la metodología de Sosta y Dim buscando el mejor plan óptimo para la reactivación del turismo; por medio de una recopilación de información o datos buscan establecer las mejores redes sociales para difundir la información y de llegar al turista a más de que esos datos recolectados también ayudan a establecer estrategias para que el turista se sienta seguro a la hora de visitar del lugar.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El cantón Buena Fe posee una gran variedad de platos gastronómicos, demostrando que existen restaurantes que ofertan platos típicos con la única finalidad de conservar ese lado cultural, por medio de la aplicación de fichas técnicas se identificaron 5 establecimientos y 9 platos típicos los cuales se ha considerado los más representativos del cantón, dando como resultado que tiene potencial para realizar la modalidad de turismo gastronómico y que al llegar a implementarlo este sería otro tipo de ingreso económico para los habitantes del cantón.

Por medio de las encuestas realizadas a los a los habitantes sobre la preferencia de los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe, se llegó a la conclusión de que existen un gran porcentaje del 81% de personas que sí conocen los platos típicos del lugar, como también están totalmente de acuerdo con un 48,81% en que la implementación de estrategias de marketing digital sería una mejor forma de dar a conocer este tipo de servicio ya que el cantón es poco conocido de manera nacional y extranjera, la aplicación de estrategias de marketing digital y con la ayuda de la tecnología en la actualidad es más fácil llegar a todos los lugares del planeta.

En la implementación de las estrategias de marketing digital el diseño de una guía gastronómica virtual da a conocer de manera simplificada y fácil los platillos que posee el cantón, además de encontrar otro tipo de información importante perteneciente al lugar, como también la promoción de esta guía por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram, con esto se logra de que se haga conocer al cantón por su excelente gastronomía y el potencial que posee para incursionar en el turismo gastronómico.

5.2. Discusión

Darle más importancia a este tipo de servicio aplicando una buena gestión, además de que realicen más programas o ferias gastronómicas en donde se hagan demostraciones de los platos típicos del cantón, como también crear conversatorios para que de otros lugares den a conocer lo que ofrece su cultura gastronómica.

De acuerdo con las preferencias de los medios digitales para la promoción de la gastronomía se debe tener en cuenta que la tecnología ayuda en muchos de los ámbitos en la actualidad, y hay que saber aprovecharla, ya que es por los medios digitales que se puede llegar a los turistas que buscan vivir nuevas experiencias y conocer nuevos lugares y es ahí donde hay que saber cómo dar a conocer y difundir la información de manera correcta y que ayude a que sean reconocidos en todos los lugares del mundo.

Con respecto a las estrategias para la difusión del turismo gastronómica en el cantón, elaborar una guía gastronómica más completa poniendo la información de todos los restaurantes de la zona con todos los platos que se ofertan, además de implementar otro tipo de estrategias para promocionar al cantón como un sitio turístico por su gastronomía haciendo uso de todos los medios digitales que se ofrece en la actualidad.

Bibliografía

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA). (03 de 2020). PROTOCOLO QUE DEBEN CUMPLIR LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA Y PARA QUIENES PREPAREN Y ENTREGUEN ALIMENTOS. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/PROTOCOLO_ESTABLECIMIENTOS_ALIM_COLECTIVA.pdf

Armijos, S. (15 de 12 de 2020). *La gastronomía, un imán turístico para el Ecuador. VISTAZO.* Obtenido de https://www.vistazo.com/enfoque/la-gastronomia-un-iman-turistico-para-el-ecuador-CDVI214341

Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., . . . Ruiz, P. (s.f.). *Introducción al turismo*. Obtenido de http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

Burgos Mendoza, M. (2018). *PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN BUENA FE PROVINCIA DE LOS RÍOS. INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.* Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5477/P-UTB-FCSE-HTURIS-000056.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chica Andrade, J. M., Ptiño Rojas, M. I., & Álvarez Ordóñez, F. (s.f.). *Poyecto de Desarrollo Turístico para el Cantón Buena Fe en la Provincia de Los Ríos.* Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7725/1/Proyecto%20de%20Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20para%20el%20Cant%C3%B3n%20Buena%20F%C3%A9%20en%20la%20Provincia%20de%20Los%20R%C3%ADos.pdf

Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 152-181.

Editorial Etecé. (s.f.). *Gatronomía.* Obtenido de https://concepto.de/gastronomia/

EL COMERCIO. (17 de 02 de 2021). *MARKETING DIGITAL EN ECUADOR.* Obtenido de https://www.elcomercio.com/pages/marketing-digital-ecuador.html

Encalada Tenorio, G., Sandoya Mayorga, L., Troya Terranova, K., & Camacho Villota, J. (2019). EL MARKETING DIGITAL EN LAS EMPRESAS DE ECUADOR. Revista Ciencia e Investigación, 10.

Entorno Turístico Staff. (04 de 01 de 2022). *Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros.* Obtenido de https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/

GASTRONÓMICA INTERNACIONAL. (21 de 04 de 2019). *¿QUÉ ES GASTRONOMÍA?* Obtenido de https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/todos/que-es-gastronomia/

Guevara Merchán, M. C., & Morales Castro, E. R. (2016). *LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO INTERNO EN LA CIUDAD DE CUENCA. Monografía previa a la obtención del título de: "Ingeniera en turismo" y "Licenciado en Gastronomía y Servicios en Alimentos y Bebidas". CUENCA – ECUADOR.* Obtenido de https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24474/1/Tesis.pdf

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing.* Decimoprimera edición. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Lazo Serrano, C. A., Bastidas Andrade, M. I., Aguilar González, F. E., & Calle Iñiguez, M. P. (2017). La Potencialidad Turística y sus Oportunidades De Emprendimiento. Caso Pasaje. *INNOVA Research Journal*, 21.

Mariscal Suárez, T. E. (19 de 01 de 2018). *Aproximación teórica del Big Data sobre el marketing Digital. Componente práctico del examen complexivo previo a la obtención del grado de Ingeniería*

en Marketing. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9956/3/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-419.pdf

Martínez, G. (27 de 10 de 2021). *MEDIA SOURCE. Marketing Digital:* Qué es y las mejores estrategias (2022). . Obtenido de https://www.mediasource.mx/blog/marketing-digital

MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR). (05 de 10 de 2018). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Ministerio del Turismo (MINTUR). (17 de 09 de 2018). *Ecuador cuenta con un Plan Nacional Gastronómico para promover el turismo.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/ecuador-cuenta-con-un-plan-nacional-gastronomico-para-promover-el-turismo-en-el-pais/

Moctezuma, C. (s.f.). *¿QUÉ ES LA GASTRONOMÍA?* Obtenido de CHEF MODE: https://chefmode.mx/que-es-la-gastronomia/

Montecinos, A. (05 de 07 de 2016). *¿Qué es un Producto Gastronómico y Turístico?* Obtenido de https://cegaho.wordpress.com/2016/07/05/productos-gastronomicos-y-turisticos-diseno-gestion-y-venta-en-iberoamerica/

Montoya Vargas, K. A. (2017). "Plan de Marketing para la Ruta Gastronómica del Cantón Paltas, Provincia de Loja". LOJA, ECUADOR: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC). (2019). *La Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. doi: 10.18111/9789284420995.*

Sánchez Arroba, R. M. (2021). "MARKETING DIGITAL PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN PATATE". Ambato, Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (25 de Febrero de 2014). *Sistema Nacional de Información.* Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1210_BUENA%20FE_LOS%20RIOS.pdf

Vázquez, J. A. (03 de 05 de 2017). *Turismo Gastronómico: una forma diferente de hacer turismo.* Obtenido de ENTORNO GASTRONÓMICO.: https://www.entornoturistico.com/turismo-gastronomico-una-forma-diferente-turismo/

Velasquez Bone, A. S. (2021). Propuesta de estrategia marketing digital dentro del sector gastronómico para incentivar el turismo caso-Playas. Guayaquil, Ecuador: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *UNWTO Tourism Definitions. doi: 10.18111/9789284420858.*

ANEXO

Anexo: 1

Aplicación de entrevistas para el levantamiento de las fichas técnicas de establecimientos y platos del cantón Buena Fe.

Foto 1. Coco Beach Seafood

Foto 2. Delicias del mar

Foto 3. Don Cocotte

Foto 4. Restaurant El Criollo

Foto 5. Puerto Bajaña

Anexo: 2

Fichas de inventario de los establecimientos.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICO-GASTRONÓMICA					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	Cod. Ficha	001	Fecha	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	Cantón	Buena Fe	Parroquia	San Jacinto de Buena Fe

1. Datos del establecimiento					
1.1 Nombre	Coco Beach Seafood				
1.2 Dirección	Coop. 19 de octubre. Principal S/N				
1.3 Teléfono	052950923	1.4 Tipo		1.5 Categoría	
1.6 E-mail	n/d	Restaurante	X	Primera	
1.7 Propietario	Saltos Espinoza Julio Cesar	Bar		Segunda	X
1.8 Contacto	0999762503	Cafetería		Tercera	
1.9 Tiempo de funcionamiento	7 años	Kiosko de comida		Cuarta	
1.10 Servicios disponibles	Restaurante	Carretera			
1.11 Precio medio	$8	1.12 n° de mesas	18	1.13 n° de plazas	70-72

2. Personal		
2.1 Número de empleados		4
2.2 Formación	Sin formación	
	Primaria	
	Secundaria	X
	Superior	
	Otras	

3. Menú disponible		
Nombre del plato	P.V.P.	Cod de ficha I.G.
Arroz marinero	$11	001
Camarones apanados	$8	002
Sopa marinera	$11	003
Ceviche marinero	$11	004
Pescado frito	$8	005
Encocado mixto	$13	006
Camotillo	$12	007

4. Observación

-Se encuentra ubicado cerca de la vía la Troncal de la Costa, cerca del Centro Recreacional Victoria.

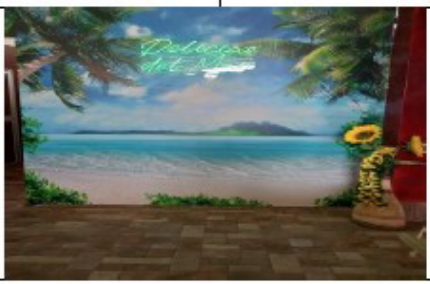
-El establecimiento a más de su menú, también ofrece almuerzos como el seco de gallina, entre otros.

-Instalaciones amplias y una buena atención

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICO-GASTRONÓMICA					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	Cod. Ficha	002	Fecha	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	Cantón	Buena Fe	Parroquia	San Jacinto de Buena Fe

5. Datos del establecimiento					
1.1 Nombre	Delicias del mar				
1.2 Dirección	Lot. Altagracia. Variante por la lavadora ISAMARY				
1.3 Teléfono	0991736108	1.4 Tipo		1.5 Categoría	
1.6 E-mail	n/d	Restaurante	X	Primera	
1.7 Propietario	Verónica Saltos Espinoza	Bar		Segunda	X
1.8 Contacto	n/d	Cafetería		Tercera	
1.9 Tiempo de funcionamiento	3años	Kiosko de comida		Cuarta	
1.10 Servicios disponibles	Restaurante, bebidas	Carretera			
1.11 Precio medio	$12	1.12 n° de mesas	12	1.13 n° de plazas	50

6. Personal		
2.1 Número de empleados		3
2.2 Formación	Sin formación	
	Primaria	
	Secundaria	X
	Superior	
	Otras	



7. Menú disponible		
Nombre del plato	P.V.P.	Cod de ficha I.G.
Arroz marinero	$10	001
Camarón apanado	$7	002
Pescado apanado	$7	003
Pescado frito	$7	004
Camotillo	$10	005
Cangrejos	$14	006
Ceviche	$7	007
Sopa marinera	$10	008

8. Observación

-Su horario de atención es de lunes a domingo de 8:00 a 19:00
-El lugar ofrece la realización de eventos
-Anteriormente ofrecía almuerzos por estar ubicados frente a la carretera, en la actualidad por su cambio de domicilio han bajado las ventas y ya no los ofrecen.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICO-GASTRONÓMICA					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	Cod. Ficha	003	Fecha	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	Cantón	Buena Fe	Parroquia	San Jacinto de Buena Fe

9. Datos del establecimiento					
1.1 Nombre	Don Cocotte				
1.2 Dirección	Olmedo Cedeño y Av. 7 de agosto				
1.3 Teléfono	0997891683	1.4 Tipo		1.5 Categoría	
1.6 E-mail	n/d	Restaurante	X	Primera	
1.7 Propietario	Roxana Alvarado (encargada)	Bar		Segunda	X
1.8 Contacto	n/d	Cafetería		Tercera	
1.9 Tiempo de funcionamiento	2 años	Kiosko de comida		Cuarta	
1.10 Servicios disponibles	Restaurante , bar, cafetería	Carretera			
1.11 Precio medio	$3	1.12 n° de mesas	7	1.13 n° de plazas	30

10. Personal		
2.1 Número de empleados		2
2.2 Formación	Sin formación	
	Primaria	
	Secundaria	X
	Superior	
	Otras	

11. Menú disponible		
Nombre del plato	P.V.P.	Cod de ficha I.G.
Bolón	$2,75	001
Tigrillo	$2,25	002
Montuvio	$3	003
Alitas BBQ	$4	004
Cordon Blue	$6	005
Humita	$1,75	006

12. Observación
-A más de ofrecer los platillos mencionados, también se puede encontrar con almuerzos. -Su horario de atención son de lunes a sábado de 8:00 a 22:00, con excepción de los miércoles que cierran a las 21:00.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICO-GASTRONÓMICA					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. Ficha**	004	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe

13. Datos del establecimiento					
1.1 Nombre	Asadero Restaurant "El Criollo"				
1.2 Dirección	Coop. 19 de octubre. Calle Segundo Jiménez				
1.3 Teléfono	0991816499	**1.4 Tipo**		**1.5 Categoría**	
1.6 E-mail	n/d	**Restaurante**	X	**Primera**	
1.7 Propietario	Ángel Vera	**Bar**		**Segunda**	
1.8 Contacto	n/d	**Cafetería**		**Tercera**	X
1.9 Tiempo de funcionamiento	12 años	**Kiosko de comida**		**Cuarta**	
1.10 Servicios disponibles	Restaurante	**Carretera**			
1.11 Precio medio	$5	**1.12 n° de mesas**	10	**1.13 n° de plazas**	40

14. Personal		
2.1 Número de empleados		2
2.2 Formación	**Sin formación**	
	Primaria	X
	Secundaria	
	Superior	
	Otras	

15. Menú disponible		
Nombre del plato	**P.V.P.**	**Cod de ficha I.G.**
Costilla sencilla	$6	001
Hubre	$5	002
Caldo de gallina	$4,50	003
Seco de gallina	$4,50	004
Parrillada familiar	$26	005

16. Observación
-Su horario de atención es de lunes a domingo en horas de la tardes, a partir de las 5 pm, excepto de los domingo que lo realizan todo el día.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICO-GASTRONÓMICA					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. Ficha**	005	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe

17. Datos del establecimiento					
1.1 Nombre	Puerto Bajaña				
1.2 Dirección	Coop. Nueva Buena Fe. Sector La Dolorosa				
1.3 Teléfono	0978729677	**1.4 Tipo**		**1.5 Categoría**	
1.6 E-mail	n/d	**Restaurante**	X	**Primera**	
1.7 Propietario	Joel Vizacarra	**Bar**		**Segunda**	
1.8 Contacto	n/d	**Cafetería**		**Tercera**	X
1.9 Tiempo de funcionamiento	30 años	**Kiosko de comida**		**Cuarta**	
1.10 Servicios disponibles	Restaurante , piscina, barra, bar, discoteca, canchas deportivas, áreas de descanso (hamacas)	**Carretera**			
1.11 Precio medio	$5	**1.12 n° de mesas**	30	**1.13 n° de plazas**	1000

18. Personal		
2.1 Número de empleados		8
2.2 Formación	**Sin formación**	
	Primaria	
	Secundaria	X
	Superior	
	Otras	

19. Menú disponible		
Nombre del plato	**P.V.P.**	**Cod de ficha I.G.**
Tilapia frita	$5	001
Seco de gallina criolla	$5	002
Caldo de gallina	$4	003
Fritada	$5	004
Papi pollo	$2,50	005
Maduro lampreado	$0,50	006
Corviches	$0,50	007
Camarones apanados	$6	008
Hornados	$5	009

20. Observación

-El lugar ofrece eventos para fechas importantes, en donde las entradas varían dependiendo del evento a realizar ($3, $5 y $10)

-Para el ingreso de la piscina tiene un costo de $1 para los niños y de $2 para adultos.

Anexo: 3

Ficha de inventario de los platos

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	001	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe

1 Descripción del plato			
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)			
1.1.1 Denominación	Bollo	**1.1.2 Variación de denominación**	

1.1.3 Categoría		**1.1.4 Reconocimiento cultural**		**1.1.5 Procedencia de la receta**		**1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes**		**1.1.7 Temporalidad**	
Alimento	X	**Plenamente aceptado**	X	**Familiar (de antepasados)**	X	**Naturales**		**Regular**	X
Bebida		**Reconocido minoritariamente por la comunidad**		**Social/vecinal**		**Procesados o en conserva**			
Repostería		**Reconocido mayoritariamente por la comunidad**		**De otras comarcas**		**Originales del lugar**	X	**Temporal**	
		En peligro de desaparición		**Nacional**		**De otros lugares del país**			
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				**De países vecinos**		**Importado países**		**Especial**	

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				**1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo**		**2. Recetario**
Muy bajo		**Medio**	X	**Alto**	X	**2.1 Número de porciones**
Bajo		**Alto**		**Medio**		**2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:**

Regular		**Muy Alto**		**Bajo**	
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos					2 h

Ingredientes: Verde, pescado o chancho, cebolla, pimiento, maní, aliño, comino, pimienta, sal, agua, ajo, achiote.

Preparación: Pelar los verdes que serán utilizados para la receta, después de eso rayarlos, realizar un refrito de cebolla, tomate, pimiento y ajo con un poquito de aceite y achiote, agregar el maní, el verde rayado y agua, mezclar para que la masa no se pegue y dejar que se cocine hasta espesar, sazonar con sal y pimienta al gusto. Proseguir a llenar las hojas de verde con la masa y una tira de pescado, cerrar las hojas y amarrarla con una tira. Colocarlos en una olla para cocinarlos.

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS

Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	002	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe

1 Descripción del plato

1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)

1.1.1 Denominación	Chicharrón de gallina	**1.1.2 Variación de denominación**	

1.1.3 Categoría		**1.1.4 Reconocimiento cultural**		**1.1.5 Procedencia de la receta**		**1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes**		**1.1.7 Temporalidad**	
Alimento	X	**Plenamente aceptado**		**Familiar (de antepasados)**	X	**Naturales**		**Regular**	X
Bebida		**Reconocido minoritariamente por la comunidad**		**Social/vecinal**		**Procesados o en conserva**			
Repostería		**Reconocido mayoritariamente por la comunidad**	X	**De otras comarcas**		**Originales del lugar**	X	**Temporal**	
		En peligro de desaparición		**Nacional**		**De otros lugares del país**			
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				**De países vecinos**		**Importado países**		**Especial**	

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo		2. Recetario	
Muy bajo		Medio		Alto		2.1 Número de porciones	
Bajo		Alto		Medio	X	2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:	
Regular	X	Muy Alto		Bajo		**Ingredientes:** muslo de la gallina, harina de trigo, pimienta, sal, orégano, aceite	
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos					30 min	**Preparación:** Cortar los muslos de gallina en pedazos pequeños, en un recipiente mezclar la sal, pimienta y la harina, pasar los trozos de gallina por la masa, para luego proseguir a freírlos en un sartén con aceite caliente, mantenerlos en el fuego hasta que estén dorados.	

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS

Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	Cod. ficha	003	Fecha	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	Cantón	Buena Fe	Parroquia	San Jacinto de Buena Fe

1 Descripción del plato									
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)									
1.1.1 Denominación	Tilapia frita			1.1.2 Variación de denominación					
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X

Bebida		**Reconocido minoritariamente por la comunidad**		**Social/vecinal**		**Procesados o en conserva**			
Repostería		**Reconocido mayoritariamente por la comunidad**		**De otras comarcas**		**Originales del lugar**	X	**Temporal**	
		En peligro de desaparición		**Nacional**		**De otros lugares del país**	X		
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				**De países vecinos**		**Importado países**		**Especial**	

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				**1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo**		**2. Recetario**	
Muy bajo		**Medio**		**Alto**	X	**2.1 Número de porciones**	1
Bajo		**Alto**		**Medio**		**2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:**	
Regular	X	**Muy Alto**		**Bajo**		**Ingredientes:** tilapia, aceite, sal, pimienta, verde.	
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos					1 h 30	**Preparación:** mezclar la harina, con la sal y la pimienta, y en otro recipiente batir el huevo, pasar la tilapia por el huevo batido y después por la mezcla de la harina, freír la tilapia en aceite caliente hasta que esta se encuentre doradita y crujiente, para acompañar la tilapia preparar un curtido de cebolla, tomate agregarle sal y limón además de un poquito de hierbita, y pelar unos verdes para los patacones.	

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS

Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	004	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe
1 Descripción del plato					

1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)											
1.1.1 Denominación	Seco de gallina					1.1.2 Variación de denominación					
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural			1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado		X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales	X	Regular	X	
Bebida		Reconocido minoritariamente por la comunidad			Social/vecinal		Procesados o en conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad			De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición			Nacional		De otros lugares del país	X			
1.2 Factores de elaboración y nutricionales					De países vecinos		Importado países		Especial		
1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo		2. Recetario					
Muy bajo		Medio	X	Alto	X	2.1 Número de porciones					
Bajo		Alto		Medio		2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:					
Regular		Muy Alto		Bajo		Ingredientes: gallina, cebolla, tomate, pimiento, comino, hierbita, achiote, pimienta, sal, yuca.					
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos				30-40 min							

Preparación: Espolvorear sal y pimienta a las presas del pollo, después llevarlas a un sartén para sellar las presas esto se hará con un poquito de achiote, licuar la cebolla, tomate, pimiento, ajo, hierbita hasta obtener una mezcla espesa. Cuando ya las presas estén selladas verter la mezcla en el sartén, mantener a fuego hasta que la carne este suave, agregar sal y pimienta al gusto.

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS

Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	005	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe

1 Descripción del plato			
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)			
1.1.1 Denominación	Caldo de gallina criolla	**1.1.2 Variación de denominación**	

1.1.3 Categoría		**1.1.4 Reconocimiento cultural**		**1.1.5 Procedencia de la receta**		**1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes**		**1.1.7 Temporalidad**	
Alimento	X	**Plenamente aceptado**	X	**Familiar (de antepasados)**	X	**Naturales**	X	**Regular**	X
Bebida		**Reconocido minoritariamente por la comunidad**		**Social/vecinal**		**Procesados o en conserva**			
Repostería		**Reconocido mayoritariamente por la comunidad**		**De otras comarcas**		**Originales del lugar**	X	**Temporal**	
		En peligro de desaparición		**Nacional**		**De otros lugares del país**	X		
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				**De países vecinos**		**Importado países**		**Especial**	

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo		2. Recetario
Muy bajo		**Medio**	X	**Alto**	X	**2.1 Número de porciones**
Bajo		**Alto**		**Medio**		**2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:**
Regular		**Muy Alto**		**Bajo**		**Ingredientes:** gallina criolla, yuca, zanahoria, cebolla blanca, sal al gusto, pimienta, aceite, hierbita, agua, perejil.
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos				40 min		**Preparación:** poner agua en una olla y agregarle las presas de gallina hasta que esta hierva, ir quitando la espuma que la gallina bota, ponerle cebolla blanca, la yuca, zanahoria, además de la sal y pimienta al gusto, tapar hasta que se impregne los sabores de las especias. Cuando el plato esté servido agregarle una presa, hierbita y cebollita blanca picada.

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS

Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	006	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe
1 Descripción del plato					
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)					
1.1.1 Denominación	Tonga	**1.1.2 Variación de denominación**			

1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X
Bebida		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesados o en conserva			
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal	
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país	X		
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				De países vecinos		Importado países		Especial	

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo	
Muy bajo		Medio	X	Alto	X
Bajo		Alto		Medio	
Regular		Muy Alto		Bajo	

1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos	3 h

2. Recetario

2.1 Número de porciones	

2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:

Ingredientes: gallina o gallo, maní, maduro, cebolla, tomate, pimiento, jengibre, comino, ajo, perejil, hierbita, oreganito, arroz, cebolla blanca, pimienta, sal, achiote.

Preparación: Cocinar el arroz con agua, sal al gusto y un poquito de aceite. Para la pasta de maní hacer un refrito de cebolla picada y achiote, disolver el maní en agua y agregarlo al refrito con un poquito de hierbita y sal al gusto. En el seco se procede de igual manera realizar un refrito de cebolla, pimiento, tomate, jengibre y ajo en un poquito de achiote, agregar las presas de gallina para que sellen, después colocar agua, oreganito y dejar que se cocine la preparación. En un sartén se colocarán los maduros picados en tajadas hasta que estén fritos.

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS											
Datos generales											
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco			Cod. ficha	007			Fecha	03/04/2021		
Provincia	Los Ríos			Cantón	Buena Fe			Parroquia	San Jacinto de Buena Fe		
1 Descripción del plato											
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)											
1.1.1 Denominación	Humita				1.1.2 Variación de denominación						
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural			1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado		X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular		
Bebida		Reconocido minoritariamente por la comunidad			Social/vecinal		Procesados o en conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad			De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		X
		En peligro de desaparición			Nacional		De otros lugares del país	X			
1.2 Factores de elaboración y nutricionales					De países vecinos		Importado países		Especial		
1.2.1 Nivel de dificultad elaboración			1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo		2. Recetario						
Muy bajo		Medio		Alto	X	2.1 Número de porciones					
Bajo		Alto		Medio		2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:					
Regular	X	Muy Alto		Bajo		**Ingredientes:** Choclo, queso, mantequilla, cebolla blanca, achiote, sal al gusto, azúcar.					
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos					2 h						

Preparación: Pelar los choclos procurando no dañar todas las hojas porque algunas servirán para colocar la masa y otras serán para formar tiras con las cuales serán amarradas, después de que ya estén todos pelados quitarle la pelusa, cortar los granos de maíz y después llevarlos a ser licuados hasta conseguir una masa. Cuando la masa esté lista agregarle mantequilla, huevo, polvo de hornear y un poquito de achiote para darle más color a la masa, sal y azúcar al gusto. Colocarla la mas en las hojas y amarrarlas con a tiras, llevar a una olla para cocinarlas, dejarlas hasta que estén listas.

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS

Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	008	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe

1 Descripción del plato			
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)			
1.1.1 Denominación	Chicha de chontilla	**1.1.2 Variación de denominación**	

1.1.3 Categoría		**1.1.4 Reconocimiento cultural**		**1.1.5 Procedencia de la receta**		**1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes**		**1.1.7 Temporalidad**	
Alimento	X	**Plenamente aceptado**		**Familiar (de antepasados)**	X	**Naturales**		**Regular**	
Bebida		**Reconocido minoritariamente por la comunidad**	X	**Social/vecinal**		**Procesados o en conserva**			
Repostería		**Reconocido mayoritariamente por la comunidad**		**De otras comarcas**		**Originales del lugar**	X	**Temporal**	X
		En peligro de desaparición		**Nacional**		**De otros lugares del país**			

1.2 Factores de elaboración y nutricionales							**De países vecinos**		**Importado países**		**Especial**
1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				**1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo**		**2. Recetario**					
Muy bajo		**Medio**		**Alto**		**2.1 Número de porciones**					
Bajo		**Alto**		**Medio**	X	**2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:**					
Regular	X	**Muy Alto**		**Bajo**		**Ingredientes:** maduro, chontilla, agua, especias dulces.					
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos					1 h	**Preparación:** En una olla colocar agua para cocinar la chontilla, realizamos el mismo procedimiento con los maduros hasta que estén cocinados para luego retirarlos y majarlos; cuando la chontilla esté lista las majamos en el mismo recipiente en donde fueron cocinadas, después de terminar con la majada, procedemos a cernir el agua algunas veces; esta agua se lo lleva nuevamente a la estufa en donde se agregarán las especias con el maduro, y azúcar al gusto.					

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS					
Datos generales					
Encuestador	Angie Lizeth Saltos Pacheco	**Cod. ficha**	009	**Fecha**	03/04/2021
Provincia	Los Ríos	**Cantón**	Buena Fe	**Parroquia**	San Jacinto de Buena Fe
1 Descripción del plato					
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)					
1.1.1 Denominación	Bolón	**1.1.2 Variación de denominación**			

1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X
Bebida		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesados o en conserva			
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal	
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país	X		
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				De países vecinos		Importado países		Especial	

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración				1.2.2 Valor Nutricional de su Consumo	
Muy bajo		Medio		Alto	
Bajo		Alto		Medio	X
Regular	X	Muy Alto		Bajo	
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos					1 h

2. Recetario

2.1 Número de porciones

2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidades de utensilios especiales:

Ingredientes: Verde, mantequilla, sal, queso o chicharrón, maní (opcional).

Preparación: Pelar el verde y cortarlo en rodajas gruesas para colocarlas en agua y cocinarlos hasta que estos estén blandos; quitarlos del agua y proceder a majarlos, agregarle sal y si desea maní, esta masa será mezclada con queso y si desea también puede ponerle chicharrón, formar las bolas y llevarlas al sartén en aceite caliente hasta que estas estén doradas y crujientes.

Anexo: 4

Formato de encuesta:

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
Licenciatura en Ecoturismo

ENCUESTA

Objetivo: Identificar las preferencias de los turistas sobre los medios digitales para la promoción de la gastronomía del cantón Buena Fe.

12. ¿Cuál es su género?
- Masculino
- Femenino
- Otro

13. ¿Qué edad tiene?
- 20 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 años
- Más de 51 años

14. ¿Cuál es su ocupación?
- Estudiante
- Ama de casa
- Comerciante
- Servidor público
- Servidor privado
- Agricultor
- Artesano
- Desempleado
- Trabajador por cuenta propia

15. ¿Conoce la gastronomía del cantón Buena Fe?
- Si
- No

16. ¿Qué platos conoce sobre la gastronomía del cantón Buena Fe?
Bollos
- Tonga
- Chicharrón de gallina
- Chicharrón de pescado
- Tilapia frita
- Caldo de gallina criolla
- Humita
- Pescado frito
- Chicha de chontilla
- Seco de gallina

- 17. ¿Qué tipos de estrategias de marketing digital cree usted que ayudaría a promocionar el turismo gastronómico en el cantón
- Buena Fe?
- Marketing en redes sociales
- Video marketing
- Email marketing
- Live Streaming
- Storytelling (influencers)
- Apps moviles
- Página web

18. ¿Qué tipo de herramienta le gustaría que se aplicara para la promoción del turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?
- Tríptico
- Video publicitario
- Guía gastronómica virtual
- Página web
- Apps móviles
- E-mail marketing

19. ¿Estaría usted de acuerdo que la implementación de estrategias de marketing digital ayudaría a impulsar el turismo gastronómico en el cantón Buena Fe?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

20. Si tuviera la oportunidad de realizar turismo gastronómico en el cantón Buena Fe ¿lo haría?

- Si
- No
- Tal vez

21. ¿Qué restaurante sería de su preferencia a la hora de alimentarse?

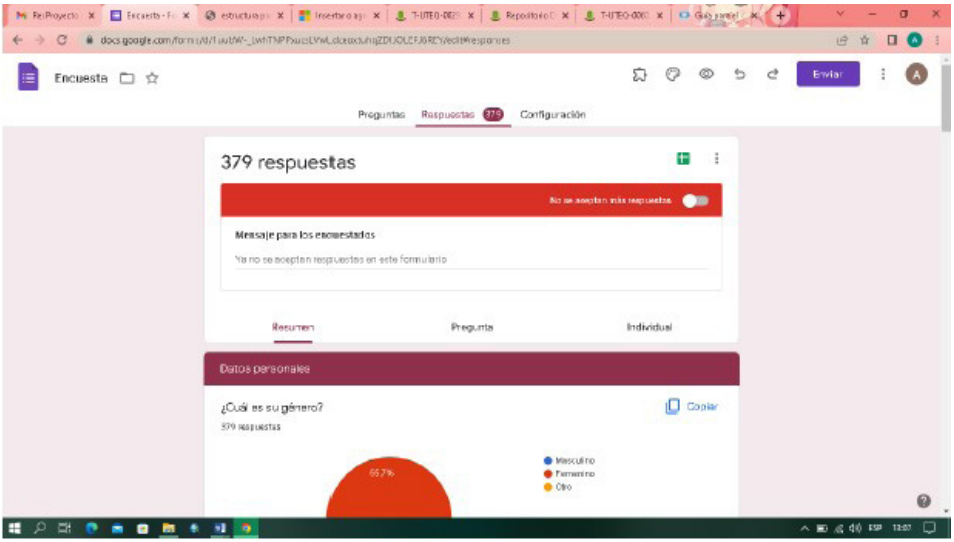
- Puerto Bajaña
- Los Girasoles
- El Guayabal
- Coco Beach
- Cocote
- Otro

22. ¿Qué instrumento de promoción le gustaría que se aplicara por parte de los restaurantes?

- 2x1
- Cupones de descuentos
- Envío gratis
- Concursos online
- Boletines electrónicos
- Regalos por compras

Anexo: 5

Captura del número de encuestas aplicadas en Google Forms.



Dr. EDUARDO DÍAZ OCAMPO, Ph.D.
RECTOR

Ing. YENNY GUISELLI TORRES NAVARRETE, Ph.D.
VICERRECTORA ACADÉMICA

Ing. BOLÍVAR ROBERTO PICO SALTOS, M.Sc.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Econ. CARLOS EDISON ZAMBRANO, Ph.D.
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN - DICYT

ISBN: 978-9978-371-57-2

UTEQ
UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

www.uteq.edu.ec