



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del
título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

TEMA:

“LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONOMICO”

AUTOR: Brayan Wladimir Guala Chimborazo

TUTOR: Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo

AMBATO – ECUADOR

2021-2022

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg. Con C.C. 0502279474 en mi calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **“LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONOMICO”**, desarrollado por el egresado: Brayan Wladimir Guala Chimborazo, considero que dicho informe de investigación reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por el Honorable Consejo Directivo.

Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

C.C. 0502279474

TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Brayan Wladimir Guala Chimborazo tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de titulación: **“LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONOMICO”** es original, autentico y personal, en tal virtud el contenido es responsabilidad del autor y el patrimonio intelectual del mismo

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Brayan Wladimir Guala Chimborazo', written in a cursive style.

Brayan Wladimir Guala Chimborazo

C.C: 0504112335

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de titulación, sobre el tema “Los helados de Salcedo y el turismo gastronómico” del alumno Brayan Wladimir Guala Chimborazo, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Febrero 2022

Para constancia, firman:

C.C. 1803318169

Lic. Francisco Torres Oñate, Mg.

C.C. 1803017365

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres quienes con su ejemplo de lucha y prosperidad me brindaron todo su apoyo y su amor incondicional para seguir en mis estudios.

A toda la familia de mi madre (a mi mami Chavi, a mis tíos, a mis primos) que de una u otra manera me apoyaron dándome consejos para ser mejor persona cada día.

A mi hija Merlaine, a mi esposa Yadira quienes me motivan para seguir adelante y nunca rendirme, quienes con su apoyo moral siempre han estado en toda adversidad que se me ha presentado.

Brayan Guala

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por bendecirme día a día por darme la salud y sabiduría y por darme unos padres maravillosos.

Agradecer a mis padres por la paciencia que me han tenido, por el apoyo, la motivación, los consejos, por enseñarme valores y guiarme por el camino del bien y formar una persona ejemplar.

A todas las personas que a lo largo de este gran recorrido me han apoyado económicamente y me han motivado a ser las cosas bien para cumplir mis metas.

A los docentes de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato quienes me compartieron todos sus conocimientos para ser un profesional exitoso.

Finalmente quiero dedicar este trabajo a mis amigos el Mallita y Josso por extenderme su mano cuando más necesitaba y por el cariño que me han brindado en el tiempo de universidad.

Brayan Guala

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRAFICOS	xi
INDICE DE ILUSTRACIONES	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPITULO I.....	15
MARCO TEÓRICO	15
1.1 Antecedentes Investigativos	15
1.2 Fundamentación teórica.....	18
1.2.1 Turismo gastronómico	18
1.2.1.1 Definición de turismo	18
1.2.1.2 Importancia del turismo.....	19
1.2.1.3 Turismo Gastronómico.....	20
1.2.1.4 Turismo gastronómico de Ecuador	22
1.2.2 Helados de Salcedo	24
1.2.2.1 Historia	24
1.2.2.2 Ingredientes	25
1.2.2.3 Elaboración.....	26
1.2.2.4 Exportación	28
1.3 Objetivos.....	29

1.3.1 Objetivo general:.....	29
1.3.2 Objetivos específicos:.....	29
CAPÍTULO II.....	30
METODOLOGÍA.....	30
2.1 Materiales	30
2.2 Método.....	31
2.2.1 Hipótesis.....	31
2.2.2 tipos de investigación.....	31
2.2.3 Técnicas e instrumentos:.....	32
2.2.4 Población y Muestra.....	32
CAPÍTULO III	35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
3.1 Análisis y discusión de los resultados.	35
3.1.1 Diagnosticar la situación actual del turismo gastronómico con respecto a la comercialización de los helados en el cantón Salcedo.	35
3.1.2 Identificar las propiedades de los auténticos helados que se comercializan en el cantón Salcedo.	41
3.2 Verificación de hipótesis	45
CAPÍTULO IV	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
4.1 Conclusiones.....	47
4.2 Recomendaciones	48
CAPÍTULO V	49
PROPUESTA	49
5.1 Título	49
5.2 Antecedentes:.....	49
5.3 Fundamentación	50
5.3.1 Marketing.....	50
5.3.2 Tendencia de marketing.....	50
5.3.3 Marketing digital	50

5.3.4 Sitios web	51
5.3.4 Facebook	51
5.3.5 Publicidad:.....	51
5.3.6 Video publicitario	51
5.3.7 Justificación	52
5.3.8 Objetivo	52
5.4 Metodología.....	53
5.4.1 Video Promocional	53
5.4.1.1 Guion	53
5.4.1.2 Filmación del video.....	53
5.4.1.3 Edición del video	54
5.4.1.4 Recursos y Materiales	54
5.4.2 Fan page	55
5.5 Administración	55
5.6 Disponibilidad	55
Bibliografía.....	56
ANEXO	60

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Recursos</i>	30
<i>Tabla 2: Cálculo de muestra</i>	33
<i>Tabla 3: Gastronomía de Salcedo</i>	35
<i>Tabla 4: Turismo gastronómico y el desarrollo del cantón Salcedo</i>	36
<i>Tabla 5: A través de la promoción y difusión de la gastronomía del cantón Salcedo se puede incrementar la afluencia de turistas</i>	37
<i>Tabla 6: ¿Qué considera usted al momento de comprar los auténticos helados de Salcedo? ..</i>	38
<i>Tabla 7: Precio de comercialización de los auténticos helados de Salcedo</i>	40
<i>Tabla 8: Consumo de los auténticos helados de Salcedo</i>	42
<i>Tabla 9: Sabores preferidos de helados</i>	43
<i>Tabla 10: Verificación de hipótesis</i>	46
<i>Tabla 11: Recursos</i>	54
<i>Tabla 12: Género</i>	68
<i>Tabla 13: Rango de edad</i>	68
<i>Tabla 14: tipo de turista</i>	69
<i>Tabla 15: Lugar de procedencia</i>	70
<i>Tabla 16: Que tan a menudo visita el cantón Salcedo</i>	72
<i>Tabla 17: degustación de un helado</i>	73
<i>Tabla 18: Presentación de un helado</i>	74
<i>Tabla 19: Publicidad de los auténticos helados de Salcedo</i>	76
<i>Tabla 20: calificación del servicio del personal</i>	77
<i>Tabla 21: Ubicación de la heladería Salcedo</i>	78
<i>Tabla 22: ¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?</i>	79

ÍNDICE DE GRAFICOS

<i>Gráfico 1: Gastronomía de Salcedo.....</i>	<i>35</i>
<i>Gráfico 2: Turismo gastronómico y el desarrollo del cantón Salcedo</i>	<i>37</i>
<i>Gráfico 3: Incremento de afluencia de turistas.....</i>	<i>38</i>
<i>Gráfico 4: Que considera al momento de comprar los auténticos helados de Salcedo.....</i>	<i>39</i>
<i>Gráfico 5: Precio del helado.....</i>	<i>40</i>
<i>Gráfico 6: Propiedad nutritivas de los auténticos helados de Salcedo</i>	<i>41</i>
<i>Gráfico 7: Consumo de los auténticos helados de Salcedo</i>	<i>42</i>
<i>Gráfico 8: Sabores preferidos de los helados</i>	<i>43</i>
<i>Gráfico 9: Genero</i>	<i>68</i>
<i>Gráfico 10: Rango de edad</i>	<i>69</i>
<i>Gráfico 11: Tipo de turista.....</i>	<i>70</i>
<i>Gráfico 12: Lugar de procedencia.....</i>	<i>71</i>
<i>Gráfico 13: Que tan a menudo visita el cantón Salcedo.....</i>	<i>72</i>
<i>Gráfico 14: Degustación del helado</i>	<i>73</i>
<i>Gráfico 15: Presentación del helado</i>	<i>75</i>
<i>Gráfico 16: Publicidad de los auténticos helados de Salcedo</i>	<i>76</i>
<i>Gráfico 17: Calificación del servicio del personal</i>	<i>77</i>
<i>Gráfico 18: Ubicación de la heladería</i>	<i>78</i>
<i>Gráfico 19: ¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?.....</i>	<i>80</i>

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1: Mapa gastronómico del Ecuador</i>	22
<i>Ilustración 2: Monumento del helado de Salcedo.....</i>	24
<i>Ilustración 3: Helado fabricado por las monjas</i>	24
<i>Ilustración 4: El auténtico helado de Salcedo</i>	25
<i>Ilustración 5: Fan page Los auténticos helados de Salcedo</i>	55

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad el turismo gastronómico de Salcedo ha sido una opción para los viajeros de diferentes ciudades, los platos tradicionales muestran su cultura y tradición que es reconocida en todo el país, el objetivo de la investigación es valorar las propiedades culinarias de los auténticos helados de Salcedo y su influencia en el turismo gastronómico del cantón, la investigación es no experimental transversal porque el investigador se limita a intervenir en los acontecimientos que sucedan para no influir en los resultados, para el levantamiento de la información se tomó una muestra de 264 individuos del total de turistas que visitaron el cantón en el mes de octubre de 2021 según la dirección de turismo del gobierno autónomo descentralizado local y se aplicó una encuesta estructurada y validada por profesionales expertos en el área, el cuestionario consto de 18 interrogantes planteadas en base a la escala de Likert, los resultados permitieron determinar que la gastronomía del cantón está representada por los helados de Salcedo según el 84,8% de encuestados, seguido por platos típicos como el hornado, la fritada y el Yahuarlocro, además, el 90,1% de la población considera que la gastronomía ofertada permite el desarrollo económico local, así mismo se identificó las propiedades nutricionales en base a la materia prima (mora, taxo y naranjilla) ya que el 60,2% de los turistas prefieren los auténticos helados de sabores porque guardan una receta única, para promocionar la gastronómica típica del cantón se creó una fan page y un video publicitario.

PALABRAS CLAVE: DEMANDA, DESARROLLO ECONÓMICO, HELADOS, GASTRONOMÍA, PROPIEDADES NUTRICIONALES, PROMOCIÓN

ABSTRACT

Currently the gastronomic tourism of Salcedo has been an option for travelers from different cities, the traditional dishes show its culture and tradition that is recognized throughout the country, the objective of the research is to assess the culinary properties of the authentic ice cream of Salcedo and its influence on the gastronomic tourism of the canton, the research is non-experimental transversal because the researcher is limited to intervene in the events that occur so as not to influence the results, for the collection of information a sample of 264 individuals was taken from the total number of tourists who visited the canton in the month of October 2021 according to the tourism department of the local decentralized autonomous government and a structured survey was applied and validated by professional experts in the area, the questionnaire consisted of 18 questions based on the Likert scale, the results allowed determining that the gastronomy of the canton is represented by Salcedo ice cream according to 84.8% of respondents, followed by typical dishes such as hornado, fritada and yahuarlocro, in addition, 90.1% of the population considers that the gastronomy of the canton is represented by Salcedo's ice cream, In addition, 90.1% of the population considers that the gastronomy offered allows local economic development, also identified the nutritional properties based on the raw material (blackberry, taxo and naranjilla) since 60.2% of tourists prefer the authentic flavored ice cream because they keep a unique recipe, to promote the typical gastronomy of the canton was created a fan page and an advertising video.

KEYWORDS: DEMAND, ECONOMIC DEVELOPMENT, ICE CREAMS, GASTRONOMY, NUTRITIONAL PROPERTIES, PROMOTION

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Para el trabajo de investigación se tomó referencias bibliográficas de artículos científicos y tesis de grado, posgrado y doctorales que se citan a continuación.

(Rojas, 2018) Realizó una investigación titulada “El turismo gastronómico en Andalucía: Factores de análisis” con el objetivo de analizar los factores principales del turismo gastronómico en esta comunidad de España a través de restaurantes en guías gastronómicas de prestigio, denominaciones de origen protegidas y los platos tradicionales de las ciudades de la comunidad autónoma, teniendo como resultado que la mayor parte de los visitantes eligen el destino porque les gusta probar productos y platos tradicionales de otros lugares.

(Cuevas Alvarez , Pérez Mendoza, & Pecero Covarrubias, 2018) Realizaron una publicación con el título de “Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico” cuya investigación planteaba como objetivo resaltar la importancia del turismo gastronómico como alternativa de fuente de ingresos y como medio de brindar un valor agregado a un destino turístico, por lo tanto se ha identificado la diversidad de la cocina local e internacional como una de las ventajas competitivas de las ciudades o destinos turísticos, ya que cada ciudad aprovecha sus culturas, tradición culinaria, sus festivales etc. Con la finalidad de aumentar la demanda de visitantes y satisfacer el paladar.

Para (Calderon Cardona & Gonzalez Velásco, 2019) Estudiantes de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas de la ciudad de Bogotá Colombia en su tesis de grado “EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE FRUTOS EXÓTICOS EN BOGOTÁ” tiene como objetivo principal establecer su viabilidad a través del análisis y la evaluación de los requerimientos técnicos, administrativos y

financieros necesarios para su funcionamiento. Dando como resultado Los estados financieros proforma mostraron que la situación financiera del proyecto, al menos a lo que contablemente se refiere, serán estables durante cada período de la vida del proyecto (5 años), ya que los ingresos pronosticados solventarán los Costos y gastos involucrados.

“Diseño del proceso para la producción sostenible de helados saludables de palta, arándanos y mango” es el tema de investigación de (Arce Cornelio , Bances Zapata, Oruna Supo, Palacios Saavedra, & Zapata Gallo, 2019)estudiantes de la Universidad de Piura, Perú la cual su objetivo es desarrollar una línea de producción de helado artesanal y saludable de palta, mango y arándanos a partir de la fruta de descarte de la zona norte del Perú, lo cual deja como resultado que se obtuvo una VAN positiva y una TIR de 63% favorables, además los flujos del estado de resultados se presentan positivos desde el primer año de operación, lo que permitiría recuperar la inversión al cabo de 1 año.

(Freire Díaz, Alcívar Vera, & Pastrán Calles, 2021) Propuso el tema “Modelo de gestión de turismo gastronómico: propuesto para fincas agroturísticas en Milagro (Ecuador), cuya investigación tienen como objetivo principal proponer un modelo de gestión del turismo gastronómico para las fincas agroturísticas del cantón Milagro, como resultado se obtiene que para mejorar la competitividad de las fincas agroturísticas es necesario la implementación de iniciativas de participación de los turistas en la elaboración de productos gastronómicos in situ, esto permitirá fortalecer conocimientos, las experiencias positivas de los turistas durante su estancia y fomentar la conservación de sus costumbres y tradiciones culinarias de la comunidad local.

“Las potencialidades de los restaurantes del litoral Ecuatoriano para desarrollar el turismo gastronómico. Caso Manta” Es un tema de investigación realizado por (Mendoza Zambrano, Gómez Gómez, & Álvarez Ojeda, 2020) , y su objeto de investigación es analizar y proponer a consideración el reconocimiento de la ciudad de Manta como un producto gastronómico competitivo, debido a que la gastronomía es el principal promotor para el desplazamiento de diferentes visitantes, con esta investigación se revelo que el Ecuador en la región el litoral cuenta con una gran actividad gastronómica precursora de

movimientos turísticos con intereses gastronómicos, para ellos los administradores de los restaurantes deben incidir en la gestión de las mercancías desde el control de entradas , el usos de fichas técnicas y normas de seguridad alimentaria.

(Vicuña Castillo, 2021) Estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en su tema de titulación “Proyecto de pre factibilidad para la comercialización de un producto alimentario ecuatoriano al mercado internacional, caso: la exportación de los helados la Avelina de la empresa abellito S.A. a uno de los países del área andina, en el periodo 2018 – 2025.” Cuyo objetivo principal es conocer el pre factibilidad del proceso, el mejor destino de exportación y la rentabilidad del proyecto. La cual deja como resultado La exportación y comercialización de los helados La Avelina hacia un mercado internacional seleccionado sería factible, por los diferenciales de precios y cualidades técnicas lo que permitiría la internacionalización de la empresa Abellito S.A. durante el período 2018 – 2025, lo que satisface las expectativas de los inversores.

(Martínez Vacacela, 2017) Estudiante de la Universidad Politécnica de Chimborazo de la ciudad de Riobamba en el trabajo de titulación “Registro de la cultura gastronómica del cantón salcedo, provincia de Cotopaxi como patrimonio cultural inmaterial 2016.” El presente trabajo pretende registrar la cultura gastronómica del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi; como patrimonio cultural inmaterial; demostrar las tradiciones culinarias, así como exponer la diversidad cultural y tradicional existente como su gastronomía típica y tradicional que forman parte del patrimonio cultural del lugar, obteniendo el resultado que el Cantón Salcedo cuenta con varios atractivos naturales y culturales, también posee una gastronomía muy variada y sabrosa es por ello que los sitios donde se puede realizar este tipo de turismo es en la cabecera cantonal y sus parroquias aledañas.

(Arias Acosta , 2014) Estudiante de la Universidad Técnica de Ambato en el trabajo de grado denominado “el turismo gastronómico y su incidencia en el desarrollo económico del cantón salcedo Provincia de Cotopaxi.” Donde su objetivo es determinar la incidencia del turismo gastronómico en el desarrollo económico del cantón Salcedo. Obteniendo como resultado que el turismo gastronómico del cantón no tiene mucha demanda debida que su difusión y promoción no ha sido el correcto para ellos necesita

ser promocionado a través de rutas y guías gastronómicas, para de esta manera incrementar la demanda de turistas.

Para (Castellano Bonilla, 2018) Estudiante de la Universidad de las Américas en su trabajo de titulación con el tema “Plan de negociación para la producción y exportación de los tradicionales helados de Salcedo hacia la ciudad de Miami, Estados Unidos” tiene como objetivo establecer la factibilidad comercial y financiera del plan de negocios para la producción y exportación de los tradicionales helados de Salcedo hacia Miami, Estados Unidos, dejando como resultado que la oportunidad de negocio se ve marcada por una tendencia de consumo de helados en Miami, además varios expertos señalan que la demanda de los helados no satisfacen el mercado.

“Proyecto de exportación de helados de la empresa “productora y comercializadora de los helados de salcedo Corpicecream S.A.” de la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi, hacia la empresa la serranita, new york, Estados Unidos”, es un tema de tesis propuesto por (Tonato Tutasig, 2018) estudiante de la Escuela superior politécnica de Chimborazo la cual tiene como objetivo diseñar un proyecto de exportación de helados de Salcedo para la empresa “productora y comercializadora de los helados de Salcedo corpicecream s.a” hacia la empresa “ la serranita” ciudad de New York, Estados Unidos, mediante un estudio de mercado para mejorar su rentabilidad, y como resultado se obtuvo que la exportación de helados es factible hacia New York y mediante un estudio financiero se pudo ver que la exportación de los helados proporcionara grandes beneficios económicos a la empresa.

1.2 Fundamentación teórica

1.2.1 Turismo gastronómico

1.2.1.1 Definición de turismo

De acuerdo con (Gurria Di-Bella, 2019) el turismo es un fenómeno social importante en la vida actual porque ayuda al crecimiento de la economía y reconocimiento

de la cultura del país. El turismo nos ayuda a la comunicación entre los pueblos, regiones y países para de esa manera tener paz en el mundo.

(Sancho, y otros, 2019) El Turismo tiene una gran variedad de interpretaciones que son muy diferentes entre ellas, es por eso que tenemos muchas definiciones que son validas pero sin embargo son discutibles. Pero la que es acertada o utilizada por personas profesionales del turismo es la definición de la OMT. «El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros». De acuerdo con (Gurria Di-Bella, 2019) el turismo es un fenómeno social importante en la vida actual porque ayuda al crecimiento de la economía y reconocimiento de la cultura del país. El turismo nos ayuda a la comunicación entre los pueblos, regiones y países para de esa manera tener paz en el mundo.

(Sancho, y otros, 2019) El Turismo tiene una gran variedad de interpretaciones que son muy diferentes entre ellas, es por eso que tenemos muchas definiciones que son validas pero sin embargo son discutibles. Pero la que es acertada o utilizada por personas profesionales del turismo es la definición de la OMT. «El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros».

1.2.1.2 Importancia del turismo

(Julca Meza, turismo y patrimonio, 2017) El aspecto económico es la causa principal que motiva al quehacer turístico y es la fuente principales de ingresos que tienen muchos países quienes realizan esta actividad, a medida que se va desarrollando esta actividad va involucrando a varios sectores públicos y privados como por ejemplo, restaurantes, transporte, hoteles, agentes de viajes, por lo tanto ayuda a la creación de fuentes de empleo y a mejorar la calidad de vida del sector.

(Garrido, 2020) El turismo es de gran importancia ya que es uno de los sectores más productivos que un país tiene debido a que involucra a muchos sectores de manera directa e indirecta, por tal motivo el turismo es una fuente importante de generar empleos,

en Ecuador alrededor de medio millón de empleos son directo quiere decir que trabajan en hoteles, restaurantes, aerolíneas, etc. y casi la misma cantidad existe de empleos indirectos como son medios de transporte, vendedores informales y formales. De esta manera el turismo contribuye con 700 millones de dólares cada año.

Sin embargo, el turismo no solo es una fuente de generar ingresos, divisas o riquezas, sino que mediante esta actividad se valora la cultura y naturaleza, que en la actualidad forman parte de una oferta turística que se sostiene gracias a los ingresos que dejan los visitantes.

1.2.1.3 Turismo Gastronómico

(Hérmadez & Dancausa, 2018) Menciona que el turismo gastronómico se basa en la visita que un turista realiza para conocer los procedimientos ya sean primarios o secundarios de los alimentos mediante sus ferias gastronómicas, visita a los restaurantes del lugar de esa manera saborear los platos típicos y tradicionales ya que con la elaboración de un plato típico se da a conocer la cultura, costumbres, y los alimentos que se pueden obtener de dicho sector que se van transmitiendo de generación en generación.

De acuerdo con (Sobrado, 2017) el turismo gastronómico no solamente es viajar a degustar de las comidas típicas o alimentos que ofrece dicho destino, sino hacer turismo gastronómico implica conocer todo acerca del lugar como por ejemplo sus costumbres, tradiciones, la forma de elaborar sus platos, artesanías, y conocer su estilo de vida.

Como manifiesta Oliveira (2011) citado por (Gualdrón, 2020) el turismo gastronómico es el desplazamiento que muchas personas realizan por motivo de conocer sobre sus platos típicos de un destino ya que mediante esto se da identidad al lugar, también ayuda a las personas productoras locales quienes están involucradas en la elaboración de la cocina tradicional.

Según menciona (Vacas San Miguel, 2017) el turismo gastronómico es una motivación muy grande por la que los viajeros deciden visitar un lugar, esto hace que la gastronomía ocupe el tercer puesto, las primeras motivaciones de viaje son el turismo cultural y en segundo lugar el turismo de naturaleza. Esto debido a que el 65,7% de

organizaciones tienen una reducida promoción, mientras que el 24.6% de organizaciones tienen un presupuesto específico para realizar una promoción de turismo gastronómico.

a. Importancia del turismo gastronómico

(Martínez & Fernández Poyatos, 2019) Menciona que la importancia del turismo gastronómico se basa especialmente en el desarrollo económico de una ciudad, mediante una mejora en la oferta turística ya que la gastronomía es accesible por tal motivo contribuye a la sostenibilidad del turismo, y así es que mediante la gastronomía se promueve y vende productos que favorecen para darle un valor agregado al destino turístico.

b. Perfil del turista gastronómico

Según Hjalager (2002) citado por (Martínez & Fernández Poyatos, 2019) manifiesta que existe una categorización en la cual describe el perfil del turista gastronómico: existencial, experimental, recreacional y de distracción.

Existencial: se basa en las experiencias gastronómicas de las cuales se pueda aprender sobre la gastronomía de un lugar. Por lo que sus preferencias son lugares o restaurantes a donde las personas del sector suelen ir.

Experimental: prefiere que todo lo que exista sea algo nuevo, algo que este en moda, ingredientes, técnicas de cocina, recetas que representen su estilo de vida mediante los alimentos que se ofrezcan tanto como la comida o bebida, es por tal motivo que prefiere visitar restaurantes con un diseño innovador.

Recreacional: este tipo de turista busca algo idéntico a lo que acostumbra a comer, la comida y bebida deben ser cosas similares a su lugar de origen, para ellos la gastronomía no influye a la hora de tomar una decisión a un destino turístico.

Distracción: se basa en la relajación y escaparse de la rutina, suele utilizar restaurantes familiares y franquías, este tipo de turistas no le da mucho valor a la calidad de los platos que les puedan ofrecer, prefieren lo sencillo.

c. Tipos de turistas gastronómicos

Según Mitchell, Charters & Albrecht (2012) citado por (Hernandez & Dancausa, 2018) clasifica a los turistas gastronómicos en 4 diferentes tipos que son:

- **Amantes de la gastronomía:** Son personas que tienen conocimientos sobre la gastronomía, entonces sus viajes están enfocados en aprender y degustar de sus productos y platos típicos en restaurantes prestigiosos del sector.
- **Entendidos de la gastronomía:** Son personas que no tienen un alto índice de educación sobre la gastronomía pero sin embargo conocen bien la gastronomía, sus viajes están enfocados a poner en práctica todos los conocimientos que han adquirido.
- **Interesados en la gastronomía:** este tipo de personas no tiene conocimientos sobre el mundo gastronómico, pero les gusta, y sus viajes están motivados para conocer los platos y productos típicos del lugar, aunque no viajan directamente por la gastronomía sino que es un complemento de una oferta turística.
- **Iniciados en la gastronomía:** son personas que viajan por razones que no son gastronómicas pero debido a la publicidad sobre la gastronomía deciden tener nuevas experiencias y suele pasar de forma secundaria un tiempo conociendo la gastronomía del sector.

1.2.1.4 Turismo gastronómico de Ecuador

(Yacelga & Patrel, 2021) El Ecuador es un país con gran variedad de productos alimenticios gracias a que tiene 4 regiones diferentes sierra, costa, amazonia, y región insular por lo tanto hace que la cultura alimentaria sea inmensa. Los ecuatorianos se caracterizan por varios factores, su forma de hablar, vestimenta, su idioma, sus costumbres y tradiciones y su gastronomía que los hace únicos. Por lo tanto hacer que el turismo gastronómico sea una potencia en Ecuador es un reto con ellos se busca tener un turismo sostenible y sustentable. En el año 2018 el gobierno creó un mapa gastronómico en donde se encuentran publicados cada uno de los platos típicos que sobresalen de sus 24 provincias.

Mapa gastronómico

Ilustración 1: Mapa gastronómico del Ecuador



Elaborado por: (MINTUR, 2018)

- **Establecimientos de servicios de comida**

Según (Sanchez, Vayas , Mayorga , & Freire, 2020) menciona que en el año 2019 los establecimientos que se dedicaban a la venta de comida en el Ecuador fueron 16.569 de los cuales el 78% corresponde a restaurantes y locales de comida rápida. En el mismo año la provincia de Tungurahua registro 830 establecimientos de comida de esa manera se ubican en el quinto puesto de las provincias con mayor número de establecimientos registrados, de los cuales el 90.6% se encuentran en las ciudades de Ambato y Baños. Por tal motivo las declaraciones según el SRI de las ventas de las actividades de servicios de restaurante, bebidas etc., ha sido de un total de 1.919,17 millones de dólares con una diferenciación del 3.6% del año anterior.

Factores para medir la satisfacción de los servicios gastronómicos

(Carvache Franco, Carvache Franco , Molina Bravo, Arteaga Peñafiel, & Villagómez Buele, 2018) Menciona que para satisfacer el paladar de los turistas hay que ofrecer una buena calidad de alimentos, de manera que brinda una experiencia única, existen varias factores para medir la satisfacción en el servicio de gastronomía, en la actualidad se menciona de 7 factores que son: 1. La calidad y el sabor de la comida, 2. La variedad del

plato, 3. El servicio y cortesía del empleado, 4. Rapidez para atender, 5. Ambiente de lugar, 6. Instalaciones y 7. El precio.

1.2.2 Helados de Salcedo

1.2.2.1 Historia

Ilustración 2: Monumento del helado de Salcedo



Elaborado por: (universo, 2018)

(Greenfield, 2020) Los helados de Salcedo fueron elaborados por primera vez por la moja franciscana Rosa María Duran, quien todos los días preparaba un batido de diferentes frutas y los sobrantes los ponía en vasos para luego guardarlos en una nevera y es así como se fue formando los helados de diferente sabor como, mora, taxo y naranjilla los cuales hace aproximadamente 4 generaciones atrás se le conocían como los helados de la moja.

Ilustración 3: Helado fabricado por las monjas



Elaborado por: (Mandred, 2018)

(Nación, 2020) Manifiesta que desde 1950 las monjitas franciscanas vendían su producto desde la venta del convento, luego contrataron un persona que se encargara de las ventas por toda la ciudad, Don José Trutra un vendedor que le prevalecía la picardía, salía por las calles gritando helados con leche de las monjitas, en esa época el valor del costo al público era de un sucre por helado. Con el pasar del tiempo algunas familias tuvieron la oportunidad de conocer la receta, la familia Paredes, Franco y la familia Jijón, de las tres familias solo la familia Jijón son quienes hasta el momento siguen conservando la tradición de la elaboración del producto. En la actualidad existen varias fábricas que se dedican a la elaboración de los helados pero sin embargo solo existe un lugar en donde se mantiene la receta original, este lugar se encuentra ubicado a un costado del parque central del cantón Salcedo.

Ilustración 4: El auténtico helado de Salcedo



Elaborado por: (universo, 2018)

Según (Mandred, 2018) estos helados tienen un sabor que trasciende desde hace varios años, y como dice Don Jaime Jijón el que prueba uno quiere otro esta es la famosa frase que Tulia siempre don Jaime porque conoce sobre su calidad del producto que es 100% natural, estos productos no contienen productos artificiales, y su precio es de 0.60ctvs.

1.2.2.2 Ingredientes

Los helados es la golosina de todas las personas tanto adultas como niños. Son elaborado con cualquier fruta de alta calidad pero las frutas que más destacan son mora,

naranjilla, taxo, se debe utilizar leche en polvo, crema de leche, azúcar, glucosa, agua y esterilizador de helados, las cantidades de estos ingredientes depende de la cantidad que se vaya a preparar, todos los helados tienen los mismo ingredientes pero sin embargo hay algunos que sobre salen en el mercado debido a la fórmula secreta al momento de prepararlos.

1.2.2.3 Elaboración

Para que los helados queden listos para la comercialización se realiza una serie de procesos precisos y minuciosos. (Coloma & Galiana, 2017) Los cuales son:

- a. **Pesado:** se debe pesar cada uno de los ingredientes y poner las porciones exactas para que al momento de pasteurizar no haya productos que tengan el doble de peso y evitar retrasos, para el pesado de los ingredientes, en el caso de ser estabilizantes, proteínas, aromas y colorantes deberán ser pesados en una balanza exactamente.
- b. **Mezcla de ingredientes:** se suelen hacer dentro de un pasteurizador, para ellos se debe poner primero los líquidos como son la leche o agua, luego de eso la nata, hay varias fábricas que esto hacen cuando la temperatura está a unos 70°C u otros esperan que baje, luego a una temperatura de 30°C se debe mezclar la leche en polvo y los azúcares para ello debe estar la agitación del emulsionador debe estar al máximo, una vez ello esto se agrega el estabilizante emulsionante con la sacarosa para que de esa manera no se encapsule y pueda diluir el estabilizante a una temperatura de 60 a 70°C se debe incluir los jarabes de glucosa, y el zumo de la fruta de acuerdo al sabor que se esté elaborando.
- c. **Pasteurización:** Se basa en la eliminación de microorganismo que exista para que se prolongue el tiempo de vida del producto, esto se obtiene mediante una temperatura elevada y por un tiempo determinado, a diferencia de la esterilización la pasteurización se emplea temperaturas y tiempo muy bajos.
- d. **Homogeneización:** Este proceso se basa en la división de la materia grasa, debido a que si existe esto se forma una capa de nata y para evitar esto se somete la mezcla a este proceso.

- e. **Maduración:** una vez terminado todos el proceso anterior se debe dejar que enfrié con una temperatura de 2 a 5 °C, para que algunos de los ingredientes se hidraten, en el caso de que no se haga la maduración se tiene agua que se cristalizara y dejara como resultado que dentro del helado se obtenga cristales de hielo por lo cual se teme que el estabilizante no se haya disuelto bien y el helado tenga menos tiempo de vida.
- f. **Mantecación:** es el proceso en el cual cambia el estado físico de líquido a solido o semisólido mediante el frio y la agitación. Para obtener esto se introduce la mezcla en una mantecadora, es tipo de mantecadora suele ser de forma cilíndrica y que al momento de procesar produce una temperatura de -35°C, y las aspas que tiene le va dando forma al helado, el tiempo del proceso dura entre 8 a 12 minutos.
- g. **Envasado:** se utiliza contenedores que este bien limpios y desinfectados. una vez que el helado este en el contenedor no debemos dejar al aire libre ya que el helado absorbe olores.
- h. **Abatimiento de temperatura:** luego del envasado este proceso consiste en la congelación del agua dejándonos cristales muy pequeños que nos apreciados por la boca para esto se pone en un abatidor de temperatura para disminuirla rápidamente a 22°C también se puede utilizar un armario de congelación con una temperatura de 30°C, lo recomendado es que no se debe de abrir a cada momento.
- i. **Conservación:** en el caso de que el helado vaya a conservarse por un periodo muy largo de tiempo se debe poner a una temperatura de -24°C, también se puede tener a una temperatura de -18°C pero su conservación será para pocos días porque e existe el riesgo de que su forma se vea afectada y comience a cristalizarse
- j. **Transportación:** como es un producto de congelación, el transporte debe ser adecuado y debe garantizar que la temperatura se mantendrá ya que si la temperatura es menor se descongelaran y hay el peligro de que se contaminen de manera microbiológica y que al momento de volverlos a congelar se formen cristales muy grandes. si la distancia de transportar el producto es muy largo se recomienda que la temperatura este en -18°C, en el caso se existir ese problema menciona anteriormente se debe eliminar el producto.
- k. **Exposición en vitrina:** los helados se deben poner un armario a una temperatura de -15°C esto evitara que se descolen y formen cristales.

1.2.2.4 Exportación

De acuerdo con (el telègrafo, 2020) El Ecuador exporta los helados a los Estados Unidos por segùn vez, en año 2020 luego de obtener todos los permisos sanitarios y haber recibido la certificación por parte de la agencia de regulación y control Fito zoosanitario.

En un trabajo conjunto con los productores y las agencias se ha logrado exportar la cantidad de 79 476. Para la elaboración la empresa Proalbac que se sitúa por el sector de la Delicia utiliza aproximadamente 14 mil litros de leche que se adquieren a centros de acopio y de igual manera cumplen con las buenas practicas agropecuarias también se utiliza frutas como mora, taxo, naranjilla todas estas son frutas certificadas, gracias a esta iniciativa existen alrededor de 100 familias quienes se benefician de forma directa y más de 700 de una forma indirecta.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general:

- Valorar las propiedades culinarias de los auténticos helados de Salcedo y su influencia en el turismo gastronómico del cantón.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Diagnosticar la situación actual del turismo gastronómico con respecto a la comercialización de los helados en el cantón Salcedo.
- Identificar las propiedades de los auténticos helados que se comercializan en el cantón Salcedo.
- Proponer estrategias de promoción de los auténticos helados de Salcedo para la potencialización del turismo gastronómico local.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Se requiere de distintos materiales fundamental para el proceso de investigación, los cuales se detalla a continuación:

Tabla 1: Recursos

RECURSOS	DETALLE	VALOR
	Universidad Técnica de Ambato	N/A
Institucionales		N/A
	Fabrica “Copriceicream S.A”	
Tecnológicos	Computador	\$ 15.00
	Internet	\$ 25.00
Materiales	Suministros de oficina (Papelería, copias, impresiones)	\$10.00
		\$10.00
	Materiales de oficina (Resma de papel, esferos, cuadernos)	
Económico	Transporte	\$40.00
TOTAL		\$100

Elaborado por: Guala, B. (2021)

2.2 Método

(Guevara , Verdesoto, & Castro , 2020). Manifiesta que la investigación descriptiva se realiza cuando se desea describir los datos y características de un sector que está siendo estudiado, para ello responde a preguntas como, quien, que, donde, cuando, como.

De acuerdo al tema planteado haremos uso de este tipo de investigación porque permite describir las variables que son los helados de Salcedo y el turismo gastronómico, de esta manera se describirá cuáles son los helados auténticos y cómo influye en el turismo gastronómico del cantón. Para ello se empleará el método cualitativo porque realizaremos encuestas para la recopilación de datos y también de forma cuantitativa porque cuantificaremos las respuestas de las encuestas aplicadas para determinar la cantidad de turistas que visitan el cantón Salcedo para consumir los auténticos helados.

2.2.1 Hipótesis

Hipótesis alternativa: la comercialización de los auténticos helados de Salcedo potencializan el turismo gastronómico local.

Hipótesis nula: la comercialización de los auténticos helados de Salcedo no potencializan el turismo gastronómico local.

2.2.2 tipos de investigación

a. Investigación no experimental – transversal

Según, (Aldo, 2021), esta investigación se desarrolla en un tiempo y lugar determinado y se caracteriza porque el investigador no puede controlar, alterar o manipular las cosas, esta investigación se basa en la observación e interpretación para llegar a una conclusión.

Por tal motivo se utilizará este tipo de investigación para describir las variables que son los auténticos helados de Salcedo y el turismo gastronómico.

a. Investigación de campo

Para, (Nájera, 2017), la investigación de campo se basa cuando el investigador está en el lugar de los hechos y está encaminada a la recolección de datos mediante la observación, interacción o fotografías para así evaluar el entorno.

Por lo tanto, durante el proceso investigativo se aplicara la encuesta IN SITU, mediante el cuestionario pre elaborado.

2.2.3 Técnicas e instrumentos:

a. Encuesta

(Pobea Reyes, 2015). Menciona que la encuesta es una técnica de recopilar datos de manera eficaz y rápida mediante un cuestionario a un determinado grupo de personas. Mediante las encuestas se puede obtener las opiniones, actitudes y recomendaciones de los ciudadanos.

b. Instrumento

El instrumento a utilizarse será un cuestionario pre elaborado y validado por expertos en el área, este permitirá recopilar información para determinar la acogida que tienen los auténticos helados de Salcedo y su influencia en turismo gastronómico local.

2.2.4 Población y Muestra

Población

De acuerdo con (Graus, 2018) la población de investigación educativa es el conjunto de elementos por el cual se interesa obtener un resultado u obtener conclusiones para tomar una decisión. Para identificar la población del estudio de investigación se basó en el número de turistas que visitan el cantón Salcedo teniendo como referencia el ingreso de 8300 turistas durante el mes de octubre de 2021.

Muestra

La muestra es un subconjunto de la población o universo, la cual para ser seleccionada debe reflejar las características de la población en su totalidad. Para obtener la cantidad de los componentes de la muestra se utilizan procedimientos como fórmulas, lógicas y otros (López, 2004).

En vista de que la población que consume los auténticos helados de Salcedo es muy grande se procede a calcular las muestras aleatorias cuando se conoce el tamaño de la población, en base a la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Datos para la aplicación de la fórmula

Tabla 2: Cálculo de muestra

	DETALLE	VALOR
n	Tamaño de muestra buscado	X
N	Tamaño de la población	8.300
Z	Valor de la distribución normal correspondiente a un nivel de confianza	1,65
p	Probabilidad de éxito del evento estudiado	0,5
q	Probabilidad de fracaso del evento estudiado	0,5
e	Grado de error de significancia	0,05%

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{(1,65)^2 * (8300) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * 8300 + ((1,65)^2 * (0,5) * (0,5))}$$

$$n = 264$$

La validación cualitativa de la encuesta se realizó con profesionales expertos en el área gastronómica, quienes sustentan el tema de la investigación, el Mg. Francisco Torres Oñate docente investigador de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Ambato y el Chef. Mario Chagñay, chef del hotel Emperador. Los documentos de validación se adjuntan en el Anexo 3 y el Anexo 4.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

Los resultados del cuestionario de 15 preguntas planteadas en la encuesta que fue dirigida a personas que visitan el cantón Salcedo se detalla a continuación.

3.1.1 Diagnosticar la situación actual del turismo gastronómico con respecto a la comercialización de los helados en el cantón Salcedo.

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada para determinar las propiedades culinarias de los auténticos helados de Salcedo y su influencia en el turismo gastronómico cantonal. Se consideran las siguientes interrogantes.

¿Conoce usted sobre la gastronomía del cantón Salcedo, de los siguientes productos típicos cuáles son los más conocidos y comercializados dentro del cantón?

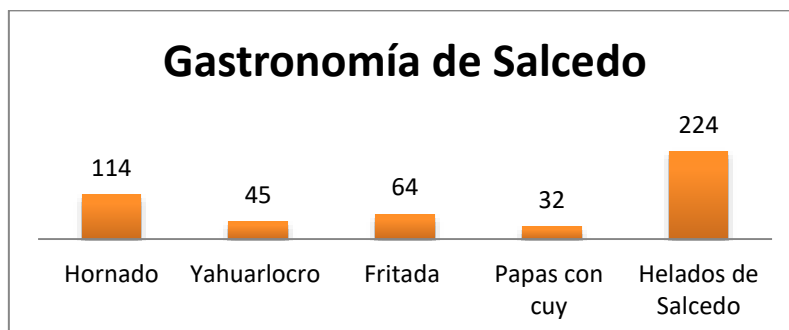
Tabla 3: Gastronomía de Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Hornado	114	43.2%
Yahuarlocro	45	17%
Fritada	64	24.2%
Papas con cuy	32	12.1%
Helados de Salcedo	224	84.8%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 1: Gastronomía de Salcedo



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 84.8% que corresponde 224 respuestas manifiestan que los helados de Salcedo son los más comercializados dentro del cantón, el 43.2% que corresponde a 114 respuestas mencionan que el hornado es el segundo plato gastronómico más comercializado en el cantón , el 24.2% que corresponde a 64 respuestas manifiestan que la fritada ocupa el tercer puesto como plato más comercializado del cantón , y el 17% que representa a 45 respuestas mencionan que el Yahuarlocro ocupa el cuarto puesto como plato gastronómico más comercializado del cantón, el 12.1% que representan a 32 respuestas mencionan que las papas con cuy también es un producto que se comercializa dentro del cantón.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de la encuesta se puede observar que los helados de salcedo son el producto más conocido y comercializado dentro y fuera del cantón a pesar de que en años anteriores se dio apertura a la nueva carretera E35 la cual hace que los conductores no ingresen al centro del cantón.

¿Piensa Ud. que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico del cantón Salcedo?

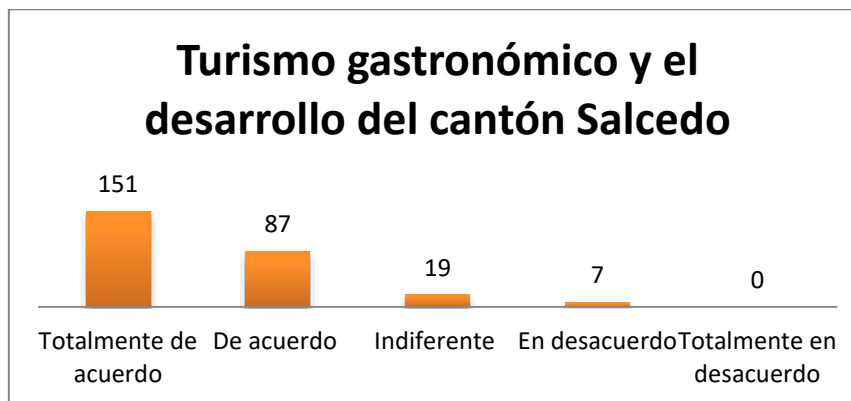
Tabla 4: Turismo gastronómico y el desarrollo del cantón Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	151	57.2%
De acuerdo	87	33%
Indiferente	19	7.2%
En desacuerdo	7	2.7%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 2: Turismo gastronómico y el desarrollo del cantón Salcedo



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 57.2% que corresponde 151 respuestas manifiestan que están totalmente de acuerdo que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo del cantón, el 33% que corresponde a 87 respuestas mencionan que están de acuerdo que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo del cantón. El 7.2% que corresponde a 19 respuestas manifiestan que es indiferente, y el 2.7% que representa a 7 respuestas mencionan que están en desacuerdo.

Interpretación

De acuerdo a los resultados que se obtuvo de la encuesta la mayor parte de la población menciona que está de acuerdo que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico del cantón, teniendo como primer producto con mayor comercialización dentro y fuera del cantón los helados de salcedo.

¿A través de la promoción y difusión de la gastronomía del cantón Salcedo se puede incrementar la afluencia de turistas?

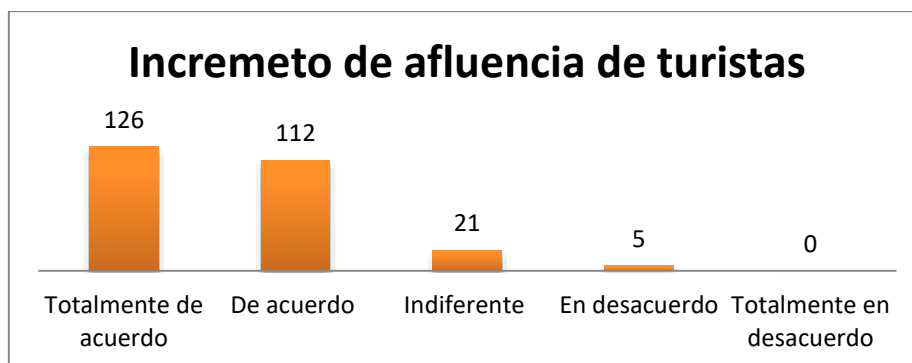
Tabla 5: A través de la promoción y difusión de la gastronomía del cantón Salcedo se puede incrementar la afluencia de turistas

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	126	47.7%
De acuerdo	112	42.4%
Indiferente	21	8%
En desacuerdo	5	1.9%

Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 3: Incremento de afluencia de turistas



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a 264 personas que es el 100%, el 47.7% que corresponde a 126 respuestas manifiestan que están totalmente de acuerdo, el 42.4% que corresponde a 112 respuestas mencionan que están de acuerdo El 8% que corresponde a 21 respuestas manifiestan que es indiferente, y el 1.9% que representa a 5 respuestas mencionan que están en desacuerdo.

Interpretación

Como resultado obtenido de las encuestas aplicadas se puede evidenciar que la mayor parte de personas encuestas están totalmente de acuerdo que a través de la promoción y difusión de la gastronomía del cantón se obtiene mayor afluencia de turistas, debido al gran reconocimiento de los tradicionales helados de salcedo esto hace que los viajeros decidan hacer una parada en el cantón para de gustar de la oferta gastronómica.

¿Qué considera usted al momento de comprar los auténticos helados de Salcedo?

Tabla 6: ¿Qué considera usted al momento de comprar los auténticos helados de Salcedo?

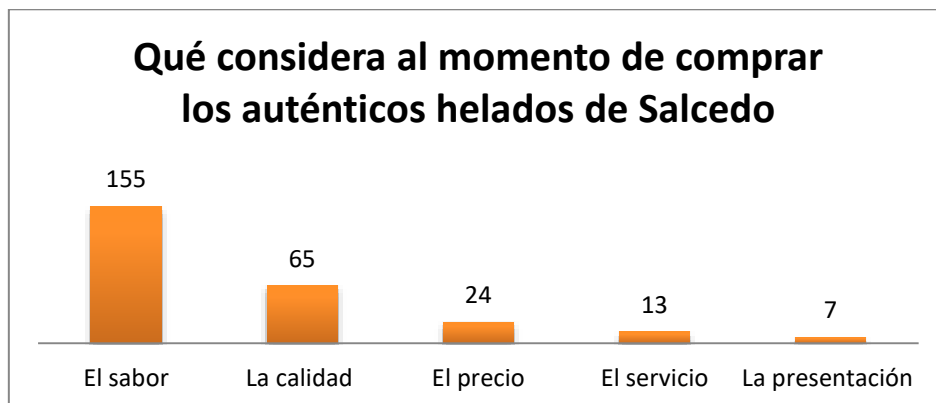
Categoría	Cantidad	Porcentaje
El sabor	155	58.7%
La calidad	65	24.6%
El precio	24	9.1%

El servicio	13	4.9%
La presentación	7	2.7%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 4: Que considera al momento de comprar los auténticos helados de Salcedo



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a 264 personas que es el 100%, el 58.7% que corresponde 155 respuestas manifiestan que al momento de comprar consideran el sabor para su elección, el 24.6% que corresponde a 65 respuestas mencionan que consideran la calidad al momento de comprar. El 9.1% que corresponde a 24 respuestas manifiestan que considera el precio al momento de comprar un helado, el 4.9% que representa a 13 respuestas mencionan que consideran el servicio al momento de comprar, el 2.7% que representan a 7 respuestas menciona que considera la presentación al momento de comprar.

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron luego de aplicar la encuesta nos dice que la mayor cantidad de personas opta por el sabor del helado al momento de comprar el mismo, por lo tanto el sabor que más sobre sale en la venta y distribución es el que contiene varios sabores, como son mora, taxo, naranjilla, coco, la cual es un icono que representa al cantón Salcedo.

¿Está usted de acuerdo con los precios de comercialización de los auténticos helados de Salcedo?

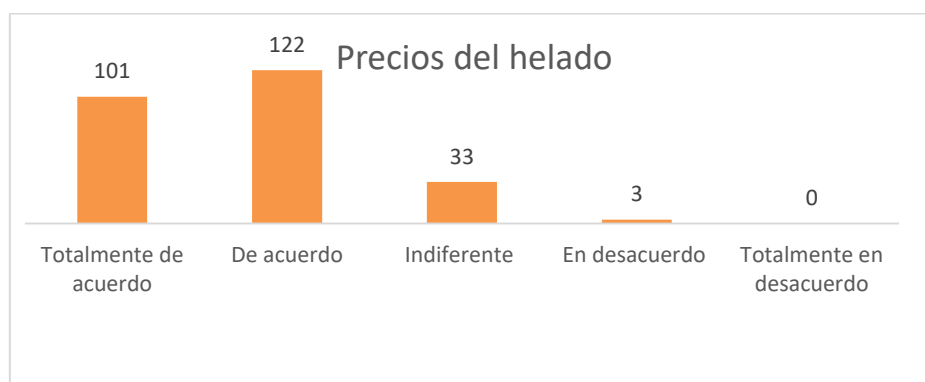
Tabla 7: Precio de comercialización de los auténticos helados de Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	101	38.3%
De acuerdo	122	46.2%
Indiferente	33	12.5%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 5: Precio del helado



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis


De acuerdo a la encuesta realizada a 264 personas que es el 100%, el 46.2% que corresponde a 122 respuestas manifiestan que están de acuerdo con el precio de comercialización del helado, el 38.3% que corresponde a 101 respuestas mencionan que están totalmente de acuerdo. El 12.5% que corresponde a 33 respuestas manifiestan que es indiferente, y el 3% que representa a 3 respuestas mencionan que están en desacuerdo.

Interpretación

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada 122 personas que son el 46,2% están de acuerdo con el precio de comercialización del helado pero sin embargo se deberá tomar alternativas para que esta opción mejore y todos estén totalmente de acuerdo con el precio de venta al público.

3.1.2 Identificar las propiedades de los auténticos helados que se comercializan en el cantón Salcedo.

Gráfico 6: Propiedad nutritivas de los auténticos helados de Salcedo

FICHA TECNICA DE LAS PROPIEDAS NUTRITIVAS DE LOS AUTENTICOS HELADOS DE SALCEDO					
					
NOMBRE DEL PRODUCTO	HELADO AUTENTICO DE SALCEDO				
DESCRIPCION PRODUCTO	El helado es elaborado a base de leche y posee de varias capas de sabores frutales, naranjilla, coco, taxo, mora, y su forma se adapta a la de un vaso y con un palito de madera, dando un sabor dulce e inigualable.				
COMPOSICION NUTRICIONAL	Informacion Nutricional				
	Calorias	250			
	Energia de calorias valor diario	70			
	grasa total	8g	12%		
	grasa saturada	6g	30%		
	Acudos grasos trans	0g			
	Acidos grasos mono insaturados	2g			
	Colesterol	23 mg	8%		
	Sodio	35 mg	1%		
	Carbohidratos totales	43 g	14%		
	Fibra dietetica	1g	4%		
	Azucares	39g			
	Proteinas	3 g	6%		
MATERIA PRIMA (100gramos)	Propiedades Nutricionales				
		Mora	Taxo	Naranjilla	Leche (1000ml)
	calorias	43	36	31	65,4
	hidratos de carbono	9,61	0,1	8	4,7
	proteina			0,74	3,1
	fibra	5,3	0,1	2,6	
	potasio	162	21	13,5	150
	magnesio	20			12
	Hierro	0,7	0,8	1,19	0,04
	calcio	41	6	34,2	120
	Vitamina A	13	2,02		46
	vitamina C	21	52	24,9	
	viatmina E	1,17			
	Vitamina B2		0,6		
Vitamia B3		2,99			
sodio				50	

Elaborado por: Guala. B. (2021)

¿Usted consume los auténticos helados de Salcedo?

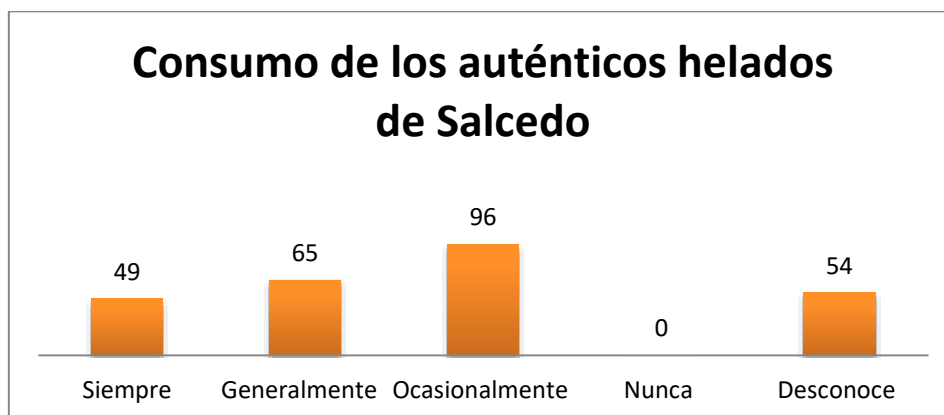
Tabla 8: Consumo de los auténticos helados de Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Siempre	49	18.6%
Generalmente	65	24.6%
Ocasionalmente	96	36.4%
Nunca	0	0%
Desconoce	54	20.5%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 7: Consumo de los auténticos helados de Salcedo



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 36.4% que corresponde 96 respuestas manifiestan que ocasionalmente consumen los auténticos helados de Salcedo, el 24.6% que corresponde a 65 respuestas mencionan que generalmente consumen los auténticos helados de Salcedo. El 18.6% que corresponde a 49 respuestas manifiestan que siempre consumen los auténticos helados de Salcedo, y el

20.5% que representa a 54 respuestas mencionan que desconocen de los auténticos helados de Salcedo.

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos existe un decrecimiento en la venta de los auténticos helados de Salcedo, debido a dos factores el principal y más común es por la apertura de la nueva carretera que hace que los viajeros ya no ingresen al centro de la ciudad, y el otro factor es el desconocimiento de los auténticos helados ya que la publicidad es muy escasa.

¿Qué sabores de helados de Salcedo son de su preferencia?

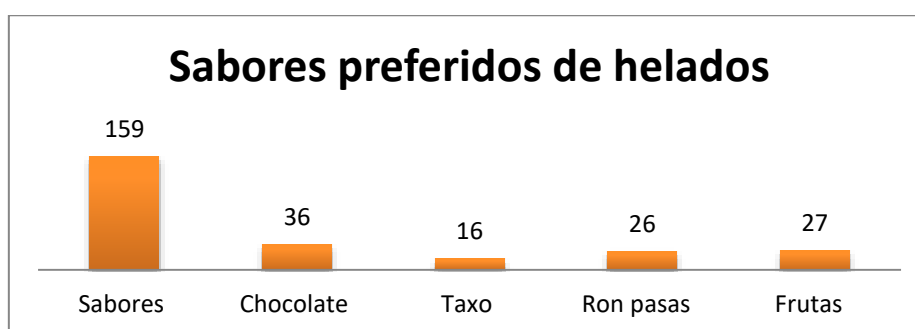
Tabla 9: Sabores preferidos de helados

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Sabores	159	60.2%
Chocolate	36	13.6%
Taxo	16	6.1%
Ron pasas	26	9.8%
Frutas	27	10.2%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 8: Sabores preferidos de los helados



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 60.2% que corresponde 159 respuestas manifiestan que su prefieren los helados de sabores, el 13.6% que corresponde a 36 respuestas mencionan que prefieren el helado de chocolate. El

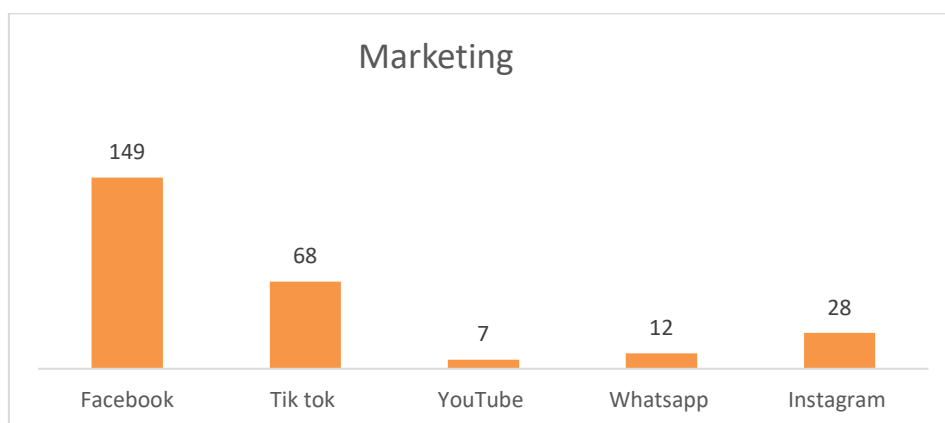
10.2% que corresponde a 27 respuestas manifiestan que prefieren el helado de frutas, el 9.8% que representa a 26 respuestas mencionan que prefieren el helado de ron pasas, el 6.1% que corresponde a 16 respuestas manifiestan que prefieren el helado de taxo.

Interpretación

Con respecto al sabor que sobre sale en la venta de los helados, es el que contiene varios sabores, el 60.2% que representa a 159 personas manifestaron que el sabor de su helado favorito es el de sabores, la cual contiene mora, taxo, naranjilla, coco, y es un icono reconocido a nivel nacional e internacional, por sus llamativos colores.

¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Facebook	149	56.4%
Tik tok	68	25.8%
YouTube	7	2.7%
Whatsapp	12	4.5%
Instagram	28	10.6%
Total	264	100%



Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 56.4% que corresponde 149 respuestas manifiestan que le gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el Facebook, el 25.8% que corresponde a 68 respuestas mencionan que

prefieren conocer más sobre los auténticos helados mediante el tik tok, el 10.6% que corresponde a 28 respuestas manifiestan que les gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el Instagram, el 4.5% que corresponde a 12 respuestas manifiestan que les gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el WhatsApp, el 2.7% que corresponde a 7 respuestas mencionan que les gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el you tube.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de la encuesta la mayor parte de personas prefieren conocer sobre los auténticos helados mediante una de las redes sociales que más usuarios tiene como lo es Facebook ya que es una aplicación que es muy fácil de utilizar y tienen acceso desde los 12 años de edad, en la actualidad con la llegada del covid todas las personas y empresas se vieron obligados a realizar marketing digital, ya que es más eficaz.

3.2 Verificación de hipótesis

En la investigación se planteó dos hipótesis: la hipótesis alternativa la cual afirma que la comercialización de los auténticos helados de Salcedo potencializa el turismo gastronómico local y la hipótesis nula sostiene que la comercialización de los auténticos helados de Salcedo no potencializa el turismo gastronómico local.

Cálculos estadísticos:

Dos interrogantes planteadas en la encuesta **¿Usted consume los auténticos helados de Salcedo? ¿Turismo gastronómico?**, dirigida a los turistas que visitan y consumen los auténticos helados de Salcedo, obteniendo resultados en base a los siguientes cálculos:

Hipótesis alternativa: la comercialización de los auténticos helados de Salcedo potencializan el turismo gastronómico local.

Hipótesis nula: la comercialización de los auténticos helados de Salcedo no potencializan el turismo gastronómico local.

Tabla 10: Verificación de hipótesis

FRECUENCIA DEL VALOR OBSERVADO (f ₀)				FRECUENCIA DEL VALOR ESPERADO (f _e) f _e = total columna x total de fila /suma total	
Auténticos helados de Salcedo (consumen)	Turismo gastronómico (como aporte al desarrollo económico local)		TOTAL	224	224
	SI	NO		40.30	40.30
SI	210	238	448		
NO	54	26	80		
TOTAL	264	264	528		
CALCULO DEL CHI CUADRADO				CALCULO DE CHI CRITICO	
$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$				x= 0,01 n= (2-1)(2-1)=1 x² critico 0,01= 6,635	
x²= 11.46					

Elaborado por: Guala. B. (2021)

El resultado obtenido luego de aplicar el chi cuadrado con un grado de libertad de 0.01 se obtiene en la tabla 6,635 y como resultado del chi cuadrado calculado se obtiene 11.46 por ende se procede a descartar la hipótesis nula y hacer valido a la hipótesis alternativa que es “la comercialización de los auténticos helados de Salcedo potencializa el turismo gastronómico local.”

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Según el 84.8% de encuestados se concluye que el turismo gastronómico del cantón está representado por los auténticos helados de Salcedo, seguido del hornado y el 90.1% de la población menciona que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico del cantón mediante la oferta de platos típicos como el hornado, la fritada, el yahuarlocro y las papas con cuy, a pesar de que existen muchas personas que desconocen sobre el origen del producto original, Salcedo es una ciudad que se caracteriza por la venta y comercialización de helados, hornado y el rico pinol.

Los auténticos helados de Salcedo son beneficios debido a que aportan con gran energía al cuerpo ya que contienen una gran cantidad de productos nutritivos, para elaborarlos, la materia prima como las frutas y la leche son seleccionadas de manera estricta y con altos estándares de calidad, así mismo se identificó las propiedades nutricionales en base a la materia prima (mora, taxo y naranjilla) ya que el 60,2% de los turistas prefieren los auténticos helados de sabores.

El 56,4% de los turistas manifiesta que el Facebook es el medio On line que le gustaría conocer sobre los auténticos helados y la oferta gastronómica del cantón Salcedo, es así que, para su promoción se usará la red social Facebook para lo cual se creó una fan page en la Web, titulado “Los auténticos helados de Salcedo” página en la cual se encuentra dispuesto el video promocional como medio audiovisual, mismo que, se encuentra en el siguiente enlace:
<https://www.facebook.com/Los-autenticos-helados-de-Salcedo-100545412522542/>

4.2 Recomendaciones

- Fomentar la planificación y desarrollo de ferias gastronómicas dentro del cantón, donde se exponga los platos típicos y los auténticos helados de Salcedo para atraer a turistas y visitantes, como estrategia de potencialización del turismo gastronómico y dinamización de la economía local, de esta manera la gastronomía se convierte en una oportunidad para Salcedo que ven en sus recursos agroalimentarios la posibilidad de la comercialización a través del vínculo con la actividad turística.
- Promocionar la gastronomía del cantón a través de redes sociales más utilizadas ya que en la actualidad debido a la pandemia el mundo digital es uno de los principales medios para difundir información y considerando que el turismo gastronómico se ha convertido en un segmento dinámico dentro de la actividad turística en el país
- Capacitar al talento humano que se dedica a ofertar productos gastronómicos en temas como atención al cliente para brindar servicios de calidad y marketing turístico, actividad que permita intuir en el incremento de la demanda y afluencia de turistas en el cantón.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Título

Fan page y un video publicitario como estrategias de promoción de los auténticos helados de Salcedo para la potencialización del turismo gastronómico local

5.2 Antecedentes:

Cristina Belén Miranda Ortíz, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, en el 2017 desarrollo el proyecto de investigación “Las redes sociales y su impacto en la promoción turística de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua”, el objetivo fue describir el impacto de las redes sociales en la promoción turística, como resultados el 52% de la demanda menciona que las redes sociales es un medio de comunicación que posee muchas ventajas, por ser un medio masivo y económico, puesto que se encuentra al alcance de todas las personas y se puede publicitar de manera fácil y rápida

Así mismo, Verónica del Carmen Aguilar Lucero, estudiante de la facultad Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, incursiono en el proyecto de investigación en el 2015, titulado. “Los recursos informativos empleados para la orientación del turista nacional y extranjero por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Baños de Agua Santa, estudio que llego a las siguientes conclusiones: un alto porcentaje de turistas presentan una apertura directa al avance tecnológico, mostrando interés por nuevas opciones de informarse ya que la mayoría disponen de dispositivos móviles y acceso a la web, además consideran que es necesario la modernización de la información turística, aprovechando la tecnología, ya que el turista requiere que la información que reciben sea rápida, útil y satisfactoria.

El tema de investigación titulado: “Estrategias audiovisuales y su vinculación con el turismo de la ciudad de Ambato”, fue desarrollado en el 2017 por Ordoñez Mozo Bryan Omar estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad Técnica de Ambato, el autor concluye que los audiovisuales son una herramienta eficaz para transmitir un mensaje y sin dudas este va a mejorar el turismo de la ciudad ya que permite llamar la atención al visitante.

Otra de las investigaciones que aportan al presente estudio es de la Universidad Técnica de Cotopaxi realizada por (Jiménez & Vivas, 2016, pág. 57) titulada "Recorrido audiovisual de la hacienda Tilipulo, para difusión como atractivo turístico en la ciudad de Latacunga" el objetivo del proyecto es producir un audiovisual basado en la historia, cultura de la hacienda, para la promoción y difusión de los saberes ancestrales y el desarrollo interculturales la provincia de Cotopaxi con el país. 14 El autor concluye que la investigación y la aplicación del audiovisual promueve la difusión histórica cultural, así como también ínsita al turismo e incremento económico de la provincia de Cotopaxi. Recomienda al Ministerio de Educación tomar como herramienta de difusión histórica a los recorridos audiovisuales

5.3 Fundamentación

5.3.1 Marketing

Según Santesmases, M. (2012) citado por (Tara, 2018) menciona que el marketing es un medio que en la actualidad es utilizado para satisfacer las necesidades de un mercado mediante la creación y entrega del valor de un producto para que la relación entre el cliente y la empresa sean eficaz y satisfactoria

5.3.2 Tendencia de marketing

Según (Montenegro, 2019) en la época actual las empresas grandes y pequeñas se ven obligados a realizar marketing ya que el mundo tecnológico ha ido evolucionado de manera acelerada, por tal motivo se han identificado varias tendencias y nuevas disciplinas que son derivadas del marketing por ejemplo: el marketing sensorial, marketing experiencial, marketing digital, etc. esta última tendencia es la que más se ha ido posicionando dentro de las empresas.

5.3.3 Marketing digital

De acuerdo con (Montenegro, 2019) el marketing digital es el empleo del internet para realizar la promoción y venta de sus productos mediante la publicidad con la finalidad de incrementar la demanda en los negocios, también ayuda a establecer una marca dentro de los mercados comerciales mediante los canales digitales. Su utilización es cada vez mayor, el empleo del comercio electrónico genera grandes ganancias a nivel mundial en el año 2015 las ganancias sobre pasaron los 25 billones cuya cifra apoyo al aumento del PIB en un 2.92% a nivel mundial, para el 2017 un 22% de personas de todo el mundo utilizó el comercio electrónico como método para el desarrollo de sus negocios.

5.3.4 Sitios web

Es un conjunto de páginas que se encuentran en la red (internet) la cual brindan información de una empresa pública o privada para dar a conocer sobre su oferta del producto. Existen dos tipos de sitios el corporativo o comercial, el corporativo se utiliza páginas web creadas para colocar toda la información acerca la empresa, en cambio el comercial además de ofrecer toda la información necesaria, animan a que los clientes compren el producto para ellos se utiliza Facebook, Twitter, Instagram entre otras redes sociales que en la actualidad son tendencia.

5.3.4 Facebook

(Candale, 2017) Es una de las redes sociales más utilizada a nivel mundial, en la actualidad más del 80% de la población alrededor del mundo utilizan esta aplicación desde su celular móvil. En los primeros años de lanzamiento de la app se utilizó como medio de comunicación e interacción con familiares, en la actualidad gracias al rápido avance de la tecnología y con la llegada del covid Facebook además de ser un medio de comunicación con los familiares, las empresas o personas que cuenten con un negocio utilizan para hacer anuncios y publicar contenido de sus productos para así incrementar la demanda.

5.3.5 Publicidad:

(Regatto Bonifaz & Gavilanes Yánes, 2016) Menciona que es una forma de divulgar la información ya sea pagada o remunerada la cual tienen como objetivo vender sus ideas, productos, su mercadería o servicios por parte de las empresas, personas naturales u ONG. Pero la finalidad de la publicidad no solamente es vender y convencer sino que también es una forma de comunicar. Según García. (2011) menciona en (Regatto Bonifaz & Gavilanes Yánes, 2016) manifiesta que la información de la publicidad que se transmite al público motiva a que las personas adquiera el producto.

5.3.6 Video publicitario

Según (Villar, 2015) Los videos publicitarios también conocidos como spot o píldoras publicitarias deben ser de 1 minuto y máximo 3 minutos para que capten la atención de la persona. Los videos publicitarios es una técnica para brindar información al público por medio de una combinación de textos, imágenes, audio entre otras cosas que sean necesarios de acuerdo al video que se vaya a realizar, estos videos deben ser creativos y que capten la atención de las personas

5.3.7 Justificación

La propuesta de esta investigación tiene como objetivo ayudar a la promoción y difusión de la gastronomía y los auténticos helados de Salcedo ya que por motivo de la nueva carretera E35 ha perdido afluencia de turistas dentro del cantón, de esta manera contribuir en el desarrollo económico. Para esto se toma en consideración los helados de Salcedo ya que es un icono reconocido a nivel nacional e internacional, para de esa manera impulsar y motivar a realizar actividades gastronómicas dentro del cantón,

Una vez que se haya completado y se ponga en ejecución la propuesta se pretende ayudar al desarrollo económico, mediante una correcta publicidad, para que los comerciantes, personas del cantón vayan mejorando su calidad de vida

5.3.8 Objetivo

- Promocionar los productos gastronómicos del cantón Salcedo, especialmente los auténticos helados.
- Incentivar al turista para que visite el cantón Salcedo y deguste de su gastronomía típica

5.4 Metodología

Mediante el trabajo de campo In Situ, se levantó información básica para la elaboración del guion del video promocional, mismo que se describe a continuación:

5.4.1 Video Promocional

5.4.1.1 Guion

Fase 1: Salcedo ciudad que se encuentra en la sierra central del país junto al majestuoso volcán Cotopaxi, ciudad de gente emprendedora y honesta. Tierra del encanto conocida por sus auténticos helados y el pinol, sus platos típicos se encuentra el hornado, la fritada de panzaleo. Salcedo ciudad de grandes secretos entre ellos se encuentra el sabor de los auténticos helados un sabor único e inigualable que al saborearlo hace que niños o adultos les dibuja una sonrisa, pero cuál es el origen de esto inigualables sabores?

Fase 2: Todo nace en el año de 1956 en el convento franciscano donde las monjitas con empeño y dedicación crearon el auténtico helado de sabores. Con el paso del tiempo este auténtico helado fue adquiriendo prestigio, por su receta única, la familia jijón son los únicos que todavía llevan la tradición de la creación del helado. Los helados de salcedo no contienen productos como colorantes, ni saborizantes, ya que sus productos como las frutas y la leche son 100% naturales y de calidad, y son escogidos estrictamente, y su elaboración dura 3 días y cumple con sus y cumple con sus respectivos sellos de calidad,

Fase 3: El helado cuesta 60 centavos de dólar diferentes sabores de helados tradicionales como el helado de palito, chocolate, mora, taxo, naranjilla, frutilla, leche mora y leche y como, usted puede adquirirlos en el centro de la ciudad a un costado del parque central el horario de atención es de 8am a 20 horas ven con tu familia y disfruta de un sabor único e inigualable. Y después de saborear el exquisito helado te invito a degustar de la tradicional fritada en el sector de panzaleo y vista el parque de la familia, y la laguna de yambo conocida por sus historias misteriosas.

5.4.1.2 Filmación del video

Se buscó un profesional para la grabación y edición del video publicitario, se dio inicio en el parque de central de Salcedo para luego dirigirnos a la fábrica de helados para hacer varias tomas del auténtico helado y los diferentes sabores que ofrecen en ese lugar, por políticas de la fábrica no nos permitieron ingresar a grabar la preparación.

Luego nos dirigimos a la iglesia del cantón, luego a pocos pasos nos dirigimos a la unidad educativa San Francisco de Asís donde inicia la historia del helado, en ese mismo sector en una esquina ofrecen la Frida de mama Chavi la cual es una de las reconocidas de la ciudad. Luego nos dirigimos hacia el parque de la familia ubicado en la parte norte del cantón, luego nos fuimos al nuevo mercado ubicado en la Tebaida para grabar las letras “Salcedo”, más adelante nos fuimos al mercado conocido como mercado de papas, para grabar una toma de las frutas con las que se elabora el helado,

En la salida del cantón en el sector de panzaleo se grabó algunas tomas de la fritada, y por último nos dirigimos a la laguna de yambo con eso se finalizó las tomas

5.4.1.3 Edición del video

La edición del video se encargó una profesional en el área la cual se trabajó conjuntamente, juntando ideas de parte a parte, la cual es mi voz la que se encuentra inmersa en el video. La persona profesional se encargó de adjuntar las tomas realizadas previamente, la voz, la música de fondo, animación entre otros pequeños detalles para la cual utilizó aplicaciones de alta categoría para que el video tenga una calidad adecuada y capte la atención del público.

5.4.1.4 Recursos y Materiales

Tabla 11: Recursos

RECURSOS	DETALLE	VALOR
	Universidad Técnica de Ambato	N/A
Institucionales		N/A
	Fabrica “Helados Salcedo”	
Económico	Transporte	\$10.00
	Personal profesional	\$100
TOTAL		\$ 110

Elaborado por: Guala. B. (2021)

5.4.2 Fan page

Ilustración 5: Fan page Los auténticos helados de Salcedo



Elaborado por: Guala. B. (2021)

5.5 Administración

La fábrica Helados Salcedo será la encargada de hacer uso del video y fan page para su beneficio y será responsable de la gestión, manejo y difusión de la información del video promocional de los helados de salcedo y el turismo gastronómico

5.6 Disponibilidad

El video promocional como estrategia de difusión basado en los helados de Salcedo y el turismo gastronómico, estará disponible en la red social Facebook en la página oficial denominada los auténticos helados de Salcedo, en el siguiente enlace: <https://www.facebook.com/Los-auténticos-helados-de-Salcedo-100545412522542/>

Bibliografía

- Aldo, A. (18 de Abril de 2021). *Universidad de Lima*. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Academica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%3%b3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Alvarez- Sousa, A., Mantecòn, A., & Puertas-Cañaverl, i. (2019). *Sociología del Turismo. España*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GcnBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA127&dq=turismo++deportivo&ots=_uhWpDXvu2&sig=2cuakLsYWszY_XuCEoA958rQiY#v=onepage&q=turismo%20%20deportivo&f=false
- AME. (31 de diciembre de 2020). *AME*. Obtenido de <https://ame.gob.ec/helados-de-salcedo-icno-de-sabor-y-originalidad/>
- Arce Cornelio , L. K., Bances Zapata, M. F., Oruna Supo, L. Y., Palacios Saavedra, N. S., & Zapata Gallo, I. A. (Noviembre de 2019). *UDEP*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4278/PYT_Informe_Final_Proyecto_Helado.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias Acosta , M. J. (2014). *repositorio uta*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9398/1/FCHE-THP-198.pdf>
- Calderon Cardona , L., & Gonzalez Velásco, E. s. (julio de 2019). *udistrital*. Obtenido de <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/16290/CalderonCardonaLexdyYurany2019.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Candale, C. V. (11 de noviembre de 2017). *Dialnet*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Jrgd-ASYf2IJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6319192.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-d&google_abuse=GOOGLE_ABUSE_EXEMPTION%3DID%3D41d141b96575d24e:TM%3D1641579479:C%3Dr
- Carlos, G. (15 de septiembre de 2017). *Dialnet*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-TurismoEnSalud-6314644.pdf>
- Carvache Franco, M., Carvache Franco , W., Molina Bravo, G., Arteaga Peñafiel, M., & Villagómez Buele, C. (23 de octubre de 2018). *Turismo y sociedad*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5762/576262645008/html/#B38>
- Carvache Franco, W. (junio de 2018). *scielo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2018000100043&script=sci_arttext
- Castellano Bonilla, G. (2018). *UDLA*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/9943/1/UDLA-EC-TINI-2018-79.pdf>

- Coloma, E., & Galiana, P. (05 de abril de 2017). *Mundo Heladero*. Obtenido de <https://www.heladeria.com/articulos-heladeria/a/201705/3312-el-helado-fase-a-fase>
- Cuevas Alvarez , M. C., Pérez Mendoza, M., & Pecero Covarrubias, E. (11 de enero de 2018). *Ujat*. Obtenido de <https://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/2520/1927>
- Duis, U. (2018). *turismo y sociedad*. Obtenido de <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=5630061100270840160830901081100701101020130670920700871260021021000170830770791131130991221160020190250280030831101210310950711260320130320390920011201260290840050950570390030910671210651240241050641211070720040>
- el telègrafo. (25 de julio de 2020). *el telègrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/helados-salcedo-estados-unidos>
- Freire Díaz, Á., Alcívar Vera, I., & Pastrán Calles, F. (31 de Marzo de 2021). *Condet*. Obtenido de <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/condet/article/view/3180/60078>
- Garrido, C. (octubre de 2020). *UIDE*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>
- Graus, D. M. (enero de 2018). *dilemas* . Obtenido de <https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticyvalores.com/index.php/dilemas/article/view/427/443>
- Greenfield, I. (10 de septiembre de 2020). *nanmagazine*. Obtenido de <https://www.nanmagazine.com/helados-de-salcedo-ultimo-bastion-en-la-plaza/>
- Gualdron, S. C. (2020). *unab*. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/11825/2020_Tesis_Silvia_Carolina_Motta_Gualdron.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guevara , G., Verdesoto, A., & Castro , N. (1 de julio de 2020). *Dialnet*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4Ugmca4_ZLWJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf+&cd=14&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Gurria Di-Bella, M. (2019). *Introduccion al turimo*. Obtenido de <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/298/1/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- Hernandez, R., & Dancausa, M. (abril de 2018). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755394013/180755394013.pdf>
- Hérnandez, R., & Dancausa, M. (Abril de 2018). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180755394013>
- Julca Meza, E. C. (20 de julio de 2016). *revistaturismoypatrimonio*. Obtenido de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17/10>

- Julca Meza, E. C. (8 de junio de 2017). *turismo y patrimonio*. Obtenido de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17/10>
- López, P. L. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 09(08). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Mandred, T. (2018). *repositorio uta*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27553/1/Tonato%20Cede%c3%b1o%20Manfred%20Alexander%200503338444.pdf>
- Marques, J., & Santos, N. (1 de enero de 2017). Obtenido de <file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/310051-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1068541-1-10-20171129.pdf>
- Martínez Vacacela, P. A. (2017). *epoch*. Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/11414/1/84T00532.pdf>
- Martínez, A., & Fernández Poyatos, D. (29 de junio de 2019). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88165933001/88165933001.pdf>
- Mendoza Zambrano, J., Gómez Gómez, C. S., & Álvarez Ojeda, V. (20 de febrero de 2020). *Uleam Bahía Magazine*. Obtenido de <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/LAS%20POTENCIALIDADES%20DE%20LOS%20RESTAURANTES%20DEL%20LITORAL%20ECUATORIANO.pdf>
- MINTUR. (marzo de 2018). *Escuela de chefs*. Obtenido de <https://chefs.ec/wp-content/uploads/2018/05/folleto-gastron%C3%B3mico.pdf>
- Montenegro, K. G. (Junio de 2019). *fipcaec*. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/38/39>
- Muñoz, C., Pérez, B., & Navarrete, M. (2017). *Dialnet*. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDelTurismoReligiosoEnMexico-5975088%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDelTurismoReligiosoEnMexico-5975088%20(1).pdf)
- Nación, L. (21 de marzo de 2020). *La Nación*. Obtenido de <https://lanacion.com.ec/helados-salcedo-jaime-jijon/>
- Nájera, C. (24 de junio de 2017). *Dialnet*. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eyUeSzwWdFEJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6259170.pdf+&cd=19&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- OMT. (2021). *UNWTO*. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/9789284420995.pdf>
- Pobea Reyes, M. (2015). *Sld*. Obtenido de <https://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf>

- Regatto Bonifaz, J., & Gavilanes Yánes, P. (2016). Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vDQbtfoFpOAJ:https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-auc/index.php/au-ucsg/article/download/4/4+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-d>
- Rojas, R. D. (2 de febrero de 2018). *Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/18392215.html>
- Sanchez, A. M., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (2020). *blog cedia*. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Turismo-en-Ecuador-Alojamiento-y-servicios-de-comida.pdf>
- Sancho, A., Dimitriops, B., Gallegos, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., . . . Ruiz, P. (2019). *Introducción al turismo*. Obtenido de <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>
- Sobrado, D. A. (2017). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Tesis_Dunia_Alonso_Sobrado_2017.pdf
- Tara, S. C. (2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Dialnet*, 212.
- Tonato Tutasig, J. (2018). *epoch*. Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/11968/1/52T00494.pdf>
- universo, E. (4 de junio de 2018). *el universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/fotogalerias/mas-de-sesenta-anos-de-los-helados-de-salcedo/>
- Vacas San Miguel, T. (julio de 2017). *universidad de Valladolid*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24910/TFM-N.57.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vicuña Castillo, M. (Marzo de 2021). *repositorio puce*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/18731/PROYECTO%20DE%20PREFACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACI%20c3%93N%20DE%20UN%20PRODUCTO%20ALIMENTARIO%20ECUATORIANO%20AL%20MERCADO%20INTERNACIONAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villar, J. M. (2015). *Universidad Politécnica de Valencia*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-_NQJSuSI8J:https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/60563/GALLART%2520-%2520EL%2520VIDEOARTE%253A%2520SPOT%2520PUBLICITARIO%2520PARA%2520FINES%2520PERSUASIVOS%2520Y%2520PROPAGAND%25C3%258DSTICOS
- Yacelga, J. C., & Patrel, A. M. (5 de agosto de 2021). *revista científica dominios de la ciencia*. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2151/4558>

ANEXO

Anexo 1: carta compromiso

CARTA DE COMPROMISO

Salcedo, 4 de noviembre de 2021

Doctor
Marcelo Núñez
Presidente
Unidad de titulación
Carrera de Turismo y Hotelería
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Universidad Técnica de Ambato

Ing. Carolina Jijón en mi calidad de propietaria de Helados Salcedo, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONOMICO" propuesto por el estudiante Brayan Wladimir Guala Chimborazo, portador de la Cédula de Ciudadanía 050411233-5, estudiante de la Carrera de Turismo y hotelería, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Ing. Carolina Jijón
1716299589
0998369205
carolinajijon80@gmail.com

Anexo 2: Oficio para la validación del cuestionario

Ambato a, 23 de noviembre de 2021

**Ldo. Francisco Torres Oñate, Mg.
DOCENTE DE LA CARRERA DE TURISMO EN LA UNIVERSIDAD
TECNICA DE AMBATO**

Presente:

De mi consideración:

Yo, Brayan Wladimir Guala Chimborazo, con cédula de identidad N° 0504112335 en calidad de estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me permito dirigirme a usted de la manera más comedida para solicitar la validación del instrumento (cuestionario) de la encuesta a aplicarse para el levantamiento de la información básica del proyecto de investigación titulado : **“LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONOMICO”**, mismo que, se aplicara a los turistas que consumen los auténticos helados de Salcedo'. Además, me permito anexar el documento de la encuesta para su análisis, revisión y validación, en el caso de existir observaciones solicito se emita sugerencias para disponer del documento totalmente factible de aplicarse; así mismo, anexo el formato de validación de la encuesta el mismo que debe ser llenado por su persona en calidad de especialista de la temática abordada en el proyecto de investigación antes mencionado y firmada como respaldo.

Por la atención favorable que dé a la presente, anticipo mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente



Brayan Wladimir Guala Chimborazo

**Estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de
Ambato
0504112335**

Anexo 3: Instrumento 1 de validación de la encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE LA ENCUESTA

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION: "LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONÓMICO"

CRITERIOS	APRECIACION			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación:

Es un documento el cual es utilizado para la recopilación de información sobre el turismo gastronómico y los auténticos helados de Salcedo.

Observaciones: Ninguna

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (x) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Ledo. Francisco torres, Mg **Especialidad del evaluador:** Turismo

Cargo que desempeña: Docente de la Universidad Técnica de Ambato

Fecha: 24/11/2021

Firma:



Anexo 4: instrumento 2 de validación de la encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
 FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
 CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE LA ENCUESTA

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION: "LOS HELADOS DE SALCEDO Y EL TURISMO GASTRONÓMICO"

CRITERIOS	APRECIACION			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	✓			
Calidad de redacción de los ítems	✓			
Pertinencia de las variables con los indicadores	✓			
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de aplicación	✓			

Apreciación:

Es un documento el cual es utilizado para la recopilación de información sobre el turismo gastronómico y los auténticos helados de Salcedo.

Observaciones: Ninguna

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Mario Chagná **Especialidad del evaluador:**

Cargo que desempeña: Chef Ejecutivo

Fecha: 25/11/21

Firma:





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



Tema de investigación: Los helados de Salcedo y el turismo gastronómico

Objetivo de la encuesta: Identificar las propiedades culinarias de los auténticos helados de Salcedo y su influencia en el turismo gastronómico cantonal.

Instrucciones:

1. Este cuestionario esta dirigido a los turistas que consumen los auténticos helados del cantón Salcedo
2. Las respuestas son para fines académicos por lo que se solicita absoluta sinceridad en sus respuestas.

CUESTIONARIO

Datos demográficos:

Género: Masculino Femenino

Rango de edad: 10 a 20 21 a 59 60 en adelante

Turista: Nacional Extranjero

Lugar de procedencia:

Turismo gastronómico

1. ¿Qué tan a menudo visita el cantón Salcedo?

Diariamente	
Entre semana	
Fin de semana	
Mensualmente	
Anualmente	

2. ¿Conoce usted sobre la gastronomía del cantón Salcedo, de los siguientes productos típicos cuáles son los más conocidos y comercializados dentro del cantón?

Hornado	
---------	--

Yahuarlocro	
Fritada	
Papas con cuy	
Helados de Salcedo	

3. ¿Piensa Ud. que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico del Cantón Salcedo? primer objetivo

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

4. ¿A través de la promoción y difusión de la gastronomía del cantón Salcedo se puede incrementar la afluencia de turistas?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

Helados de Salcedo

5. ¿Con qué frecuencia degusta de un helado?

Muy frecuentemente	
Frecuentemente	
Ocasionalmente	
Raramente	
Nunca	

6. Usted consume los auténticos helados de Salcedo?

Siempre	
Generalmente	
Ocasionalmente	
Nunca	
Desconoce	

7. ¿Qué considera usted al momento de comprar los auténticos helados de Salcedo?

El sabor	
La calidad	
El precio	
El servicio	
La presentación	

8. ¿Qué sabores de helados de Salcedo son de su preferencia?

Sabores	
Chocolate	
Taxo	
Ron pasas	
Chicle	
Frutas	

9. ¿Qué tipo de presentación prefiere al momento de comprar helados?

Medio litro	
Un litro	
Vasos	
Cono	
Paleta	

10. ¿Está usted de acuerdo con los precios de comercialización de los auténticos helados de Salcedo?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

Publicidad

11. ¿A través de que medio publicitario se enteró sobre los auténticos helados de Salcedo?

Prensa	
Radio	
Redes sociales	

Vallas Publicitarias	
Volantes	

12. ¿Cómo califica la publicidad que realiza la heladería para vender su producto?

Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Deficiente	

13. ¿Cómo califica el servicio del personal que atiende la heladería?

Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Deficiente	

14. ¿Está usted de acuerdo con la ubicación de la heladería Salcedo que comercializa los auténticos helados?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

Marketing directo

15. ¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?

Facebook	
Tik tok	
YouTube	
Whatsapp	
Instagram	

“Gracias por su colaboración”

1.- Genero

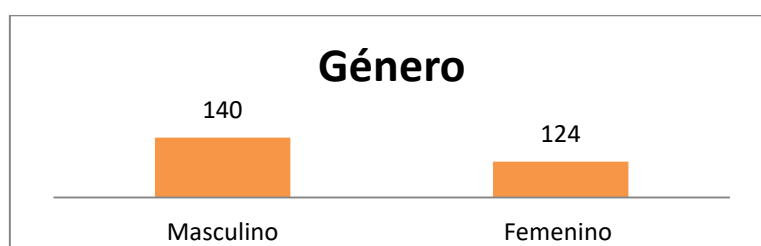
Tabla 12: Género

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Masculino	140	53%
Femenino	124	47%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 9: Genero



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 53% que corresponde 140 respuestas manifiestan son de género masculino, el 47% que corresponde a 124 respuestas mencionan son de género femenino.

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayor parte de personas encuestas que visitan el cantón Salcedo son de género masculino entre niños y adultos.

2.- Rango de edad

Tabla 13: Rango de edad

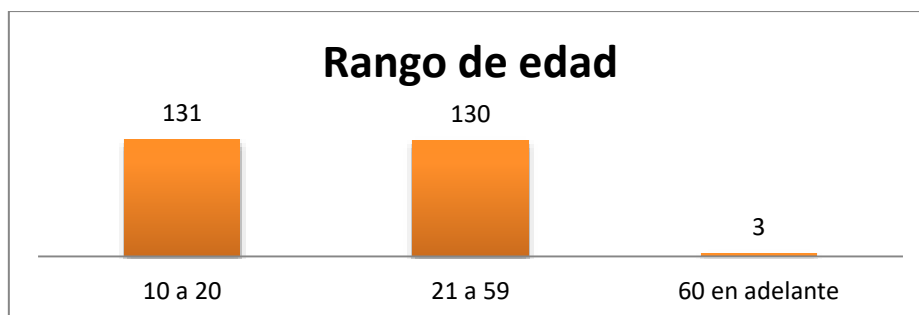
Categoría	Cantidad	Porcentaje
10 a 20	131	49.6%
21 a 59	130	49.2%
60 en adelante	3	1.1%

Total	164	100%
-------	-----	------

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 10: Rango de edad



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 49.7% que corresponde 131 respuestas manifiestan que su rango de edad esta entre los 10 a 20 años, el 49.2% que corresponde a 130 respuestas mencionan que su rango de edad esta entre los 21 a 59 años, el 1.1% que corresponde a 3 respuestas manifiestan que su rango de edad es de los 60 años en adelante.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de las encuestas se puede determinar que la mayoría de personas que visitan el cantón Salcedo están en un rango de edad entre 10 a 20, debido a que ellos son los que más deseo de degustar un helado tienen.

3.- Turista

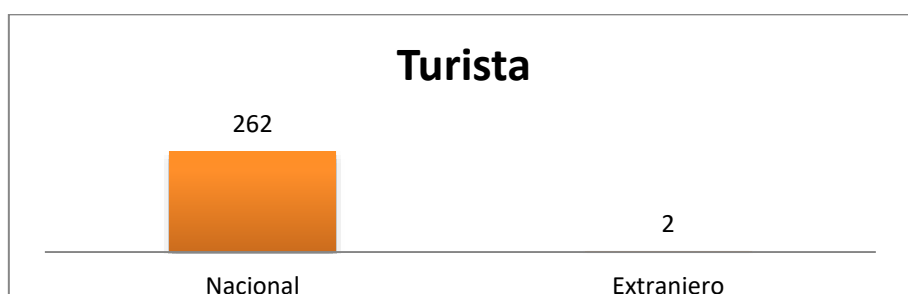
Tabla 14: tipo de turista

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Nacional	262	99.20%
Extranjero	2	0.80%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 11: Tipo de turista



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 99.20% que corresponde a 264 respuestas manifiestan que son turistas nacionales de diferentes provincias del Ecuador mientras que el 0.80% que corresponde a 2 respuestas mencionan que son extranjeras provenientes de los Estados Unidos.

Interpretación

En base a los resultados que se obtuvo mediante la encuesta realizada se conoce que la mayor parte de turistas son del mismo País, esto por motivo que no existe otros helados de la misma categoría, que contenga un sabor único e inigualable

4.- Lugar de procedencia

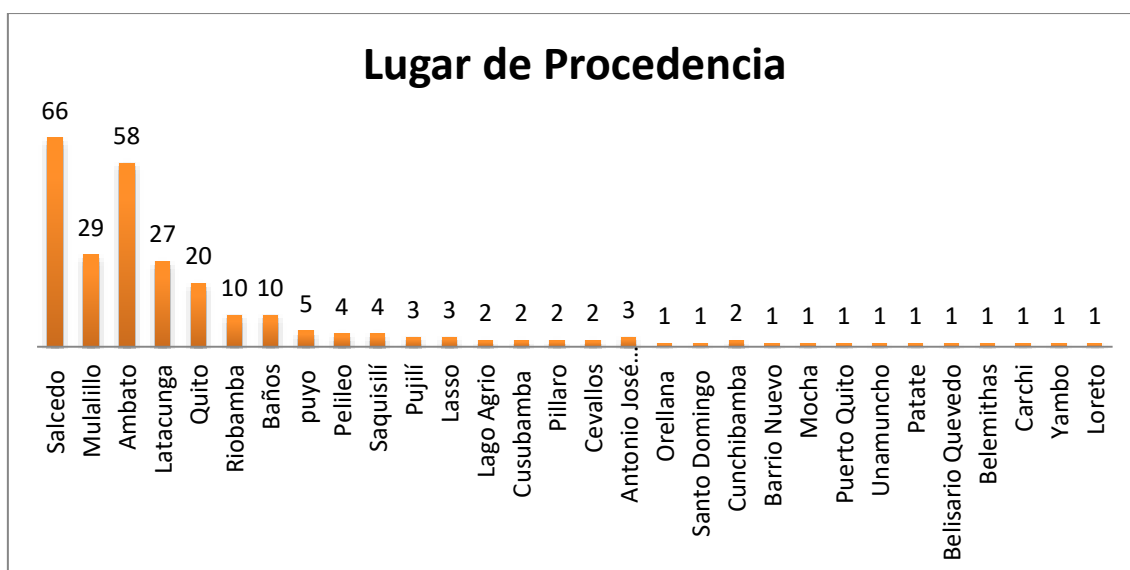
Tabla 15: Lugar de procedencia

Categoría	Cantidad
Salcedo	66
Mulalillo	29
Ambato	58
Latacunga	27
Quito	20
Riobamba	10
Baños	10
puyo	5
Pelileo	4
Saquisilí	4
Pujilí	3

Lasso	3
Lago Agrio	2
Cusubamba	2
Pillaro	2
Cevallos	2
Antonio José Holguín	3
Orellana	1
Santo Domingo	1
Cunchibamba	2
Barrio Nuevo	1
Mocha	1
Puerto Quito	1
Unamuncho	1
Patate	1
Belisario Quevedo	1
Belemithas	1
Carchi	1
Yambo	1
Loreto	1
Total	264

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 12: Lugar de procedencia



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta se puede determinar que la mayor parte de personas que visitan el cantón Salcedo son los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi, de la provincia de Tungurahua las personas del cantón Ambato son las que más hacen visitas al cantón es porque el cantón se encuentra a pocos kilómetros, Quito también es uno de los que más visitan con una respuesta de 20 personas de un total de 264 y de otras partes del Ecuador son mínimas la cantidad de personas entre 1 a 3.

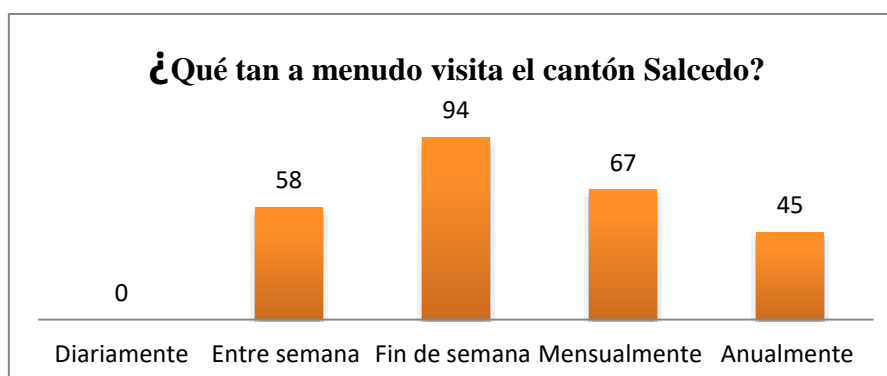
5.- Qué tan a menudo visita el cantón Salcedo?

Tabla 16: Que tan a menudo visita el cantón Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Diariamente	0	0%
Entre semana	58	22%
Fin de semana	94	35.6%
Mensualmente	67	25.4%
Anualmente	45	17%
Total	164	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 13: Que tan a menudo visita el cantón Salcedo



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a 264 personas que es el 100%, el 35.6% que corresponde a 94 respuestas manifiestan que visitan el cantón Salcedo los fines de semana, el 25.4% que corresponde a 67 respuestas mencionan que visitan el cantón Salcedo mensualmente, el 22% que corresponde a 48 respuestas manifiestan que visitan el cantón Salcedo entre semana, y el 17% que representa a 45 respuestas mencionan que visitan el cantón Salcedo anualmente.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 35.6% que corresponde a 94 respuestas mencionan que visitan el cantón Salcedo los fines de semana esto porque los días de lunes a viernes la mayor parte de personas trabajan, y dejan los fines de semana para disfrutar en familia y también porque el día domingo es uno de los días de feria que el cantón tienen.

6.- ¿Con qué frecuencia degusta de un helado?

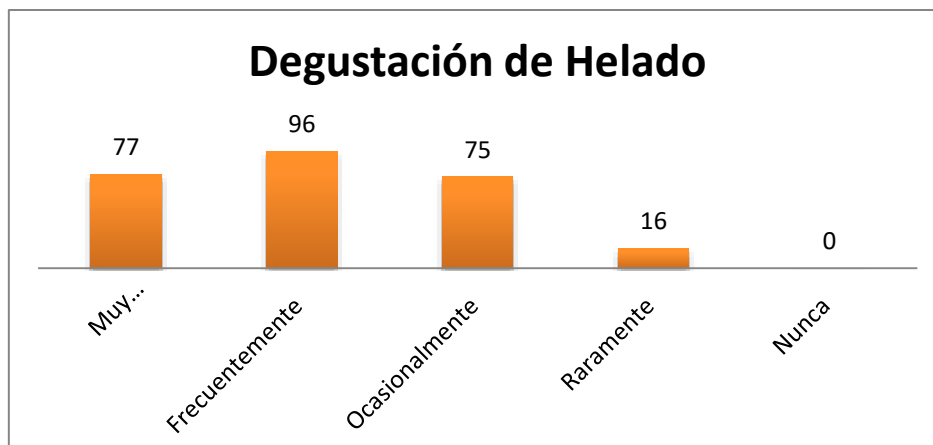
Tabla 17: degustación de un helado

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Muy frecuentemente	77	29.2%
Frecuentemente	96	36.4%
Ocasionalmente	75	28.4%
Raramente	16	6.1%
Nunca	0	0%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 14: Degustación del helado



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 36.4% que corresponde 96 respuestas manifiestan degusta de un helado frecuentemente, el 29.2% que corresponde a 77 respuestas mencionan degusta de un helado muy frecuentemente, el 28.4% que corresponde a 75 respuestas manifiestan que degusta de un helado ocasionalmente, el 6.1% que representa a 16 respuestas manifiesta que degusta de un helado raramente.

Interpretación

En base los resultados obtenidos de las encuestas el 36.4% que representa a 96 personas encuestas mencionaron que degustan de un helado frecuentemente, esto debido a que son personas que se encuentran muy cercar del cantón Salcedo, por otro lado las 16 personas que representa a un 6.1% de personas encuestas consumen el helado raramente debido a que el lugar de procedencia es muy lejano y toma horas para llegar al cantón.

7.- ¿Qué tipo de presentación prefiere al momento de comprar helados?

Tabla 18: Presentación de un helado

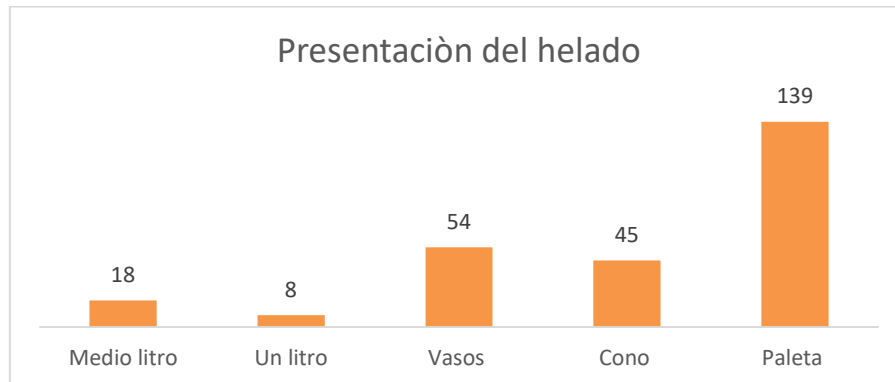
Categoría	Cantidad	Porcentaje
Medio litro	18	6.8%
Un litro	8	3%
Vasos	54	20.5%

Cono	45	17%
Paleta	139	52.7%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 15: Presentación del helado



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a 264 personas que es el 100%, el 52.7% que corresponde a 139 respuestas manifiestan que prefieren su presentación de helado en forma de paleta, el 20.5% que corresponde a 54 respuestas mencionan que prefieren que su presentación sea en un vaso, el 17% que corresponde a 45 respuestas manifiestan que prefieren su presentación de helado en forma de cono, el 6.8% que representa a 18 respuestas manifiesta que su preferencia de presentación sea de medio litro, el 3% que representa a 8 respuestas mencionan que prefieren que su presentación de helado sea de litro.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de la encuesta se puede mencionar que el 52.7% que representa a 139 respuestas mencionan que su presentación sea de forma de paleta debido a que existe mayor comodidad para degustar y tiene una cantidad exacta para satisfacer el paladar por tal motivo la fábrica ofrece mayor cantidad de helados en esta presentación.

8.- ¿A través de que medio publicitario se enteró sobre los auténticos helados de Salcedo?

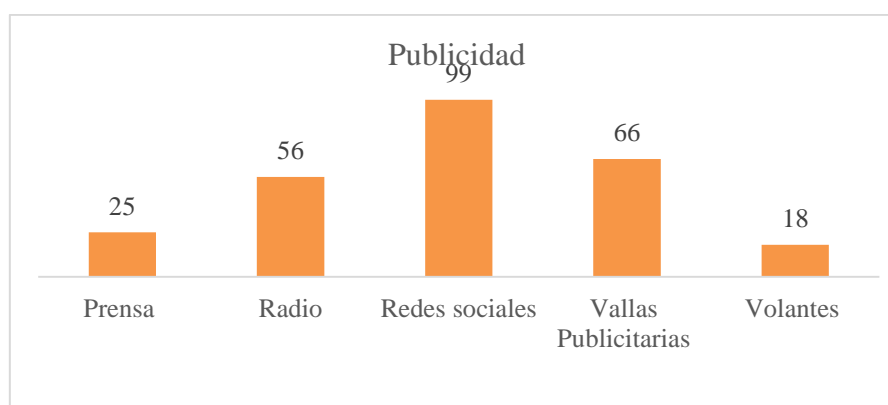
Tabla 19: Publicidad de los auténticos helados de Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Prensa	25	9.5%
Radio	56	21.2%
Redes sociales	99	37.5%
Vallas Publicitarias	66	25%
Volantes	18	6.8%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 16: Publicidad de los auténticos helados de Salcedo



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a 264 personas que es el 100%, el 37.5% que corresponde a 99 respuestas manifiestan que el medio por el cual se enteró de los auténticos helados de Salcedo fueron las redes sociales, el 25% que corresponde a 66 respuestas mencionan que se enteraron de los helados por medio de las vallas publicitarias, el 21.2% que corresponde a 56 respuestas manifiestan que se enteraron de los helados por medio

de la radio, el 9.5% que representa a 25 respuestas mencionan que se enteró de los helados mediante la prensa, mientras que el 6.8% que representa a 18 respuestas manifiestan que se enteraron del helado mediante la entrega de volantes.

Interpretación

En base a los resultados de la encuesta se menciona que la mayor parte de las personas se llegaron a enterar de los auténticos helados por medio de las redes sociales esto por motivo del boom que ha tenido en los últimos años las redes sociales hace que toda persona tenga acceso a la publicidad a pesar que la promoción de los helados sea muy escasa.

9.- ¿Cómo califica el servicio del personal que atiende la heladería?

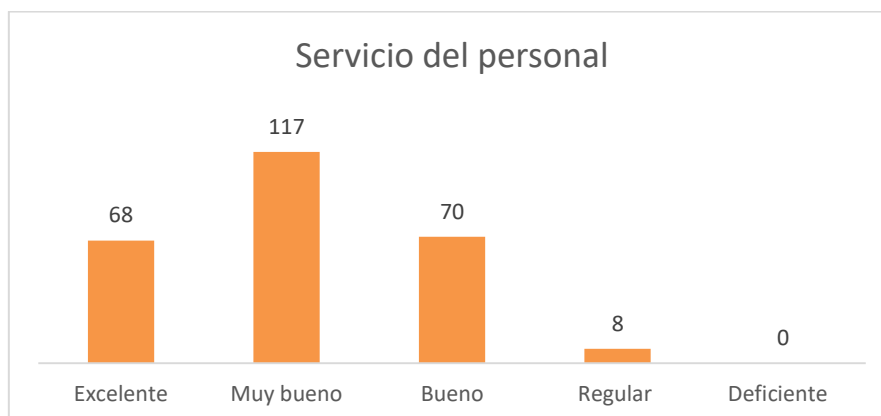
Tabla 20: calificación del servicio del personal

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Excelente	68	25.8%
Muy bueno	117	44.3%
Bueno	70	26.5%
Regular	8	3%
Deficiente	0	0%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 17: Calificación del servicio del personal



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 44.3% que corresponde 117 respuestas manifiestan el servicio de atención al cliente es muy buena, el 26.5% que corresponde a 70 respuestas mencionan que el servicio de atención al cliente es buena, el 25.8% que corresponde a 68 respuestas manifiestan que el servicio de atención al cliente es excelente, mientras que el 3% que corresponde a 8 respuestas mencionan que el servicio de atención regular.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de la encuesta se manifiesta que la atención al cliente en la venta de los helados es muy buena por tal motivo tienen muy buena acogida de clientes a pesar de que existe un 3% que corresponde a 8 respuestas que mencionan que es regular la atención, para lo cual es necesario seguir mejorando y capacitando al personal de la empresa.

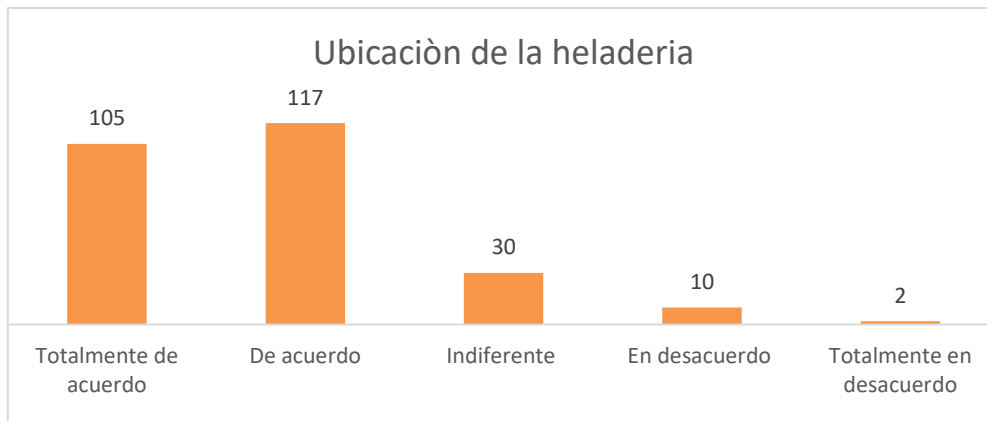
10.- ¿Está usted de acuerdo con la ubicación de la heladería Salcedo que comercializa los auténticos?

Tabla 21: Ubicación de la heladería Salcedo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	105	39.8%
De acuerdo	117	44.3%
Indiferente	30	11.4%
En desacuerdo	10	3.8%
Totalmente en desacuerdo	2	0.8%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 18: Ubicación de la heladería



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo
Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 44.3% que corresponde 117 respuestas manifiestan que están de acuerdo con la ubicación de la heladería, el 39.8% que corresponde a 105 respuestas mencionan que están totalmente de acuerdo con la ubicación de la heladería, el 11.4% que corresponde a 30 respuestas manifiestan que es indiferente en la ubicación de la heladería, el 3.8% que representa a 10 respuestas mencionan que están en desacuerdo con la ubicación de la heladería, el 0.8% que corresponde a 2 respuestas mencionan que están totalmente en desacuerdo con la ubicación de la heladería.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de la encuesta se mencionan que están de acuerdo con de la ubicación de la heladería a pesar de que existe un buen porcentaje de personas que no están desacuerdo por motivo que se encuentra en el centro de la ciudad ya que por la apertura de la nueva carretera muchos no prefieren ingresar al centro para evitar perder un poco de su tiempo de viaje.

11.- ¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?

Tabla 22: ¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?

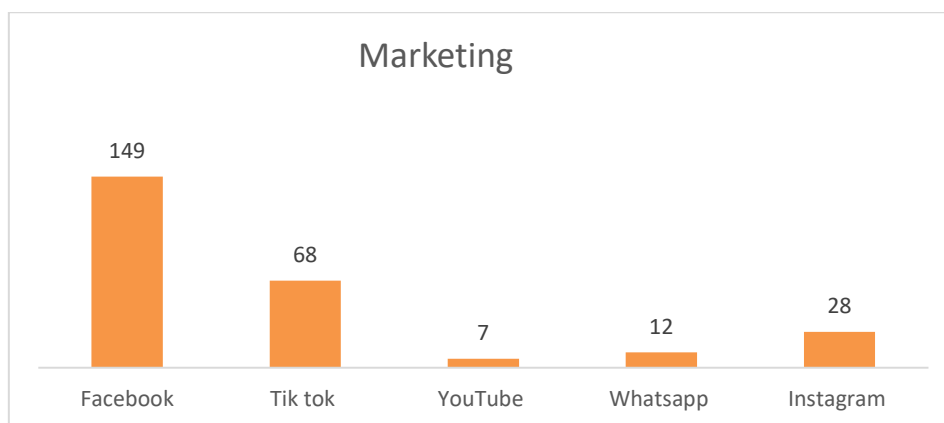
Categoría	Cantidad	Porcentaje
-----------	----------	------------

Facebook	149	56.4%
Tik tok	68	25.8%
YouTube	7	2.7%
Whatsapp	12	4.5%
Instagram	28	10.6%
Total	264	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Gráfico 19: ¿A través de que medio On line le gustaría conocer más sobre los auténticos helados de Salcedo?



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Salcedo

Elaborado por: Guala. B. (2021)

Análisis

De acuerdo a la encuesta realiza a 264 personas que es el 100%, el 56.4% que corresponde 149 respuestas manifiestan que le gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el Facebook, el 25.8% que corresponde a 68 respuestas mencionan que prefieren conocer más sobre los auténticos helados mediante el tik tok, el 10.6% que corresponde a 28 respuestas manifiestan que les gustaría conocer mas sobre los auténticas helados mediante el Instagram, el 4.5% que corresponde a 12 respuestas manifiestan que les gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el WhatsApp, el 2.7% que corresponde a 7 respuestas mencionan que les gustaría conocer más sobre los auténticos helados mediante el you tube.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos de la encuesta la mayor parte de personas prefieren conocer sobre los auténticos helados mediante una de las redes sociales que más usuarios tiene como lo es Facebook ya que es una aplicación que es muy fácil de utilizar y tienen acceso desde los 12 años de edad, en la actualidad con la llegada del covid todas las personas y empresas se vieron obligados a realizar marketing digital, ya que es más eficaz.