



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
Facultad de Posgrado e Investigación

Tesis en opción al título de Magíster en:
Gestión de Empresas Turísticas

Tema de tesis:
Gastronomía como fuente de desarrollo turístico y cultural de la ciudad de
Guayaquil

Autor:
Lic. Jael Dolores Zambrano Miele

Director de tesis:
Lic. Gorki Dimitrov Aguirre Torres, MSc.

Septiembre 2020
Guayaquil- Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, **ZAMBRANO MIELES JAEL DOLORES** con **cédula de ciudadanía # 0930826276** declaro bajo juramento que el presente trabajo realizado es de mí autoría y que no ha sido presentado ni evaluado anteriormente y que se ha realizado la investigación de las bibliografías detalladas bajo la línea de investigación: **GESTIÓN DE DESTINOS, PRODUCTOS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.**

Lic. Jael Dolores Zambrano Mieles

AUTORA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primero a Jehová Dios quien me ha dado: fuerzas, sabiduría y la oportunidad de poder terminar este trabajo. Además de poderme permitir desarrollarme profesionalmente en esta nueva etapa de mi vida.

A mis amados padres Rigoberto y Dolores quienes estuvieron siempre a mi lado dando fuerza y apoyando día a día dándome valiosos consejos que atesoro en mi corazón y además me animaron a desarrollar el tema de este proyecto.

A mis queridos hermanos José Alberto y Mónica quien durante la elaboración de la tesis me acompañaron día y noche dándome ánimos y recomendaciones.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Jehová Dios por darme: vida, fuerza, paciencia y sabiduría de permitirme cumplir con esta meta de terminar todos los módulos de posgrado y el proyecto de tesis.

A mis padres Rigoberto y Dolores quienes me acompañaron siempre durante este proceso. Además de animarme, apoyarme y ayudarme a seguir adelante en todo aspecto de mi vida a pesar de las adversidades. A mis hermanos José Alberto y Mónica que siempre me mostraron su apoyo y animaron a seguir adelante hasta terminar este proyecto de vida.

A la Universidad Tecnológica Empresarial por permitirme desarrollar mis estudios de posgrado en su institución. Al Máster Gorky Aguirre quien me acompañó, aconsejó y dio las respectivas recomendaciones para poder terminar y obtener un proyecto de calidad. A la Doctora Olga Bravo y el Doctor José Townsend quienes me guiaron en los inicios de este proyecto de posgrado.

Agradecimiento especial al Chef Santiago Granda, Chef Manolo Romero, Máster Holbach Muñeton, Doctora Beatriz Loor y la Máster Dolores Mieles por ser parte del panel de experto y tener siempre una excelente disposición durante el desarrollo del panel. También un agradecimiento especial al Máster José Chancay del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Guayaquil por recibirme y brindarme valiosa información además de conocimiento.

Contenido

DECLARACIÓN EXPRESA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	4
1.1 Antecedentes de la investigación.....	4
1.2 Planteamiento del problema de investigación.....	6
1.2.1 Formulación del problema	10
1.2.2 Sistematización del problema.....	10
1.3 Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1 Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.5 Marco referencial de la investigación.....	14
1.5.1 Gastronomía.....	14
1.5.1.1 <i>Definición.</i>	14
1.5.1.2 Historia de la gastronomía.	16
1.5.1.2.1 Historia de la gastronomía del mundo.....	16
1.5.1.2.2 Historia de la gastronomía del Ecuador.	19
1.5.1.2.2.1 Gastronomía prehispánica.	20
1.5.1.2.2.2 Gastronomía precolombina.	22
1.5.1.2.2.3 Gastronomía republicana.	23
1.5.2 Desarrollo turístico y cultural	25
1.5.2.1 Definición.....	25
1.5.2.2 Teorías aplicadas al turismo gastronómico	28
1.5.2.2.1 <i>Teoría de Abraham Maslow.</i>	28
1.5.2.2.2 <i>Teoría de Philip Pearce.</i>	30
1.5.2.2.3 <i>Teoría de Claude Fischler.</i>	32
1.5.2.2.3 <i>Teoría de Kevin Fields.</i>	34
1.5.2.3 Modelos de Cultura, turismo y gastronomía	35
1.5.2.3.1 <i>Modelo de Turismo Gastronómico caso de Japón</i>	35
1.5.2.3.2 <i>Modelo de Guía de Desarrollo del Turismo Gastronómico</i>	43
1.5.3 Modelo de la investigación.....	49
1.5.3.1.1 Comparación de modelos.	49
1.5.3.2 Descripción de la aplicación del modelo seleccionado en la investigación.	50
CAPÍTULO II	52
MARCO METODOLÓGICO.....	52

2.1 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación	52
2.2 Método de investigación	53
2.3 Unidad de análisis, población y muestra	54
2.4 Variables de la investigación y operacionalización.....	56
2.4.1 Variables de la investigación.....	56
2.4.2 Operacionalización.	56
2.4.2.1 Variable gastronomía.....	56
2.4.2.2 Variable desarrollo turístico y cultural.....	56
2.5 Fuente, técnicas e instrumentos para la recolección de información	57
2.6 Tratamiento de la información.....	58
CAPÍTULO III.....	60
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	60
3.1 Análisis de la situación actual	60
3.1.1 Análisis actual del patrimonio gastronómico de Guayaquil.	60
3.1.1 Análisis estadísticos	63
3.1.1.1 Establecimientos de alimentos y bebidas de Guayaquil.....	63
3.1.1.4 Cifras por ingreso de alimentos y bebidas.....	66
3.2 Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas	68
3.2.1 Diagramas de frecuencia.....	69
3.2.2 Tablas de contingencia.	71
3.2.3 Correlaciones y mapa de calor.	72
3.2.4 Análisis de componentes principales.	74
3.3 Presentación de resultados y discusión	76
3.4 Descripción de los resultados en las encuestas.	76
3.3.2 Descripción del panel de experto.....	80
3.3.3 Discusión de resultados de encuestas y panel de expertos.	82
3.3.4 Aspectos históricos de la gastronomía Guayaquileña.....	84
3.3.5 Propuesta metodológica: Guayaquil: turismo, sabores y saberes.....	86
Bibliografía.....	93
ANEXOS.....	1

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Escala de vocación de viaje por Pearce (1991)	31
Ilustración 2 Gastronomía Tourism-The Case of Japan: Cadena de valor del turismo gastronómico japonés	38
Ilustración 3 Gastronomy Tourism -The Case of Japan: Motivo de visita a Japón.....	39
Ilustración 4 Gastronomy Tourism-The Case of Japan: Regiones japonesas seleccionadas para medir la efectividad del modelo	40
Ilustración 5 Guía para el desarrollo del turismo gastronómico: Elementos de análisis de los recursos, productos y oferta gastronómica de un destino de turismo gastronómico	47
<i>Ilustración 6 Actividades turística en el Ecuador año 2018</i>	64
Ilustración 7 Estructura de la Producción Turística.....	64
Ilustración 8 Establecimientos de Alimentos y Bebidas registrados de Guayaquil de los últimos 3 años	65
Ilustración 9 Incidencia de la industria de Alojamiento y Servicios de comida en el Producto Interno Bruto (PIB).....	67
Ilustración 10 Porcentaje de la incidencia de la industria de Alojamiento y Servicios de comida en el Producto Interno Bruto (PIB)	67
Ilustración 11 Diagrama de frecuencia de los turistas nacionales y extranjeros	70
Ilustración 12 Tablas de contingencia de variables dicotómicas	71
Ilustración 13 Mapa de calor	73
Ilustración 14 Análisis de componente principales	74
Ilustración 15 Fase I: Análisis y diagnóstico de la situación actual	86
Ilustración 16 Fase II: Formulación de Estratégica del Plan	87
<i>Ilustración 17 Fase III: Planificación Operativa</i>	87

Índice de tabla

Tabla 1 Definiciones de gastronomía por autores	15
Tabla 2 Definiciones de Desarrollo Turístico por autores	25
<i>Tabla 3 Definiciones de Desarrollo Cultural por autores</i>	<i>27</i>
Tabla 4 Gastronomy Tourism -The Case of Japan: Tabla de etiqueta de turismo gastronómico por región	42
Tabla 5 Fuente, técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	58
Tabla 6 Establecimientos de Alimentos y Bebidas registrados de Guayaquil de los últimos 3 años.....	65
Tabla 7 Esquema de presentación del cuestionario en la encuesta	68
Tabla 8 Correlación de las variables politómicas.....	73
Tabla 9 Puntos de fortalezas y debilidades mencionados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados.....	78
Tabla 10 Puntos expuestos en el panel de experto	80
Tabla 11 Base de la gastronomía de Guayaquil	85
Tabla 12 Detalles de la propuesta metodológica para el desarrollo gastronómico, turístico y cultural de Guayaquil.....	89

RESUMEN

La ciudad de Guayaquil en Ecuador es considerada una potencia astronómica emergente. Así lo determinan los turistas que visitan la ciudad y que no solo buscan degustar un plato típico, sino también el enriquecimiento cultural y la experiencia a través de la comida. El siguiente trabajo tiene como finalidad proponer una metodología que permita a la gastronomía ser una fuente de desarrollo turístico y cultural, que enriquezca la experiencia de los turistas en la ciudad de Guayaquil. La investigación es de tipo no experimental transeccional, con un alcance descriptivo y correlacional, con un enfoque mixto. En la investigación se consideró el método lógico del tipo histórico-lógico, ya que se realizó una investigación bibliográfica de la trayectoria histórica de los platos típicos de Guayaquil. En la investigación empírica se obtuvo información numérica e informativa por parte de: expertos, turistas nacionales y extranjeros. Para analizar la dimensión percepción de turistas se encuestó a 305 turistas nacionales y 22 extranjeros, donde se determinó que los indicadores experiencia y calidad de los servicios son los más relevantes. Para el análisis de la dimensión percepción de los expertos, se realizó un panel de expertos destacando el potencial en cuanto a turismo gastronómicos y debilidades respecto al registro de patrimonio gastronómico y trabajo colaborativo entre entidades públicas y privadas. Por ello se propuso una metodológica basado en la Guía para el desarrollo del turismo gastronómico, publicada por la Organización Mundial del turismo en el año 2019. La metodología propuesta está adaptada a las fortalezas y debilidades expuestas en las encuestas y panel de experto. Por ello se concluyó que la propuesta metodológica puede traer un beneficio al desarrollo turístico y cultural de Guayaquil por medio de la gastronomía.

Palabras claves: Gastronomía, desarrollo, turismo, cultura

ABSTRACT

The city of Guayaquil, Ecuador is considered to be an emerging gastronomic power. Tourists who not only wish to taste good food but also seek cultural enrichment and to create experiences through tasting food, believe this to be true. The objective of this investigation is to propose a method that allows gastronomy to be a means of development for tourism and culture, thus enriching the touristic experience of Guayaquil. This research is non experimental, but descriptive and correlational. The approach of this investigation is quantitative and qualitative. The investigation utilizes a historical-logical method of research, using bibliographic investigation of the history of the typical food of Guayaquil. Through empiric research, the investigation considers numerical and informative information gathered through experts, domestic tourists, and international tourists. In order to analyze the dimension, "Perception of Tourists", 305 domestic tourists and 22 international tourists were surveyed. The survey determined that experience and good quality service are most relevant and most important for tourists. To analyze the dimension, "Perception of Experts", a panel took place in which experts discussed the potential of Guayaquil's gastronomic tourism, the registration of Guayaquil's gastronomic heritage, and the collaborative work of both public and private institutions. In light of the above, a methodology of gastronomic tourism is proposed. This methodology is based on the Guidelines for the development of gastronomic tourism by the World Tourism Organization published in 2019. The proposed methodology was adapted to the strengths and weaknesses exposed in the expert panel. In conclusion, this investigation has determined that the application of this methodology can bring benefits to the development of tourism and culture in Guayaquil through gastronomy.

Keyword: Gastronomy, development, tourism, culture

INTRODUCCIÓN

Según el Ministerio de Turismo, en el Plan Nacional de turismo 2030 (Plandetur 2030), el sector gastronómico o de alimento y bebidas ocupa un 70% dentro de la planta turística. La gastronomía forma parte de la identidad de los pueblos, mediante ella se puede conocer: el estilo de vida de los lugares, historia, cultura, economía y sociedad. Al unir los componentes antes expuestos con el interés que muestra el turista por conocer la gastronomía de cierta área y satisfacer su necesidad fisiológica, nace lo que se conoce como el turismo gastronómico. De ahí que es importante tener en cuenta que: la gastronomía, la cultura y el turismo son las partes que componen y hacen posible el turismo gastronómico.

Enriquecer las vivencias de los visitantes mediante la conexión directa con: gastronomía, región, población y sus patrimonios es el principal objetivo del turismo gastronómico. Hoy por hoy la gastronomía es uno de los sectores más valorados por los visitantes, queriendo conocer y explorar: restaurantes, saborear productos típicos, conocer tradiciones y además de vivir experiencias únicas y especiales, sin mencionar que contribuye a promover e impulsar la marca país.

La gastronomía está estrechamente relacionada al turismo y a la cultural. Tanto la gastronomía como la cultura y en particular la cultura culinaria, son factores que los turistas consideran al momento de elegir un destino turístico, evaluando así un destino turístico en cuenta a los recursos humanos, físicos, financieros, e históricos, conocimientos e infraestructura. Por lo anteriormente expuesto, podemos concluir que los diferentes destinos turísticos buscan desarrollar los aspectos antes mencionados.

Este trabajo de investigación se desarrolló en tres capítulos. En el capítulo uno se explican los antecedentes de trabajos de investigaciones antes realizadas, las cuales tanto implícita o explícitamente exponen las dimensiones relacionadas con la presente investigación, esto es: turismo, gastronomía y cultura.

A continuación, se expuso el planteamiento del problema, la formulación y la justificación de este. Además, se definieron las variables dependiente e independiente. En cuanto a la variable gastronomía, esta se definió desde sus inicios hasta la actualidad donde se explica la gastronomía como una ciencia. También se expuso la historia de la gastronomía mundial y en particular la del Ecuador tanto en la época: prehispánica, precolombina y republicana.

Con relación a la variable “desarrollo turístico y cultura” se definió el concepto tomando en cuentas las definiciones por separado: desarrollo turístico y cultural. Además, se analizaron varias teorías aplicadas al turismo gastronómico, así como dos modelos que engloba las variables de la investigación y que contribuyeron a la definición del modelo que se siguió en esta investigación.

En el capítulo dos se expuso el marco metodológico de la tesis, unidad de análisis de población y la muestra. Además, se definió la matriz operacionalización de variables donde se seleccionaron los siguientes aspectos: dimensiones, indicadores, fuentes y técnicas de la investigación relacionados a las variables gastronomía y desarrollo turístico y cultural, para aquello se tomó como base los objetivos de la investigación y el modelo seleccionado. También se definió el tratamiento que se utilizó para procesar los datos.

En el capítulo tres se expuso un análisis de la situación actual de la gastronomía de Guayaquil y como ha contribuido de uno u otra manera en el desarrollo del turismo y cultural. Además, se realizó un análisis comparativo entre las variables: gastronomía, desarrollo turístico y cultural, adicionalmente se explicó su evolución y perspectivas.

A continuación, se explica la presentación de los resultados respecto a: la percepción de turistas nacionales y extranjeros sobre la gastronomía como fuente de desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil con sus respectivas discusiones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 Antecedentes de la investigación

Antes de la exposición de los antecedentes de esta investigación se recalca que actualmente no existen trabajos de investigación que contenga explícitamente las dos variables planteadas en esta tesis, es por eso por lo que a continuación se expondrán como antecedentes, investigaciones previas que contengan de manera implícita o explícita las variables de esta investigación. Los trabajos de investigación seleccionados contienen las siguientes dimensiones que forman parte de esta investigación: turismo, gastronomía y cultura.

En la tesis doctoral sobre “El análisis de la construcción de la identidad cultural de Sevilla a través del turismo gastronómico: estudio desde una perspectiva de género” por Alonso Sobrado (2017), en esta se explica a través de un estudio de tipo cualitativo el, “Conocer e interpretar la realidad en la provincia de Sevilla” siendo el objeto de estudio: la identidad cultural gastronómico a través del turismo con el fin de profundizar el conocimiento de la identidad cultural y lograr el desarrollo del territorio mediante el turismo. La técnica de recolección de datos fueron la entrevista y fuente documental, donde se llegó a la conclusión que la identidad cultura de Sevilla es difusa y que la construcción de la identidad cultural gastronómica puede llevar el desarrollo turístico y cultural de la zona.

En otra tesis de maestría cuyo tema es: “Turismo gastronómico, los alimentos tradicionales como producto cultural: el caso de Aculco de Espinoza México” por Benítez Silva, (2017), quien por medio de un estudio de tipo mixto profundizó en el enfoque cualitativo, realizó la relación entre: gastronomía, turismo y el valor cultural de la gastronomía donde se expuso, que el turismo contribuye a incitar la valorización de la gastronomía local y de cómo los alimentos tradicionales pueden ser considerados un producto cultural del turismo gastronómico. La técnica de recolección de datos fueron la observación y la entrevista, llegando a la conclusión de que lo gastronomía tradicional de Aculco es un atractivo de tipo cultural gastronómico que atrae a varios tipos de turistas, siendo uno de los motivos de viajes el consumo de alimentos basado en turismo, cultura y gastronomía.

Respecto a Sudamérica en el artículo científico sobre “La gastronomía como factor que influye en la elección de los destinos turísticos-baños Camboriú base de estudio” (Sc-Brasil) por Wendhausen & Bahls (2016), usando un tipo de estudio hipotético-deductivo y cuyo objetivo fue identificar como se relacionan: “el turismo, la gastronomía, con la cultura del lugar y su importancia al momento de elegir un destino”. Los resultados demostraron que la comida local de Camboriú es un aspecto que se toma en cuenta para tomarlo como destino turístico. Los instrumentos para la recolección de datos fue la encuesta y la entrevista. Los resultados muestran que el valor cultural de la gastronomía influye en la selección de Camboriú como un destino para realizar turismo y que este está asociado con el desarrollo cultural de la zona.

En el Ecuador y en particular en la ciudad de Guayaquil, la gastronomía tradicional está tomando un nivel preponderando para la atracción de turistas a nivel local y en especial a nivel Internacional, lo cual está contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad, pero en especial al desarrollo del turismo gastronómico, elemento muy poco conocido hasta no hace mucho tiempo.

1.2 Planteamiento del problema de investigación

La ciudad de Guayaquil se encuentra ubicada en la provincia del Guayas, en la región costa de Ecuador a 4 metros sobre el nivel del mar. Tiene una extensión de 345 kilómetros cuadrados. Acorde al último censo realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Guayaquil tiene una población de 3.645.483 habitantes.

De acuerdo con el INEC en el año 2010, las principales actividades económicas realizadas en Guayaquil son: el comercio, la industria manufacturera y diferentes tipos de actividades financieras. En cuento al turismo entre las principales modalidades desarrolladas en Guayaquil tenemos: turismo de viajes y negocios, turismo de convenciones y durante los últimos 5 años el desarrollo del turismo a través de la gastronomía.

Según Sosa y Silvestre, (Sosa Arguez & Silvestre Campos, 2018, pág. 152), “El turismo es un fenómeno dinámico y en crecimiento que además del desarrollo económica genera beneficios sociales y culturales al permitir la interrelación entre los visitantes”. Por ende, dentro de los beneficios culturales que engloba el turismo se pueden mencionar que la gastronomía es un medio de intercambio cultural, que

tiene como el fin dar a conocer los diferentes olores sabores, formas y colores de una localidad geográfica y así contribuir con su rescate.

En ese sentido Guayaquil por su situación geográfica y por ser puerto principal del país, tiene una gran afluencia de personas de diferentes partes del país, pudiendo constituirse en el centro del turismo gastronómico tradicional del Ecuador, sin embargo, se tiene que reconocer que la tradición culinaria, de la ciudad, de la costa y del país se ha ido perdiendo con el tiempo. Así lo afirma Miranda, (2016) en su artículo en la revista Vistazo bajo el tema: “Receta de identidad”, en esta se recopilan varias entrevistas a experto en gastronomía quienes mencionaron que la cultura gastronómica del país se ha ido perdiendo por tener influencia de culturas gastronómicas como: francesas, mexicana, africana, entre otras. Debido a lo expuesto anteriormente es necesario recuperar aquella tradición culinaria y gastronómica que sirva de un mayor atractivo turístico para locales y extranjeros.

De ahí que sustenta la Organización Mundial del Turismo & Basque Culinary Center, (2019) en la “Guía para el desarrollo del turismo gastronómico”, sustente que es indispensables impulsar el reconocimiento de la gastronomía de cada uno de los destinos como parte de un patrimonio cultural con el fin de fomentar la identidad culinaria de los productos local y la gastronomía del destino.

Bourdieu (2005), mencionan que: “Los hábitos culinarios son influenciados por factores como la clase social, la raza, la religión, la edad, la educación, la salud y el ambiente social”. Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, la inexistencia de la definición de los conocimientos culinarios tradicionales causa el

desconocimiento de los conocimientos tradicionales culinarios, así como la falta de interés por su conservación y en el caso del turismo el desinterés de los turistas y visitantes relacionada a la gastronomía de la zona.

De ahí la importancia de definir lo que son los conocimientos culinarios tradicionales y los aspectos que lo componen tales como: agro-alimentos, técnicas culinarias, instrumentos, procedimientos de cocción, entre otros aspectos que forman parte de las tradiciones de la cultura ecuatoriana. Para de esa manera poder tener claro el concepto de este y poder establecer los aspectos en los que se deben trabajar para la conservación de los conocimientos culinarios tradicionales. (Instituto Superior de Artes Culinarias, 2017)

Para la definición de estos conocimientos culinarios es indispensable el registro de cada uno de ellos por el Ministerio de Turismo (MINTUR) como atractivos turísticos, cabe recalcar que mucho del patrimonio gastronómico del país ya se encuentra registrado como patrimonio inmaterial por el Ministerio de cultura. Si no se da solución a este problema en el peor de los escenarios se tendrá la pérdida de las técnicas culinarias tradicionales. De acuerdo con el MINTUR actualmente en Guayaquil se encuentra registrados 4,907 establecimientos de Alimentos y Bebidas (A&B) de los cuales aproximadamente 350 locales ofrecen gastronomía típica con los que se puede trabajar realizando el respectivo registro de este atractivo turístico inmaterial.

Otro de los problemas que se presenta en cuento al desarrollo de turismo gastronómico es impulsar un modelo de turismo gastronómico que este netamente direccionado a la ciudad de Guayaquil y su desarrollo gastronómica, cultural y turísticos. Así lo sustenta la Organización Mundial del Turismo & Basque Culinary Center, (2019) en la “Guía para el desarrollo del turismo gastronómico”, en este documento menciona que uno de los problemas que presentan los destino que desean desarrollar el turismo gastronómico es la falta de un modelo de gobernanza donde todas las entidades tanto públicas como privadas trabajen de manera: transparente, participativa y con liderazgo.

Si estas entidades públicas privadas toman las acciones pertinentes se otro aspecto a mejorar y que tener en cuenta como problema es la mejora de los espacios donde se desarrolla el turismo gastronómico. Resolviendo el problema antes planteado se podrá desarrollar diferentes productos de turismo gastronómico que envuelvan experiencias en el turismo gastronómico del destino. Otro problema presentado es la falta de implementación de plan de promoción para la comercialización del turismo gastronómico que envuelva la participación de los sectores públicos y privados

Con respecto identidad gastronómica Güemes Ricalda & Ramirez Cordero (2012), mencionan que: “La identidad gastronómica, desde la perspectiva del turismo cultural, se considera como un atractivo más para el mercado: platillos regionales son, en ocasiones, el motivo principal de la visita de los turistas.”. De acuerdo con este estudio los autores mencionan la identidad gastronómica como un patrimonio cultural y una de las razones principales para visitar un destino turístico. De ahí la

importancia de dar solución a los problemas expuestos. En caso no aplicarse las estrategias adecuadas corre peligro la dinamización del turismo gastronómico de la ciudad de Guayaquil.

1.2.1 Formulación del problema

¿La ciudad de Guayaquil puede ser una fuente de desarrollo turístico y cultural que enriquezca la experiencia de los turistas utilizando la Gastronomía?

1.2.2 Sistematización del problema

1. ¿Cuáles son los aspectos históricos y técnicas culinarias tradicionales de la gastronomía guayaquileña, que pueden contribuir al desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil?
2. ¿Cuál es la percepción de expertos y turistas sobre la gastronomía como una marca de destino turístico y valores culturales de la ciudad de Guayaquil?
3. ¿Qué consideraciones se deben tomar en cuenta para que la gastronomía sea una fuente de desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Proponer una metodología que permita a la gastronomía ser una fuente de desarrollo turístico y cultural, que enriquezca la experiencia de los turistas en la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Establecer los aspectos históricos de la gastronomía guayaquileña, que contribuyan al desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil.
2. Conocer el criterio de expertos sobre la gastronomía como marca de destino y la percepción de turistas acerca del potencial gastronómico en la ciudad de Guayaquil.
3. Definir las consideraciones que se deben tomar en cuenta para que la gastronomía sea una fuente de desarrollo turístico y cultural en la ciudad de Guayaquil.

1.4 Justificación

Por ser puerto principal y tener la influencia de varias provincias del país, Guayaquil tiene la posibilidad de poder desarrollarse como un destino gastronómico y así impulsar el turismo en la ciudad. Por ende, por medio de esta investigación se dará un beneficio sociocultural, económico y turístico.

En el ámbito sociocultural contribuirá a que la ciudadanía: valore, recupere y conserve la cultura gastronómica de la ciudad, a esto se lo llama desarrollo cultural. En el ámbito económico con la colaboración de entidades públicas y privadas el turismo gastronómico generara ingresos a la ciudad y también nuevas plazas de trabajo. En el ámbito turístico el turismo gastronómico puede convertirse en la marca que lleve a los turistas y visitantes a seleccionar a Guayaquil como destino, esto llevará a que los diferentes componentes del destino turístico tales como la infraestructura, vías de accesos entre otros tengan que mejorar, a esto se le llama desarrollo turístico.

La ciudad de Guayaquil cuenta con muchos de los recursos, productos y ofertas que se destacan dentro del modelo seleccionado, por ello se cree que es pertinente realizar este estudio sobre la gastronomía como una fuente de desarrollo turístico y cultural. El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una vida es un sustento de lo antes mencionado. Dentro del eje Economía al servicio de la sociedad se contempla el desarrollo de emprendimientos de turismo locales por medio del fortalecimiento de la cadena productiva. El aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones en cuento a la gastronomía o turismo comunitario son uno de los aspectos que contempla el plan. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

De acuerdo con el Plandetur 2030, Guayaquil es el cuarto lugar en destino de turismo receptor del país. En cuento a la oferta turística el Catastro Nacional Consolidado del año 2018, muestra que el 70% de las actividades turísticas del país están relacionadas al área de A&B o sector gastronómico, siendo la actividad con mayor representatividad y es la actividad turística donde se concentran la mayor cantidad de plaza disponible. De acuerdo con el Plandetur 2030, los establecimientos de A&B se encuentran concentrados en 3 provincias principalmente: Guayas, Pichincha y Manabí. (Ministerio de Turismo, 2019)

Debido a lo expuesto en los párrafos anteriores, esta investigación es pertinente por las siguientes razones: es de actualidad e innovación ya que se adapta a las nuevas demandas de turistas. De acuerdo con la Guía de Desarrollo del Turismo Gastronómico (2019), la gastronomía es uno de sectores más valorados por los turistas, debido a que les permite no solo degustar los platos típicos, sino también

conocer la cultura gastronómica del país. (Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center, 2019)

Es de beneficio para la comunidad ya que la gastronomía combinada al turismo puede llegar a ser una fuente de ingresos económicos, adicionalmente contribuye al desarrollo de la comunidad, ya que para el servicio se tiene que construir nuevas infraestructuras tanto a nivel vial como edificaciones pertinentes. De acuerdo con la OMT (2019), más de un tercio de los gastos realizados por turistas está relacionado con la comida, de tal manera que la gastronomía se ha convertido con uno de los principales motivos de viaje, además de que el turismo gastronómico mueve no solo el área de A&B sino también otras áreas relacionadas al turismo como: el alojamiento, agencias de viaje, transportación, entre otros.

Por otro lado, el turismo por medio de la gastronomía es un medio de desarrollo cultural, la comida es una marca de identidad cultural de determinada zona geográfica. En cuanto a lo cultural el patrimonio culinario puede llevar a comprender la historia, los estilos de vida, los cambios sociales, las clases sociales, cambios históricos, entre otros. (Boutaud, Becut, & Marinescu, 2016)

La satisfacción de las necesidades de los turistas, mediante: servicios de calidad, la claridad en la información y transparencia de los servicios puede contribuir a la creación de nuevas experiencias por medio del turismo gastronómico, fomentando la mejora continua tanto en empresas públicas y privadas y lograr que la demanda relacionada al turismo gastronómico aumente. (Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center, 2019)

En cuanto al ámbito científico, en el manifiesto “Scientific Gastronomy” en el Science & Cooking Word Congress (2019), se reconoce a la gastronomía como una ciencia, porque genera nuevos conocimientos en la aplicación en la aplicación la gastronomía, favorece la innovación culinaria. Adicionalmente de acuerdo con el indicado manifiesto la Gastronomía Científica, propugna los 17 objetivos de desarrollo sostenible propuestos por Naciones Unidas, en especial los valores globales de sostenibilidad, responsabilidad social y humanidad.

A nivel micro la gastronomía puede llegar a ser la marca turística de cierta zona geográfica por medio del trabajo en conjunto de entidades públicas y privadas, además de fomentar los microemprendimientos relacionados a la gastronomía local. A nivel macro fomenta la inversión, las oportunidades de trabajo aumentando así los ingresos económicos. (Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center, 2019)

1.5 Marco referencial de la investigación

1.5.1 Gastronomía

1.5.1.1 Definición.

La definición de la gastronomía ha ido evolucionando a lo largo de los años, comenzando desde un conocimiento que se asegura de la supervivencia de la humanidad con alimentos de buen sabor, desarrollándose en un estudio multidisciplinario hasta la actualidad que reconoce a la gastronomía como una ciencia.

A continuación, se detalla conceptualizaciones de la gastronomía a lo largo del tiempo:

Tabla 1 Definiciones de gastronomía por autores

AUTOR	AÑO	DEFINICIÓN
Anthelme Brillat-Savarin Jean	1842	La gastronomía es un conocimiento, un entendimiento, sobre todo lo que tiene que ver con la comida. Su objetivo es asegurar la supervivencia de la humanidad gracias a una alimentación sabrosa y adecuada. (Brillat-Savarin, 1828)
Ayşegül Kesimoğlu	2015	Estudio multidisciplinario donde el principal componente es la comida. Relacionado a disciplinas como: antropología, sociología, geografía, agricultura, turismo, gestión, política económica, historia, psicología, comunicación, arquitectura y fisiología. (Kesimoğlu, A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive, 2015)
Sormaz, Umit; Akmese, Halil; Gunes, Eda; Aras, Sercan	2016	Es el arte de comer y beber en muchas fuentes, está interrelacionada con el arte y la ciencia teniendo una relación directa con: la química, la literatura, la biología, la geología, la historia, la música, la filosofía, psicología, sociología, medicina, nutrición y agricultura. (Sormaz, Akmese, Gunes, & Aras, 2016)
Science & Cooking World Congress Barcelona 2019	2019	La gastronomía es una ciencia culinaria que genera nuevos conocimientos aplicados a la cocina y favorece la innovación culinaria. Es una actividad esencial para el ser humano, que lo distingue de los otros animales y que es necesaria para todos los aspectos de su alimentación y bienestar que evoluciona continuamente para adaptarse a los cambios sociales, económicos, éticos y de estilo de vida. (Universitat de Barcelona, 2019)

Fuente: *Recopilación de varios autores*
Elaborado por: *Jael Zambrano Miele*

De acuerdo con los conceptos antes expuesto, vemos que el turismo se encuentra entre las multidisciplinas que conforman a la gastronomía. La combinación de estos dos importantes aspectos se lo conoce como turismo gastronómico. En cuanto al turismo gastronómico busca convertir a la gastronomía de cierta zona geográfica en un objeto de valor promocional donde los turistas puedan experimentar ampliar los sentidos, mientras expande su educación, el aprendizaje, así como el valor el valor simbólico y cultural de los alimentos. (Kesimoğlu, A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive, 2015)

La cultura es un aspecto que está estrechamente ligado al turismo gastronómico, las personas que acceden a realizar turismo gastronómico son personas que dentro de la experiencia quieren conocer diferentes culturas. Durante los recorridos del turismo gastronómico se presentan platos demostrando así la cultura gastronómica de un área. Por ende, por medio del turismo gastronómico se genera aprendizaje cultural de cierta área a quienes lo realizan, de ahí que se puede concluir que los turistas gastronómicos también son turistas culturales.

1.5.1.2 Historia de la gastronomía.

1.5.1.2.1 Historia de la gastronomía del mundo.

La historia nos ayuda a comprender mucho detalle de la gastronomía. Se dice que fueron los antiguos griegos quienes crearon la cuisine o cocina como forma de arte en 1000 a.C. Los atenienses pasaban horas hablando sobre comidas y recetas propios y extranjeros. Los filósofos griegos de la época de Sofocles, alrededor del año 400 a.C, discutían sobre comidas considerando que si era un arte, ciencia o amor. Durante muchos cientos de años de cultura griega, se consideraban que solos los hombres estaban cualificados para cocinar. Concretamente los sacerdotes eran los cocineros más respetados, porque sabían cómo preparar la carne como sacrificio.

Las Artes culinarias, en el mundo occidental, como una artesanía y más tarde como un campo de estudio, comenzaron a evolucionar a finales del período del Renacimiento. Anteriormente, los chefs trabajaban en castillos, cocinando para reyes y reinas, así como para sus familias, invitados y otros trabajadores del castillo. A medida que la regla monárquica se fue eliminando como una modalidad, los chefs

llevaron su oficio a posadas y hoteles. A partir de aquí, la artesanía evolucionó hacia un campo de estudio.

Los griegos iniciaron la tradición de comer cuatro veces al día (desayuno, almuerzo, merienda y cena), una práctica que todavía se mantiene en algunas culturas. Cuando Grecia era una nación poderosa (800 a.C – 300 a.C), tenía colonias en el mediterráneo, oriente Medio, África e India. Al regresar al país los colonizadores griegos traían consigo alimentos y especias de otros países, pero también llevaban sus costumbres gastronómicas a otras regiones y países. Esto tuvo como consecuencia una gran dispersión de alimentos griegos como: aceite de oliva, el queso, los higos, el vino y el trigo entre otros. Como resultado actualmente existe una similitud entre las comidas de Grecia y las de Oriente Medio.

Cuando Roma se convirtió en una nación poderosa 200 a.C sometieron a los griegos, pero mantuvieron su gastronomía, con el tiempo los romanos aprendieron de sus esclavos griegos cocineros y poco a poco adoptaron principios culinarios griegos. El libro de cocina más antiguo, *De re Coquinaria*, fue escrito durante el auge del imperio Romano por un gourmet romano llamado Apicio, en el siglo I d.C. escribió sobre la alimentación forzada a los gansos para agrandar sus hígados, es el mismo método que utiliza actualmente Francia para preparar el plato el foie gras con hígado de pato o ganso. Después de la caída del imperio Romano, Italia siguió siendo el centro de la excelencia culinaria en Europa durante unos 1000 años más.

Gran parte del estudio de Artes Culinarias en Europa fue organizado por Jean Anthelme Brillat-Savarin, un hombre famoso por su cita "Dime lo que comes y te

diré lo que eres", que desde entonces ha sido mal traducido y simplificado. en "Tú eres lo que comes". Otras personas ayudaron a analizar las diferentes partes de la ciencia alimentaria y la gastronomía. Con el tiempo, estudios cada vez más profundos y detallados sobre los alimentos y las Artes culinarias han llevado a una mayor riqueza de conocimiento.

En Asia, un camino similar llevó a un estudio separado de las Artes culinarias, que luego se fusionó esencialmente con la contraparte occidental. En el mercado internacional moderno, ya no existe una división clara entre los alimentos occidentales y orientales. Los estudiantes de artes culinarias de hoy, en general, son introducidos a las diferentes cocinas de muchas culturas diferentes de todo el mundo.

Hoy en día, hay miles de escuelas de arte culinario en todo el mundo. Además, la mayoría de las universidades, así como muchas escuelas terciarias más pequeñas, como los colegios comunitarios, ofrecen algún tipo de Licenciatura en Artes Culinarias, que técnicamente es una Licenciatura en Artes.

Antes de que se crearan las escuelas culinarias, los cocineros profesionales actuaban como maestros para estudiantes individuales, lo que proporcionaba un ambiente para que los chefs aprendieran en los programas de aprendizaje. La primera escuela fue fundada y dedicada al arte culinario a fines del siglo XIX. No fue hasta la década de 1940 que el concepto de educación culinaria llegó al público masivo. La inscripción en escuelas culinarias aumentó después del período de posguerra debido a una economía en auge y ha seguido siendo popular desde entonces. (Morgan, 2010)

1.5.2.2 Historia de la gastronomía del Ecuador.

El sistema alimentario consiste en las prácticas y saberes que son considerados dentro de un universo patrimonial. Los valores culturales considerados dentro de este patrimonio son: gustativos, sociales y geográficos. De ahí que el patrimonio alimentario se lo puede definir como un conglomerado de conocimientos y saberes, iniciando desde las prácticas agrícolas hasta las prácticas culinarias que han sido aplicadas colectivamente y que han sido conservadas a lo largo de varias generaciones. Siendo estos saberes y conocimientos un referente de identidad cultural de una zona geográfica, las mismas que son replicadas frecuentemente por un grupo social.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente la comida nacional relaciona los alimentos y el modo de prepararlos realizados de manera habitual y fundamentadas en saberes ancestrales de un país y que constituye un aspecto de la identidad de una zona específica. El valor patrimonial toma valor cuando el sistema alimentario ha ido evolucionando íntimamente en una cultura debido a las necesidades estas pueden ser necesidad de experimentar o necesidad de adaptación

La gastronomía de Ecuador se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo. Los cambios dentro de la cultura alimentaria ocurrieron de manera rápida y otras lentas. Los cambios se realizados de manera lenta se debió a la adaptación ecológica y cultural de productos introducidos. Cuando estos cambios lograron establecerse de manera profunda, se apropiaron de la cotidianidad de las antiguas poblaciones establecida en el país y se volviéndose familiares. (Unigarro, 2015)

1.5.2.2.1 Gastronomía prehispánica.

Los cimientos del patrimonio alimentaria están localizados en algunos alimentos prehispánicos. Restos arqueológicos demuestran que es muy probable que la práctica de la agricultura se haya iniciado en la región costa y que posteriormente se propago a la región sierra. (Unigarro, 2015). Durante la época prehispánica Ecuador tuvo contacto con otras culturas, las cuales influyeron en la cultura alimentaria de los pobladores de ese entonces, los efectos aun no son conocidos, pero existen 2 teorías de como dos grupos prehispánicos llegaron a las costas del Ecuador. Estos 2 grupos son los Jamón y los Polinesios.

La teoría de que la cultura Jamón dio origen a cultura Valdivia ha sido descartada, la teoría de la arqueóloga Betty Meggers no tiene concordancia ya que los hallazgos realizados de la cultura Valdivia son previos al periodo del probable contacto, pero lo que no se descarta es los posibles contactos de estos dos grupos. Esto lo sustenta estudios genéticos que afirman la posible presencia de grupos de Asia en las costas ecuatorianas hace 6.000 años, tiempo de existencia de la cultura Valdivia.

La teoría de la presencia de navegantes polinesios posterior a la cultura Valdivia es sostenida en evidencias que demuestran que barcos poloneses desembarcaron en Nuevos Mundos. De acuerdo con la evidencia se cree que estos desembarcos se realizaron en lo que hoy es Chile y el Golfo de Guayaquil. Es muy probable que realizaron intercambios comerciales, sociales y culturales y culturales para posteriormente dejar el territorio. Por ende, se descarta que los polinesios se hayan asentado en Ecuador.

Está probado que los polinesios llevaron el Kumar lo que hoy se conoce como camote a la región andina, el cual era uno de los productos más destacado en la Polinesia. Lo que no se ha comprobado es que en los intercambios se hayan dejado animales como gallinas. Así como productos agrícolas tales como plátano, papa china, coco entre otros. Por ende, no se puede confirmar que la influencia de los Polinesios dentro de la cultura alimenticia de las costas y andes del Ecuador haya sido considerable.

Uno de los productos introducidos de Mesoamérica es el maíz. Aunque su introducción sigue siendo desconocido se cree que este producto habría sido introducido durante la existencia de la cultura Las Vegas siendo este de muy poco consumo durante dicho periodo, pero el consumo del maíz tomo fuerza durante el periodo formativo. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017)

Además del maíz existieron varios productos prehispánicos de origen animal y vegetal que se siguen usando hasta el día de hoy en prácticas alimentarias. El consumo de calabazas, fréjol y maíz eran parte del hábito alimenticio de los pobladores. La agricultura prehispánica no solo desarrollo el ámbito del intercambio como se mencionó anteriormente sino también afianzaron la viabilidad en el ámbito culinario de los pueblos, para la aplicación de estas técnicas culinarios se usaban instrumentos para la cocción de los alimentos tales como, piedras, tiestos, ralladores entre otros.

De acuerdo con la evidencia arqueológica encontrada, algunas técnicas usadas para la transformación de lo cultivado eran tostar el maíz, molerlo y realizar tortillas de maíz en un recipiente de barro llamado tiesto, realizaron cocción en agua de tubérculos, mezclaron ciertas especias para realizar condimento (aliño), fermentaron varios productos agrícolas para realizar chichas. En el caso de los cárnicos, ahumaron, asaron en brasa, asolearon carne.(Unigarro, 2015)

1.5.2.2 Gastronomía precolombina.

Durante la época precolombina existió una fusión de saberes entre los saberes gastronómicos de los primeros pobladores de lo que hoy es la provincia de Santa Elena y los españoles. Para este tiempo la gastronomía del país se basó en desarrollar nuevas técnicas de cocción desarrolladas en productos autóctonos e introducidos en Ecuador. Al igual que en la época precolombina el asado era una de las técnicas más usadas, ya que las parrillas pasaban encendidas en casa las misma que eran estructuradas con palos donde las proteínas (carnes) se asaban.

La cocción en hoja expuesta a una brasa fue otra de las técnicas usadas. Esta técnica consistía en envolver completamente el alimento en una hoja grande la cual era llevada a la brasa, al entrar el calor el alimento se deshidratava lo que provocaba que los líquidos por deshidratación de los alimentos se uniesen con el sabor de hoja dando así un sabor agradable. Otra técnica usada es la Pachamanca su nombre deriva del kichwa pacha (tierra) manka (olla), la cual consistía en calentar al rojo vivo piedra ubicarlas en un agujero cavado en la tierra donde se ubicaba los alimentos que se deseaban comer. Esta técnica era usada principalmente para la cocción de granos tiernos, aunque también se lo solía usar para carnes o frutas.

La técnica de tostado en seco consistía en dejar cocinar sobre una superficie caliente y seca especialmente granos. Al inicio esta técnica se la desarrollaba sobre piedra volcánica para posteriormente ser usada en cerámica. La elaboración de harinas fue otra técnica usada. Los granos secos eran molidos en morteros o metates. Durante la época prehispánica el grano era reservados durante 6 meses, con el tiempo se desarrolló la Mashka donde se secaba el grano en tiesto o piedra volcánica.

Las coladas en mazamoras es el resultado de un líquido que comúnmente es agua y un agente espesante que por lo general era harina. En la época precolombina esta coladas y mazamoras podrán comerse de sal, ser mezcladas con ají o en su caso ser endulzado con alguna fruta o en su caso miel. Este tipo de preparación era uno suplemento alimentario de niños usados hasta el día de hoy en Ecuador. En la gastronomía precolombina se usaron raíces tratadas, que creaban sabores dulces para este tipo de preparaciones. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017)

1.5.2.2.3 Gastronomía republicana.

A finales del siglo XVII la cocina francesa tuvo una revolución con la aparición de la química moderna aplicada en la alimentación. Se reemplazaron salsas basadas en grasas y harinas por especias y azúcar. En Inglaterra adoptaron técnicas diferentes a las francesas como muestra de la rivalidad que existía entre ellos, el roast beef fue su el plato ingles consumido por excelencia. El curry y los encurtidos formarían parte de la gastronomía inglesa debido a su expansión por del imperio británico por la India.

La influencia de estas dos técnicas culinarias tuvo efecto en Ecuador. Se empezaron a realizar platos más elaborados para lo cocina cotidiana, se adoptaron tradiciones. Se aplicó la dieta industrial globalizada que era un promovida por los Estados Unidos. Esta dieta consistía en ultra refinar de ingredientes naturales. Como consecuencia se dieron: aceites refinados, la margarina, el glutamato monosódico o aji-no-moto, embutidos con nitrato, cereales en caja entre otros.

Esto tuvo un gran impacto en la materia prima usada dentro de los platos tradicionales del país. Ha causado el reemplazo de la tradición de consumir comida tradicional para llevar a domicilio, comida llena de herencias ancestrales con un buen valor nutricional por comida rápida con elementos perjudiciales para la salud. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017)

En cuanto a la gastronomía de Guayaquil, está basada en costumbres y tradiciones que han sido transmitidas de generación en generación. De acuerdo con el libro *El cocinero práctico*, las recetas y técnicas de la gastronomía de Guayaquil provienen de las prácticas gastronómicas de las madres de familias. (El Universo, 1887).

Estas valiosas mujeres con el tiempo emprendieron sus negocios, a estos pequeños emprendimientos que han pasado de generación en generación se los conoce como: “Huecas”, su propósito original era generar ingresos económicos familiares por medio de la cocina de casa a un precio módico y con buena sazón. Con el tiempo estas recetas y tradiciones culinarias se han convertido en la columna: histórica, económica, cultural, gastronómica y turística de la ciudad.

1.5.2 Desarrollo turístico y cultural

1.5.2.1 Definición.

En esta investigación se quiere demostrar como la gastronomía está ligada al desarrollo turístico y cultural. Para comprender mejor la variable dependiente de desarrollo turístico y cultural se procederá a separarlas y conceptualizarlas individualmente para posteriormente crear un concepto que englobe el aspecto del desarrollo turístico y cultural.

Tabla 2 Definiciones de Desarrollo Turístico por autores

DESARROLLO TURÍSTICO		
AUTOR	AÑO	DEFINICIÓN
Douglas Pearce	1988	El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Pearce, 1988)
María José Viñals Blasco Antonio Bernabé García	1999	El desarrollo turístico de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras. (Viñals Blasco & García, 1999)
Josep-Francesc Valls	2004	El desarrollo turístico está ligado a el destino turístico de país, de región o de estado, de ciudad o de lugar, como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; poseedor de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su característica general. (Valls, 2004)

Fuente: Recopilación de varios autores

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

De acuerdo con las definiciones revisadas, el desarrollo se basa en el mejoramiento de las instalaciones a las cuales los turistas tendrán acceso, para de esa manera lograr el bienestar y satisfacción de los mismo. El desarrollo turístico se aplica a los atractivos turístico y los servicios que estos ofrecen y se logra si los atractivos turísticos son valorados y ordenados.

Los factores que intervienen en el desarrollo turísticos según Viñals (2002), son los siguientes:

- » **Infraestructuras y servicios generales:** accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- » **Aspectos relacionados con el medio ambiente:** saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- » Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector y gestión turísticos.

En cuanto a la percepción de los habitantes para el desarrollo turísticos Ávila (2002), considera que los factores del desarrollo turístico deben centrarse en:

- » La protección, conservación del medio ambiente y cultura.
- » El desarrollo y valoración del patrimonio.
- » El crecimiento y la consolidación económica.
- » La calidad de vida de los habitantes.

En cuento a desarrollo cultural se exponen las siguientes definiciones:

Tabla 3 Definiciones de Desarrollo Cultural por autores

DESARROLLO CULTURAL		
AUTOR	AÑO	DEFINICIÓN
Raúl Romero Cevallos	2005	Capacidad de aspiración donde la cultura no sólo representa el pasado, sino que es dentro de la dimensión cultural, donde se diseña la visión del futuro. La cultura encierra entonces la capacidad de aspiración, y es allí donde podrían encontrarse tanto los estudiosos de la cultura como los promotores del desarrollo. Es una perspectiva, una manera de ver las cosas. Ve a los individuos impulsados por motivos, incentivos, creencias e identidades culturales que interactúan con incentivos económicos para transformar la realidad. Considera a los iniciadores de las políticas públicas. (Romero Cevallos, 2005)
» Yelenis María Fernández García.	2010	Es el proceso a través del cual un estado -o cualquier ámbito territorial, incluyendo el municipio, la comunidad y en una escala más reducida, el barrio- incrementa la participación de la población en la vida cultural y promueve la creatividad de todos los ciudadanos. De igual modo define su identidad y diversidad, ajustándose a las condiciones históricas concretas de su contexto y a un proyecto. (Fernández García, García Pérez, Romero Ayala, & Fernández González, 2010)
» Juana Margarita García Pérez.		
» Ricardo Arnaldo Romero Ayala.		
» Justo Julián Fernández González.		

Fuente: Recopilación de varios autores

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Entonces de acuerdo con las definiciones expuestas la cultura se puede considerar como la base donde nacen todos los procesos de la humanidad, sean materiales, sociales, culturales. Si bien muchos autores creen que la parte cultural no puede ser relacionada al desarrollo por formar parte del pasado, en el ámbito turístico si se puede lograr una relación entre ambas palabras. Ya que por medio de la cultura se pueden forjar el futuro de una comunidad, en cuento a este aspecto quienes juegan un papel fundamental son las entidades públicas quienes pueden colaborar a desarrollar la cultura hacia el futuro. (Romero Cevallos, 2005)

En cuanto a las definiciones mencionadas anteriormente la gastronomía por medio del turismo gastronómico puede significar el desarrollo cultural ya que el conocer sobre la cultura gastronómica de un lugar por medio de: saberes, preparaciones, entre otros. Ayudará proyectar los saberes culinarios al futuro por medio de la promoción de los mismo con la ayuda de entidades gubernamentales y privadas. A su vez la afluencia de turistas en un atractivo es una razón para el desarrollo turístico ya que llevará a mejorar los servicios y satisfacer las necesidades de los turistas.

Las huecas son puntos donde se puede desarrollar no solo la parte turística sino también la parte cultural. Una hueca es un espacio pequeño ubicado en lugares de afluencia popular donde se expende comida típica del Ecuador, preparada de manera tradicional a un precio económico.

1.5.2.2 Teorías aplicadas al turismo gastronómico

1.5.2.2.1 Teoría de Abraham Maslow.

De acuerdo con Abraham Maslow y teoría sobre la motivación humana, expone las necesidades de los individuos en jerarquía. Maslow menciona la importancia de satisfacer primero las necesidades más básica antes que las menos críticas. De ahí que define a las necesidades fisiológicas y de amor como básica. Al centrarnos en las necesidades fisiológicas hablamos de: comida y agua. De acuerdo con Maslow si estas necesidades no son cubiertas tendrán una repercusión directa en la salud mental de los individuos. Este científico expone al hambre como una necesidad preponderante. (Cloninger, 2003).

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, Tejo (2016), menciona que en siglo XXI existe un cambio en el pensamiento y en la forma de vivir la vida de las personas, a diferencia de los siglos pasados la sociedad siglo XXI busca nuevas experiencias y oportunidades. Es por eso por lo que tomando como base la necesidad fisiológica de alimentarse planteada por Maslow, y la nueva forma de pensar de la sociedad siglo XXI, por medio del turismo gastronómico se puede brindar experiencias sensoriales y completa mediante la búsqueda del comer y beber (Şormaz, Akmese, Eda, & Sercan, 2016).

A través de la comida el turista complementa el entorno que se visita. La creación de varias rutas gastronómicas ha contribuido a la difusión de los conocimientos culinarios tradicionales de cada lugar, por medio de la visita a: productores, festivales de alimentos, restaurantes y lugares relacionados con algunos alimentos especiales, observación de los procesos de producción y de preparación y degustación. (Morales A & Gómez Roja, 2006).

Por otra parte, el turismo gastronómico es considerado una parte indispensable y reflexiva para el desarrollo y comercialización de un destino turístico, ya que proporciona diferentes plazas de empleos generando de esta manera ingresos económicos. La gastronomía es un medio por el cual el turista conoce sobre: cultura, tradiciones y el estilo de vida de determinada zona geográfica. Así es como, la comida local y regional cumple un factor fundamental para impulsar la competitividad de cierta área geográfica dando de esta manera un valor agregado a

los destinos turísticos (López Guzmán & Sánchez Cañizares, La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba, 2012).

Los conocimientos culinarios tradicionales forman parte de los aspectos más importante dentro del turismo gastronómico. Por medio de estos se dan a conocer la cultura de cada lugar, mediante el aprendizaje de las características de cada zona por medio de los platos típicos (Šormaz, Akmese, Eda, & Sercan, 2016).

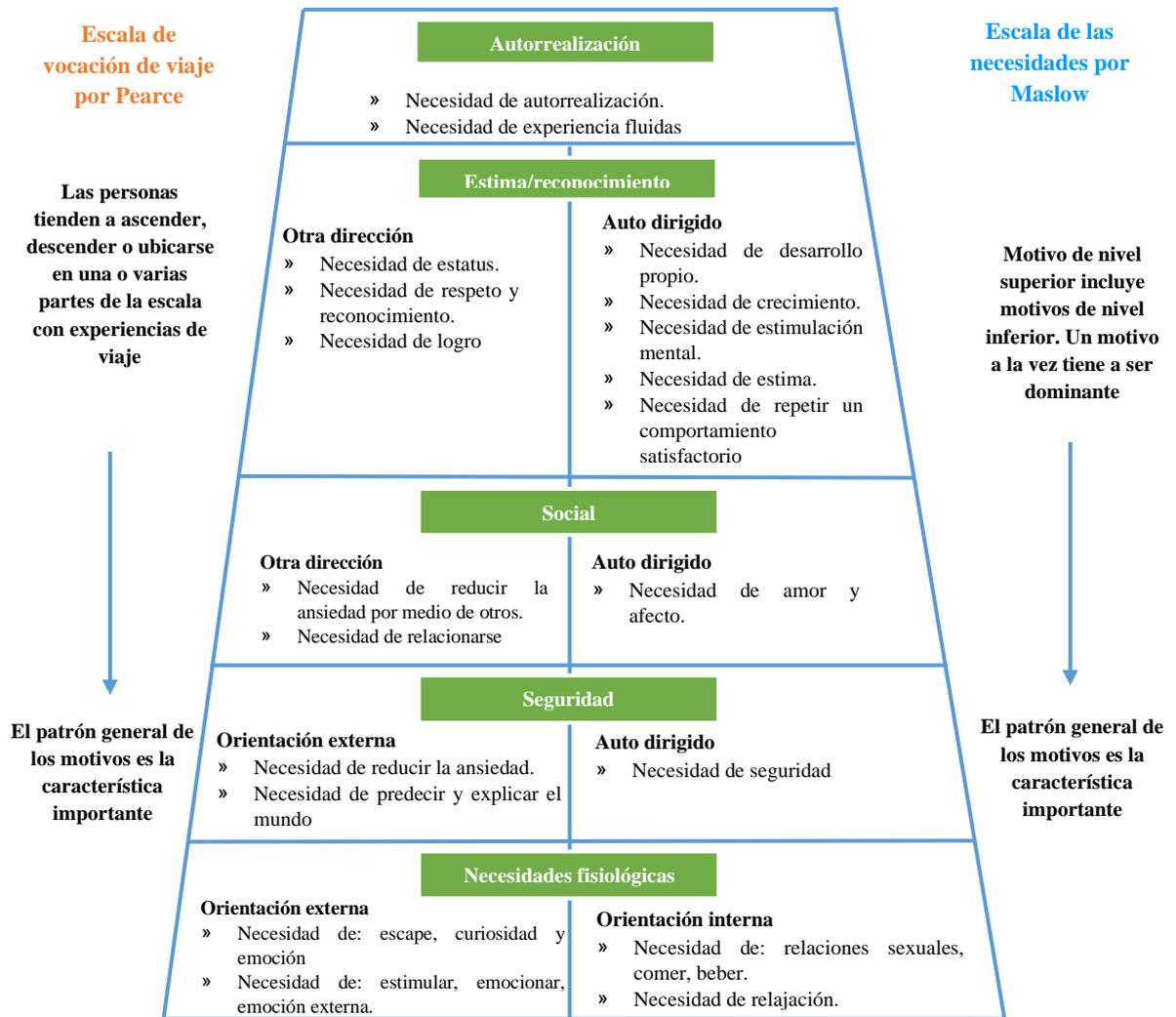
1.5.2.2.2 Teoría de Philip Pearce.

Otra teoría que ayuda a sustentar esta investigación es la teoría de Philip Pearce quien en su modelo Travel career ladder (TCL), donde se analizan los aspectos relacionados al turismo, se toma como base la pirámide de jerarquías de las necesidades de Maslow y la aplicada al turismo. En su modelo Pearce explica 5 niveles de motivación turística expuesta en forma de pirámide y en necesidades, entre las cuales se detalla las necesidades de: relax, seguridad, necesidades de relaciones sociales, necesidad de desarrollo propio y de autorrealización. De acuerdo con el modelo de Pearce el turista se puede comenzar desde cualquier punto del TCL o encontrarse en diferentes niveles en un mismo tiempo, pero siempre uno de ellos serán el que mayor influencia tenga en el turista. (Huete Nieves & Mazón Martínez, 2009)

De acuerdo con lo expuesto en los niveles de motivación turísticas de Pearce el turista puede estar satisfaciendo sus necesidades de autoestima, pero también puede estar satisfaciendo sus necesidades de: fisiológicas, desarrollo personal, cultural, histórico y medioambiental. De ahí que el turista puede estar satisfaciendo

una necesidad fisiológica como el alimentarse, pero al mismo tiempo puede enriquecerse en sentido cultural, histórico y medio ambiental logrando también simultáneamente el desarrollo personal.

Ilustración 1 Escala de vocación de viaje por Pearce (1991)



Fuente: Escala de vocación de viaje (Pearce 1991)

Elaborado por: Jael Zambrano Miele (traducción de la información)

La gastronomía es un elemento que se ha incorporado al turismo con el fin brindar nuevas experiencias sensoriales a los turistas y potencializar los diferentes destinos turísticos. Los conocimientos culinarios tradicionales en el desarrollo del turismo gastronómicos pueden llevar a desarrollar nuevas experiencias en cuanto a lo

histórico, cultural haciendo sentir que también está logrando el desarrollo personal. Con la suma de estos factores la experiencia de los turistas será mejor. (Gisolf, 2014).

A lo largo de los tiempos las necesidades y actitudes de los turistas han ido cambiando, y es así como el turista del siglo XXI al momento de viajar busca un destino donde pueda encontrar distintas experiencias, donde puedan involucrar profundamente los sentidos. Esto los lleva a la búsqueda de destinos donde se puedan apreciar: los paisajes, degustar la gastronomía del lugar, conocer y en muchos casos participar de las costumbres y tradiciones característicos del lugar. De ahí la importancia de adaptarse a las nuevas demandas del turista. (López Guzmán & Sánchez Cañizares, La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba, 2012).

1.5.2.2.3 Teoría de Claude Fischler.

De acuerdo con Fischler en su teoría donde relaciona la cocina con el desarrollo cultural, es por medio de la cocina donde se puede resaltar la magnitud cultural y simbólica de cierta zona. Ya que el sostiene que el ser humano a lo largo de los tiempos ha inventado la cocina de acuerdo con los componentes que tiene cerca de él (en el lugar donde reside), lo cual ha provocado que cada zona geográfica cree su propia identidad lo cual transforma el significado de la cocina en no solo ingredientes elaborados, sino más bien en clasificaciones que dan sentido a la identidad de cierta zona. De ahí que Fischler concluye que la cocina tiene un sentido que va mucho más allá que transformar ingredientes, para Fischler cada cocina tiene

una taxonomía, una clasificación y una reglamentación ligada no solamente a la preparación sino también a su cosecha y consumo.

Para Fischler la cocina implica cultura a lo cual esta cultura implica:

- » Ingredientes básicos desde su cosecha.
- » Condimentación característica del lugar.
- » Procesos culinarios.
- » Reglas en conjunto con su uso.
- » Representaciones simbólicas.
- » Valores sociales.
- » Valores religiosos.
- » Valores higiénicos y sanitarios.

Todos los aspectos anteriormente mencionados según Fischer están asociadas a la identidad cultural de cierta zona geográfica y que estas son compartidas por el grupo de personas que lo conforman hacia otro grupo de personas de diferente zona geográfica. A esto él lo llama la resolución omnívora. (Fischler, 1995)

De acuerdo con lo mencionado por Fischler el turismo brinda la oportunidad de que el patrimonio gastronómico de cierta zona sea valorado, utilizando el patrimonio en este caso el gastronómico se puede atraer turistas y con esta también la actividad económica de cierta zona puede ir creciendo en momento en que se empiezan a usar varios aspectos de la planta turística. Muchos de los turistas que visitan diferentes destinos turísticos buscan recursos turísticos como el patrimonio cultural que en este caso el patrimonio gastronómico. Los recursos patrimoniales gastronómicos pueden llegar a ser la razón principal por el cual el turismo de cierta

crezca y este se convierta en la principal razón por la cual visitar un destino.

(Espeitx, 2004)

1.5.2.2.3 Teoría de Kevin Fields.

Fields analiza los aspectos relacionados a: turismo, cultura y gastronomía donde en base a las teorías de Mclontosh, Goeldner y Ritchie, sostiene que hay cuatro razones de motivación gastronómica y que están relacionadas al turismo. Estas razones son: físicas, culturales, interpersonal y de estatus-prestigio. Fields al igual que Maslow asocia las motivaciones físicas a comer, pero a esto Fields agrega que el comer va acompañado de a la necesidad de cambiar hábitos y tener nuevas experiencias y de conocer nuevos sabores.

En cuanto a las motivaciones culturales la comida tiene el sello de la cultura de un país. Por medio de la gastronomía los turistas tienen la oportunidad de tener algo más que la experiencia de solo comer. Más bien tiene la oportunidad de conocer ritos hábitos, sembríos, ingredientes, método de preparación, historia, entre otros. En cuanto a los motivos interpersonales Fields muestra que el simple hecho de salir del hogar a comer a un lugar a un lugar diferentes es una función social que permite al ser humano crear nuevas relaciones interpersonales al salir de la rutina, hacer nuevas amistades o socializar.

Para la motivación de estatus y prestigio para Fields el turismo gastronómico se ha convertido en un punto importante para transformar el estilo de vida de las personas, ya que para muchas personas el poder comentar anécdotas mencionando los por menores de haber visitado y comido un restaurante de prestigio, es una

posibilidad de poner tener un estatus diferente y ser reconocido. Muchos de los turistas que realizan turismo gastronómico no escatiman dinero en gastos cuando se trata de restaurantes como por ejemplo los enlistados en Guía Michelin, más bien para ellos tener este tipo experiencias representa una forma de mostrar estatus y prestigio. (Oliveira, 2007)

1.5.2.3 Modelos de Cultura, turismo y gastronomía

Para la elaboración de esta investigación se han tomado como base los 2 modelos que servirán como guía para en el desarrollo de la investigación. Ambos modelos fueron elaborados por el máximo organismo regulador del turismo a nivel mundial la Organización Mundial de Turismo (OMT). Los modelos seleccionados fueron los siguientes:

- » Modelo de turismo Gastronómico: Caso Japón.
- » Guía para el desarrollo del turismo gastronómico.

1.5.2.3.1 Modelo de Turismo Gastronómico caso de Japón

Este modelo de estudio fue elaborado por la OMT y la Asociación de Turismo y Viajes de Japón (JTJA) y Gurunavi Inc. La gastronomía es la principal razón por la que los turistas nacionales y extranjeros recorren Japón. Este modelo muestra cómo Japón ha logrado convertirse en un país líder en turismo gastronómico impulsando así el desarrollo, inclusión e integración regional. También muestra cómo ha evolucionado la cultura culinaria de Japón y las diferentes herramientas que se han tomado en cuenta para crear una mejor experiencia en los turistas y así ellos puedan visitar diferentes lugares y probar la comida, al mismo tiempo que disfrutarla y conocer la diversificada cultura por región de la gastronomía japonesa.

Para comenzar con el desarrollo de este modelo, primero definió el significado de turismo gastronómico aplicado en este caso a los recursos con los que cuenta Japón. Este modelo explica la necesidad de definir este término ya que su significado no era claro para el turismo de Japón. Por ende, se vio la necesidad de definir que es turismo gastronómico para que todos los actores trabajaran bajo una misma propuesta. De ahí que definieron a turismo gastronómico como:

"Una forma de turismo a través del cual los participantes puede experimentar la cultura culinaria de un determinado lugar, disfrutando de los alimentos regionales creados por el clima, ingredientes alimenticios, cultura, costumbres, tradiciones e historia de esa área local".

Teniendo clara la definición, este modelo expresa que la esencial del turismo gastronómico es la cultura culinaria de cada una de las regiones. Esto brinda la oportunidad de que cada región puede promover el turismo gastronómico logrando así: posicionar, perseverar y enriquecer la gastronomía de Japón.

En este modelo las empresas tanto públicas como privadas y las comunidades juegan un papel fundamental para comprender las tendencias del turismo gastronómico. Las empresas privadas japonesas de servicio de A&B se comprometieron a trabajar en conjunto con las empresas privadas. Ya que muchas de ellas no solo están relacionadas con la comida sino también con el turismo gastronómico.

En el caso de las empresas públicas el principal ente que tiene a cargo llevar a cabo la promoción del turismo es el Ministerio de Tierras, Infraestructura, Transporte y Turismo (MLIT). En el 2008 se creó la Agencia de Turismo de Japón (JTA) con el fin de concentrarse en la expansión económica de Japón por medio de ciertas empresas turísticas. Este enfoque ayudo a que las comunidades japonés que ofrecen servicios turísticos vieran al turismo no solo vieran al turismo como un medio de desarrollo local, sino también como una fuente de desarrollo sostenible.

Las empresas públicas japonesas buscaron la “industrialización del sexto sector” el cual engloba la combinación de producción del sector primario, el sector del procesamiento en el sector secundario y los sectores de ventas que corresponde al sector terciario. Con esta combinación se lograría promover la industria primaria de la agricultura, la cual forma parte del turismo gastronómico. Sumando a lo expuesto anteriormente, también se realizó la promoción de gestión de destinos en varias regiones de Japón lo que llevo a que muchas comunidades sigan mejorando su cultura culinaria.

La cadena de valor del turismo gastronómico japonés involucra como actores a la industria, la educación y el gobierno y se basa en los siguientes aspectos:

- » Producción de ingredientes.
- » Distribución.
- » Desarrollo de recetas.
- » Prestación de servicios
- » Prestación de información.

Como objetivos de desarrollo regional mediante el turismo gastronómico toma en cuenta lo siguiente:

1. Desarrollo del destino: Desarrollar destinos que solo tengan atención a nivel nacional e internacional sino también sea visitado por los turistas.
2. Conservación de la cultura: Conservar el medio ambiente y la forma de vida de las regiones japonesas. Pero como valor fundamental en este aspecto es importante perseverar la cultura culinaria tradicional.

Ilustración 2 Gastronomía Tourism-The Case of Japan: Cadena de valor del turismo gastronómico japonés

ALIMENTOS



BEBIDAS

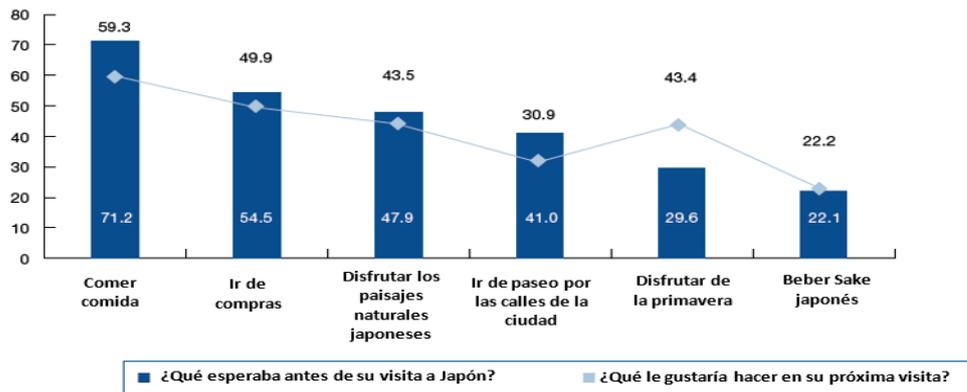


Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles (traducción de la información)

Como se mencionó anteriormente la gastronomía fue una de las principales razones por la cual tanto turistas nacionales y extranjeros visitan varias regiones de Japón. Con la aplicación del modelo del turismo gastronómico japonés el número de visitantes ha ido aumentando en el 2017 supero los 28 millones de dólares siendo “como comida japonesa” una de las principales razones de viaje y “beber Sake japonés” como la sexta razón.

Ilustración 3 Gastronomy Tourism -The Case of Japan: Motivo de visita a Japón



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: Organización Mundial del Turismo (2019))

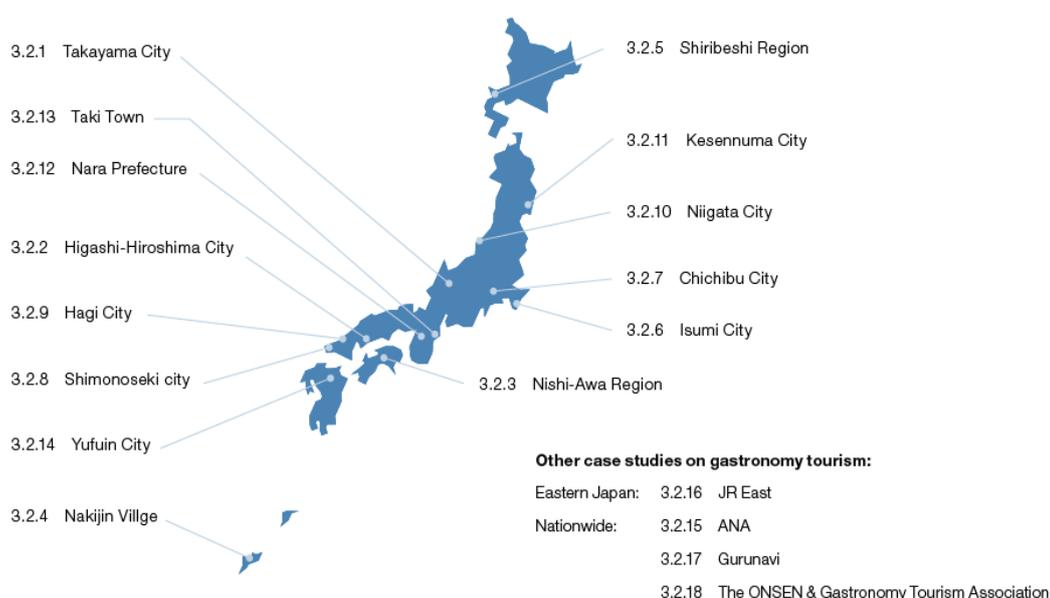
Los gastos que deja el sector de A&B en Japón de turistas nacionales son aproximadamente de 15,6 mil millones de dólares. Mientras que los restaurantes en como un factor esencial del turismo gastronómico dejó ingresos generales valorados en 148 mil millones de dólares.

Como se vio la educación es uno de los actores principales de la cadena de valor del turismo gastronómico en Japón. Por eso durante el 2018 en Japón existían 5 instituciones de estudio que capacitaban a jóvenes chef japonés con el fin de estandarizar la calidad en la industria de restaurante del país. Además de existir universidades como las de Ritsumeikan o Miyazaki que tienen carreras relacionadas al turismo o escuelas especializadas a la cocina, donde se incorporó la asignatura de turismo gastronómico como parte de su malla curricular.

Con el fin de evaluar la efectividad de este modelo analizaron los resultados de la aplicación de este modelo en 14 regiones japonesas donde se analizaron aspectos como del desarrollo sostenible donde se tomaron en cuenta 2 factores: la

demanda turística y como los turistas aportaron a la conservación de los estilos de vida tradicional japonés, la conservación medioambiental y la conservación de la cultura culinaria. También se analizaron los diferentes aspectos que llevaron al éxito del modelo y la influencia que tuvo la colaboración del sector público y privado a este.

Ilustración 4 Gastronomy Tourism-The Case of Japan: Regiones japonesas seleccionadas para medir la efectividad del modelo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

Elaborado por: Organización Mundial del Turismo (2019)

Para el análisis de los resultados se tomaron en cuenta las siguientes etiquetas:

1. La fase de la cadena de valor logradas en la región seleccionada donde se tomó en cuenta:
 - » Ingredientes.
 - » Proceso.
 - » Desarrollo de receta o menú.
 - » Provisión de comida o cocina.

- » Información.
 - » Turismo.
2. Principales agentes de para implementación:
- » Gobierno.
 - » Empresas privadas (producción/procesamiento de alimentos, restaurantes, distribución, ventas, transporte, agencias de viaje, entre otros)
 - » Instituciones académicas.
 - » Productores.
 - » Ciudadanos.
3. Ingredientes alimentarios y elementos culturales involucrados:
- » Productos agrícolas.
 - » Productos pesqueros.
 - » Culturas tradicionales.
 - » Fermentación y elaboración.
4. Tipo de actividad dentro de la región
- » Tipo 1: Ingredientes alimentarios/ desarrollo de menú.
 - » Tipo 2: Cultura alimentaria /regional
 - » Tipo 3: Desarrollo de productos de viaje.
 - » Otros
5. El impacto en la región
- » Construcción de marca.
 - » Reconocimiento de mejoras.
 - » Aumento de ventas de productos locales/ ventas en restaurantes locales.
 - » Crecimiento en el número de visitantes.

Tabla 4 Gastronomy Tourism -The Case of Japan: Tabla de etiqueta de turismo gastronómico por región

PLANTILLA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO

Fases de cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> » Ingredientes » Proceso de preparación » Receta/desarrollo del menú » Provisión de cocina y alimentos » Publicación de información » Turismo
Agentes primarios	<ul style="list-style-type: none"> » Gobierno » Empresas privadas (productores de alimentos/proceso, transportación, distribución, ventas, transportación, compañías de transporte, entre otros) » Instituciones de educación superior » Productores » Ciudadanos
Contexto de los ingredientes culinarios y los elementos de la cultura	<ul style="list-style-type: none"> » Productos agrícolas » Productos pesqueros » Tradiciones culturales » Fermentación y elaboración de bebidas (sake, vino, vinagre, entre otros)
Tipos de actividades	<ul style="list-style-type: none"> » Tipo 1: Ingredientes gastronómicos/ desarrollo de menú. » Tipo 2: Gastronomía basado en la cultura regional » Tipo 3: Desarrollo de productos turístico » Otros (combinación de diferentes tipos)
Impacto	<ul style="list-style-type: none"> » Marca » Reconocimiento mejorado » Exposición a los medios de mejora » Incremento de ventas en productos locales/ venta en restaurantes locales » Mayor crecimiento de visitantes » Otros

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2019)

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles (traducción de la información)

Los resultados de la aplicación de este modelo en las mencionadas 12 regiones japonesas tuvieron como resultado de que a pesar de que a pesar de que

existen regiones de Japón donde el turismo gastronómico no es ampliamente difundida, se está tomando la iniciativa en las diferentes regiones de adoptar el turismo gastronómico. Dentro de la promoción turistas funcionarios de los gobiernos locales adoptan el nombre de turismo gastronómico para promocionar cada región. Potenciando así no solo la economía sino también el desarrollo sostenible de las comunidades locales.

Además, los resultados muestran que en cada región se ha transformado la forma de ver el turismo logrando así la preservación y éxito de la cultura culinaria local, siendo las instituciones educativas un factor fundamental para el logro de la preservación. (Organización Mundial del Turismo, 2019)

1.5.2.3.2 Modelo de Guía de Desarrollo del Turismo Gastronómico

Este modelo fue desarrollado por la OMT y uno de sus afiliados el Basque Culinary Center (BCC). De acuerdo con el Secretario General de la OMT Zurab Polokashvili (2019) menciono que el turismo gastronómico es importante ya que forma parte de la vida integral de una localidad ya muestra su historia, cultura, economía y la sociedad de un territorio. Además, traer nuevas experiencias a los turistas al momento de establecer una relación directa con la zona que visitan: su gente, su cultura y su patrimonio.

Por otro lado, el director de BCC Joxe Mari Aizega (2019) menciona que uno de los sectores de la planta turística más valorado es la gastronomía, por el hecho de querer conocer la gastronomía del lugar que se visita, así como examinar diferentes restaurantes, conocer y probar los ingredientes típicos y vivir las tradiciones. Mari

demuestra lo dicho con las cifras de la OMT relacionada a la comida mostrando que según este organismo más de un tercio de los turistas realizan gastos relacionado a la comida.

Además, menciona que la gastronomía es una fuente que puede generar ingresos económicos y plazas de empleos dentro de la cadena de valor que conforma el turismo, tales como: la producción de alimentos de calidad, la transformación, el hotelería, entre otros. Sumándole que esto ayuda a promover la marca de un país.

De acuerdo con este modelo el turismo gastronómico debe estar basado en los conceptos de: aprender, como degustar y disfrutar la cultura gastronómica de un territorio. Es importante resaltar que el turismo gastronómico está completamente ligado a la cultura gastronómica que es lo que hace la diferenciación entre una zona geográfica y otra. Por ello muchos destinos buscan estrategias que ayuden a potencializar la identidad culinaria de sus regiones con el fin de conseguir singularidades que los permita ser únicos y que influyan en la decisión de los turistas al momento de elegir un destino.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente este modelo brinda la oportunidad de cada uno de estos territorios puedan posicionar el turismo gastronómico como una estrategia de turismo y para quienes ya están posicionados este modelo guiara a reforzar las estrategias ya aplicadas. El modelo explica por medio de herramientas prácticas detalladas en el mismo que las Administraciones Nacionales de Turismo (ANTs) y los Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs) encontraran una guía útil que ayudara al desarrollo del turismo gastronómico. Este

modelo es útil particularmente en las fases iniciales del desarrollo de un destino gastronómico.

Por ello el modelo muestra principios generales y recomendaciones que servirán a los ANTs y OGDs para el desarrollo del turismo gastronómico de acuerdo con cada uno de los destinos, ya que el conocimiento sobre destino gastronómico varía considerablemente entre un destino y otro. Entre otras cosas este modelo aporta con:

Indicaciones sobre distintos aspectos claves en la planificación.

Indicaciones sobre la gestión de destinos de turismo gastronómico.

La metodología usada en este modelo es la recopilación de información tanto primaria como secundaria. En cuanto a la información primaria el modelo cuenta con la colaboración de profesionales expertos en turismo gastronómico quienes han aportado hitos y prácticas que se puedan aplicar de manera eficiente tanto los ANTs y OGDs. En cuanto a información secundaria se ha incluido: libros, trabajos de investigación, casos de estudios, revistas especializadas y sobre todo los informes globales proporcionados por la OMT relacionado sobre turismo gastronómico.

El modelo expone que un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico es indispensable para trabajar en impulsar el atractivo de una cultura gastronómica. Este modelo permitirá establecer las bases y futuras estrategias que permitirán la realización de acciones que aportarán al desarrollo del turismo gastronómico. Además de servir como una guía dando un horizonte temporal para que todos los sectores involucrados puedan actuar activamente en esta modalidad del turismo.

Por ello este documento se centra en:

Marcar el rumbo en cuento a desarrollo y marketing del turismo gastronómico.

Fijar estrategias que sean abiertas a modificaciones a lo largo de tiempo y a su vez también que sean flexibles.

Las estrategias tomadas sobre un destino deben ser compartidas y consensuadas con los agentes que forman parte del turismo gastronómico de un destino.

El modelo consta de cuatro fases indispensables para el desarrollo del turismo gastronómico:

Fase I: Análisis y diagnóstico de la situación actual.

Fase II: Formulación de Estratégica del Plan.

Fase III: Planificación Operativa.

Fase IV: Etapa de comunicación y difusión del plan.

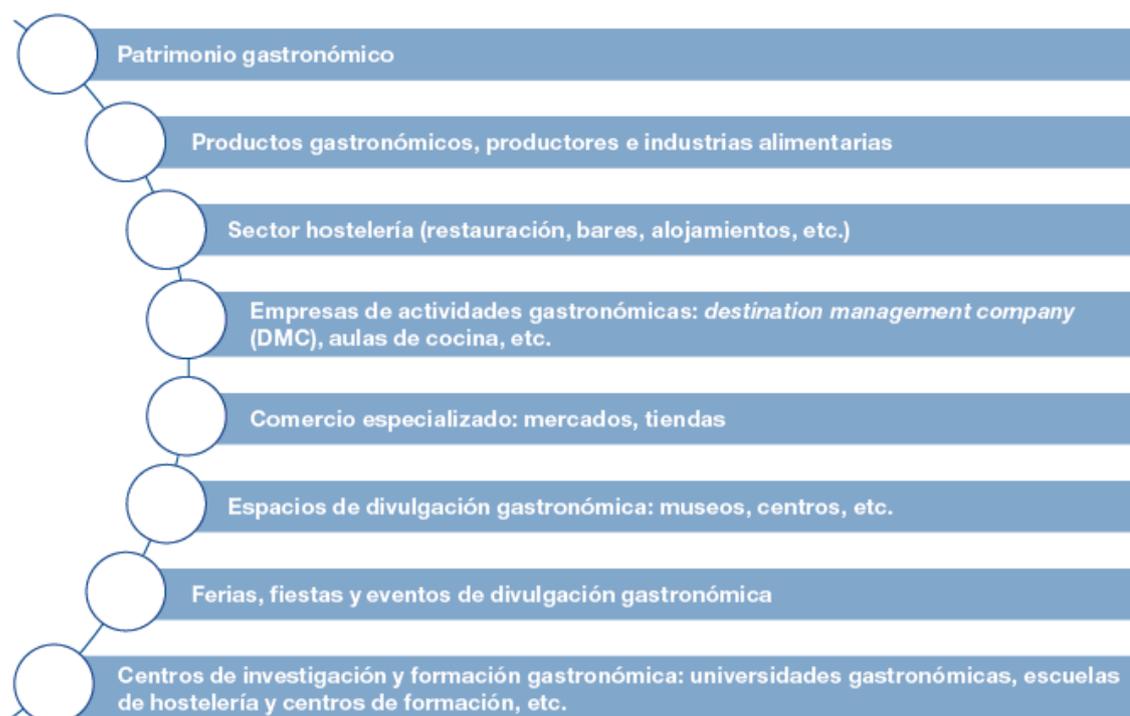
Durante la Fase I se obtendrá información del contexto turístico del destino, su situación actual y la potencialidad que tiene las actividades turísticas relacionadas con la gastronomía del territorio. Cuáles son las condiciones favorables y desfavorables que pueden afectar la actividad turística gastronómica. Para la fase I se analizan dos puntos de vistas: el interno y el externo.

En la Fase II se realizarán propuestas futuras y recomendaciones que permitirán realizar mejoras en las áreas que se hayan de intervenir para de esa manera incrementar la competitividad del destino y conseguir un desarrollo y crecimiento sostenible del turismo gastronómico. En la Fase III se precisan los diferentes programas a realizarse para la construcción de un destino gastronómico.

En la Fase IV consiste en socializar los planes a las entidades implicados, la ciudadanía y a los canales de comunicación que están enlazados con el turismo.

El modelo expone que el paso clave para desarrollo de un destino turístico gastronómico es su territorio. De ahí la importancia de: identificar, inventariar y analizar el potencial del destino y el grado en que se han desarrollado los diferentes elementos de la cadena de valor. De acuerdo con los dos puntos expuesto anteriormente, los elementos de análisis, recursos, productos y ofertas gastronómicas de un destino a desarrollarse en turismo gastronómico son las expuesta en el grafico 5.

Ilustración 5 Guía para el desarrollo del turismo gastronómico: Elementos de análisis de los recursos, productos y oferta gastronómica de un destino de turismo gastronómico



Fuente: Guía de desarrollo del turismo gastronómico

Elaborado por: Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center, (2019)

El modelo también expone la importancia de un análisis comparativo y de competidores para conocer el posicionamiento del destino. Para este análisis se dan varios criterios para seleccionar, entre ellos tenemos:

- » Entorno natural y cultural
- » Producto.
- » Elaboración.
- » Calidad de servicio.
- » Precio.
- » Experiencia.
- » Conectividad de destino.
- » Comunicación de la oferta.
- » Variedad.
- » Diversidad.
- » Profesionalización.
- » Rentabilidad.
- » Posicionamiento.
- » Visibilidad.
- » Innovación.

La aplicación de esta Guía de Desarrollo de Turismo Gastronómico contribuirá a crear una base sólida de desarrollo de turismo gastronómico y realizar cambios durante la aplicación de este modelo. (Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center, 2019)

1.5.3 Modelo de la investigación

1.5.3.1.1 Comparación de modelos.

Ambos modelos: modelo de turismo Gastronómico: Caso Japón y la guía para el desarrollo del turismo gastronómico. Son un excelente referente para la aplicación de un modelo de turismo gastronómico. Ambos modelos muestran que es importante definir que es turismo gastronómico de acuerdo con el territorio donde se desarrollara. Además, muestra la importante de conocer la cadena de valor de turismo gastronómico y los componentes de esta para la aplicación de los mismo. Un aspecto vital que muestran ambos modelos es la participación de entidades públicas, privadas, de educación, investigación, escuelas entre otros.

Ambos modelos también muestran que el factor cultural es un punto principal dentro del turismo gastronómico lo que ayudará al desarrollo cultural del destino y haciendo que los habitantes de cierta zona de apropien más de su cultura culinaria y que saberes usados en pasado pueden ser proyectados al futuro. En cuanto al turismo ambos modelos muestran que por medio de la gastronomía los factores relacionados al desarrollo turísticos como la infraestructura, servicios, aspectos medioambientales juegan un papel fundamental en el desarrollo turístico de un destino y que la gastronomía es una razón que contribuye al desarrollo turístico y cultural de una zona.

El modelo de caso Japón esta aplicado a un país desarrollado donde varios aspectos del turismo gastronómico ya han sido aplicados por ende este modelo ya está dirigido a un proceso de mejorar más bien que implementación, es por esta razón que el modelo que se selecciona para esta investigación es del modelo elaborado por

la OMT BCC el modelo de Guía de Desarrollo de Turismo Gastronómico, ya que es un modelo que puede ser aplicado tanto a destinos que recién quieren implementar el turismo gastronómico como marca de un destino y para destino que ya están establecidos como marca pero quieren seguir mejorando. A pesar de lo expuesto anteriormente hay varios aspectos expuesta en el modelo del caso Japón que se exponen en el modelo seleccionado por ende se puede mencionar que la investigación si bien se apoyara en el modelo Guía de Desarrollo de Turismo Gastronómico, también tendrá aspectos que se encuentra dentro del modelo del caso Japón.

1.5.3.2 Descripción de la aplicación del modelo seleccionado en la investigación.

De acuerdo con el modelo Guía de Desarrollo de Turismo Gastronómico es indispensable primero crear un concepto de turismo gastronómico que se competente con el destino donde se va a aplicar. Este concepto debe aplicar estos tres aspectos:

- » Aprender.
- » Como degustar.
- » Como disfrutar la cultura gastronómica.

Tener claro este aspecto contribuirá a que las diferentes zonas geográficas de un país pueden ser diferenciadas las unas de las otras.

En esta investigación se aplicará los factores mencionados en la Fase I de este modelo, la cual permitirá analizar y diagnosticar la situación actual del destino en estudio, en este caso la ciudad de Guayaquil tanto desde el punto de vista interno y externo, basados en la cadena de valor del turismo gastronómico expuesto en el modelo. Los aspectos se van a seleccionar están explícitos en los objetivos específico uno y dos esta investigación.

En el caso de los aspectos internos se tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- » Inventario y evaluación de todos los recursos gastronómicos.
- » Agentes que forman parte del modelo turístico gastronómico.
- » Los productos, enclaves y espacios de turismo gastronómico de especial valor o valor diferencial.
- » Promoción y el marketing del turismo gastronómico.

En el caso de los aspectos externos se tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- » Demanda real y potencial de turismo gastronómico.
- » Posicionamiento gastronómico del destino.

Tomando en cuenta los criterios expuesto en el modelo, para esta investigación se tomarán en cuenta los siguientes criterios:

- » Motivo de viaje.
- » Experiencia donde se analizará el producto y su elaboración.
- » Calidad de los servicios.
- » Información, ferias mercados y huecas donde se analizará la comunicación de la oferta.

En cuanto al objetivo 3 de esta investigación, una vez analizado lo anteriormente expuesto se procederá a formular estrategias. (Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center, 2019)

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

La investigación que se realizó fue de tipo no experimental transeccional, ya que no se intervino sobre la variable independiente gastronomía para afectar la variable dependiente, desarrollo turístico y cultural. Más bien se dio a conocer la percepción de los componentes.

Alcance.

El alcance fue de tipo descriptivo, para esto primero se especificó: perfiles, características y percepciones de los turistas sobre la gastronomía guayaquileña. También se definió las variables gastronomía, desarrollo turístico y cultural con precisión, para posteriormente mediante un panel de experto describir la percepción de los mismo sobre el indicador turismo gastronómico. Esta investigación también tuvo un alcance correlacional ya se analizó la relación entre las variables independiente gastronomía sobre la variable dependiente desarrollo turístico y cultural.

Enfoque de la investigación.

Esta investigación tuvo un enfoque mixto, cualitativa y cuantitativa. En cuanto a lo cuantitativo se tomó una muestra de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Guayaquil y se aplicó como instrumento la encuesta para conocer el número de turistas que acceden a la gastronomía tradicional y su

percepción de esta en cuanto a: ingredientes, preparación, degustación y precio de esta, entre otros.

En cuanto lo cualitativo se realizó un análisis de la tendencia del turismo gastronómico en Guayaquil tomando como base datos estadísticos de Banco Central del Ecuador y el MINTUR en cuanto a temas como:

- » Porcentaje de turistas que ingresan a Guayaquil.
- » Establecimiento de A&B.
- » Cifras por ingreso de A&B.

También se consultó un panel de expertos del área de turismo gastronómico y se dio a conocer su percepción de la gastronomía como medio de desarrollo turístico y cultura, así como las posibles estrategias a implementar en Guayaquil para potencializar el turismo gastronómico.

2.2 Método de investigación

En esta investigación se consideró el método lógico de tipo histórico-lógico, ya que se realizó una investigación bibliográfica de la trayectoria histórica de los platos típicos de Guayaquil a lo largo de la historia. Esto contribuyó a definir: platos típicos únicamente de Guayaquil, recetas, ingredientes y formas de degustación, entre otros aspectos.

En cuanto a la investigación empírica se obtuvo información numérica o de tipo informativo acerca de la percepción de: expertos, turistas nacionales y extranjeros. Esto se realizó por medio de encuestas y un panel de experto, de esta manera se pudo representar, evaluar y presentar adecuadamente si la gastronomía puede ser una fuente de desarrollo del turismo y cultura.

2.3 Unidad de análisis, población y muestra

Las unidades de análisis de esta investigación fueron:

- » Turistas.
- » Expertos.

Para poder determinar la muestra se escogió la población de los datos más recientes del MINTUR sobre turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Guayaquil durante el 2018, siendo esta población de 14,264,960 de los cuales 13,311,584 (el 93% del total) fueron turistas nacionales y el 953,376 (el 7% del total), fueron turistas extranjeros La muestra fue de tipo probabilística, para determinar la muestra se escogió la fórmula de muestra finita:

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

Donde:

N: Población = 14,264,960

n: Muestra

Z: Nivel de confianza = 1,96

e: Margen de error = 5,42% = 0,0542

p: Probabilidad de éxito = 0,50

q: Probabilidad de fracaso (1-0,5)

Reemplazando las variables de la siguiente muestra en cuanto a turistas nacionales y extranjeros:

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

$$= \frac{1.96^2 * 14,264,960 * 0,50 * 0,50}{0,0542^2 * (14,264,960 - 1) + (1,96^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$\frac{13700067.58}{41905.32}$$

$$n = 326,9 = \textit{Se define 327}$$

Para la definición de la muestra en cuanto a turistas nacionales, la cual tuvo un equivalente al 93% de muestra, quedo definida de la siguiente manera:

$$n(\textit{turistas nacionales}) = 327 * \frac{93}{100} = 305$$

$$n(\textit{turistas nacionales}) = 305.08 = \textit{Se define 305}$$

Para la definición de la muestra en cuanto a turistas extranjeros, la cual tuvo un equivalente de 7% de la muestra, quedo definida de la siguiente manera:

$$n(\textit{turistas extranjeros}) = 327 * \frac{7}{100} = 21.85$$

$$n(\textit{turistas extranjeros}) = 21.85 = \textit{Se define 22}$$

2.4 Variables de la investigación y operacionalización.

2.4.1 Variables de la investigación.

Las variables de la investigación fueron las siguientes:

- » **Variable independiente:** Gastronomía
- » **Variable dependiente:** Desarrollo turístico y cultural

2.4.2 Operacionalización.

Las variables de esta investigación se trabajaron tomando como base las dimensiones e indicadores del modelo: “Guía para el desarrollo del turismo gastronómico”, elaborado por la OMT y el BCC, adaptadas a la situación del turismo gastronómico de la ciudad de Guayaquil, teniendo de esta manera:

2.4.2.1 Variable gastronomía.

La variable gastronomía se trabajó en la dimensión de productos gastronómico donde se indicó cuáles son los platos típicos de la ciudad de Guayaquil tomándose en cuenta los indicadores: ingredientes, recetas, técnicas y degustación. La recopilación de esta información se realizó de manera bibliográfica, con esto se dará respuesta al objetivo específico uno.

2.4.2.2 Variable desarrollo turístico y cultural.

Para la variable desarrollo turístico y cultural se trabajó bajo las dimensiones: turismo, percepción de turistas sobre el turismo gastronómico y percepción de los expertos sobre la cultura gastronómica. En cuanto a la dimensión turismo se trabajó con datos estadísticos de los 2 últimos años del MINTUR y Banco Central del Ecuador, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: porcentaje de turistas que

ingresan a Guayaquil, establecimientos de A&B de Guayaquil y las cifras de ingresos por A&B.

Para la dimensión percepción de turistas sobre turismo gastronómico se realizó un estudio de campo y se tomó como instrumento la encuesta para poder determinar los indicadores: motivo de viaje, experiencia, calidad de los servicios, información, ferias mercados y huecas. Para la dimensión turismo gastronómico se realizó una investigación de campo siendo la fuente un panel de experto conformado por cinco profesionales experimentados en el área del turismo y gastronomía donde se tomaron en cuenta los indicadores: definición de experto, desarrollo, relevancia de los conocimientos tradicionales culinarios y métodos el turismo gastronómico.

2.5 Fuente, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Para la determinación de las técnicas e instrumentos en la recolección de los datos se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 5 Fuente, técnicas e instrumentos para la recolección de información

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PROCEDIMIENTO	DEFINICIÓN
Establecer los aspectos históricos y técnicas culinarias tradicionales de la gastronomía guayaquileña, que contribuyan al desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil.	Fuente de recolección secundaria. Esta fuente sirvió de referencia teóricas para la investigación.	Búsqueda en libros sobre la historia de la gastronomía del país, artículos científicos, artículos de periódico, páginas web, entre otros.
Conocer el criterio de expertos sobre la gastronomía como marca de destino y la percepción de turistas acerca del potencial gastronómico en la ciudad de Guayaquil.	Encuesta estadísticamente no representativa Muestra simple. Panel de experto	305 turistas nacionales. 22 turistas extranjeros. Expertos en el ámbito turístico 2 expertos en el ámbito gastronómico
Definir las consideraciones que se deben tomar en cuenta para que la gastronomía sea una fuente de desarrollo turístico y cultural en la ciudad de Guayaquil.	Fuente de recolección secundaria.	Propuesta metodológica tomando como base: “Guía de desarrollo de turismo gastronómico” elaborado por la OMT (Organización Mundial del Turismo) y Basque Culinary Center.

Fuente: Propia

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

2.6 Tratamiento de la información

Una vez recolectada la información de las encuestas, se procedió a tabulación en Excel. Posteriormente los datos fueron procesados en el programa estadístico RStudio, donde se colocaron las respuestas expuestas por los turistas nacionales y extranjeros, para la posterior elaboración de cuadros, su respectivo análisis estadístico y su respectiva interpretación. De esta manera se determinó como la gastronomía tradicional puede influir decisivamente al elegir a la ciudad de Guayaquil como un destino con el afán de saciar el apetito del gusto y cultural yendo así mucho más allá de satisfacer el apetito fisiológico de los turistas.

En cuanto a al panel de expertos se ordenó cada uno de los puntos de vistas expuesto por los profesionales en el área, así como las sugerencias y oportunidades sobre el desarrollo del turismo gastronómico expuesto durante el panel. Con esto se quiere planea enriquecer las experiencias de los turistas y conectarlos directamente con la región, su gente, su cultura y su patrimonio.

Una vez realizados los dos respectivos tratamientos de la información se pretende primero identificar potencialidades y déficits de la gastronomía tradicional para el desarrollo del turismo y cultura, como segundo punto se desarrollarán estrategias que potencialice la identidad culinaria para que esto sea una de las razones sustanciales en la decisión de los turistas en cuento a elegir a Guayaquil como su destino.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de la situación actual

3.1.1 Análisis actual del patrimonio gastronómico de Guayaquil.

Tomando como base la problemática planteada en el primer capítulo de esta investigación sobre la recuperación de las tradiciones culinarias gastronómica y la inexistencia de registros, como parte de esta investigación se corroboró si en las instituciones públicas y privadas en algún momento se estimó tener un registro de las tradiciones culinarias de la ciudad de Guayaquil. Para aquello se consultó con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) e instituciones de Educación Superior de gastronomía.

Durante la visita que se realizó para consultar información del inventario gastronómico de Guayaquil en el INPC. De acuerdo con lo consultado con el Licenciado en arqueología José Chanchay Vásquez quien tiene una maestría en Arqueología del Neotrópico por la Escuela Superior Politécnica del Litoral y actualmente labora como Catalogador de Bienes Arqueológicos Regional del INPC. El Magister Chancay mencionó que no existe un inventario oficial de la gastronomía de Guayaquil elaborada por alguna institución gubernamental, pero que a principios del año 2002 se quiso realizar un proyecto donde se recolectaba información: gastronómica patrimonial y cultural sobre la ciudad de Guayaquil. Chancay mencionó que dicho proyecto quedó inconcluso y que en dicho documento se planeaba recolectar información de datos como: fechas, autores que escribieron por

primera vez de dicho plato y la posible procedencia tanto de platos fuertes como postres de Guayaquil que datan del año 1800.

Otra institución que se consultó fue una institución de educación superior, con el fin de volver a consultar sobre la existencia de un inventario gastronómico en Guayaquil. Para ello se consultó con el Chef Santiago Granda León quien es Licenciado en Gastronomía y Gestión de Empresas por la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil y quien además es fundador y director de una de la escuela gastronómica de la ciudad, La Escuela de los Chef y quien también es parte del comité organizador de la feria gastronómica Raíces. Granda menciona que no existe un registro oficial como un levantamiento de inventario de patrimonio cultural histórico de la gastronomía de la ciudad de Guayaquil, proporcionada por una institución gubernamental. Así mismo se mencionó que ellos como institución de educación superior privada y comprometidos con el desarrollo turístico gastronómico de la ciudad, estarían dispuestos a trabajar con alguna institución pública que esté interesado en el tema.

En cuanto a la literatura que contenga los aspectos: histórico, culturales y gastronómico de Guayaquil, durante la realización de esta investigación solo se encontró un libro que trate en gran parte los tres aspectos mencionados. En el libro Guayaquil a Fuego Lento: Cocina, Identidad y Cultura el cual fue publicado en el año 2017 por el Instituto Superior de Artes Culinarias. De acuerdo con el Chef Santiago Granda León, quien es el uno de los autores del libro mencionó que la realización del libro fue compleja por escasez de datos específicamente históricos y

culturales y que la recolección de datos significo recorrer alrededor de 52 huecas de la ciudad de Guayaquil.

Además, existe otro tipo de literatura donde se puede encontrar cierto tipo de datos históricos en algunos casos y en otros casos culturales de la gastronomía guayaca, aunque su contenido se base en recetas del país. Entre ellos el libro se puede destacar el libro Sabores de mi Tierra cuya autoría es la señora Jenny Estrada en el años 2013 y el libro El Cocinero práctico: Manual completo para la preparación de toda clase de guisos, sopas, caldos, fritos, carnes, pasta, dulces, helados y bebidas, arregladas a la cocina nacional, cuyo autor es desconocido y que fue publicado en el año 1887. (El Universo, 1887)

En cuento a la situación turística gastronómica de Guayaquil anualmente desde el 2014 la empresa pública municipal del turismo en Guayaquil organiza la feria Raíces con el fin de promover el turismo gastronómico en la ciudad, el propósito es fortalecer el sector gastronómico del país. En dicha feria participan diferentes huecas representativas de la ciudad, donde se puede encontrar platos típicos de todo el país. La feria se lleva a cabo durante el mes de Julio, tomando como base las fiestas de la cciudad, este tiene una duración de 5 días, participan 40 huecas y anualmente asisten aproximadamente 79,500 personas. (Alcaldía de Guayaquil, 2014)

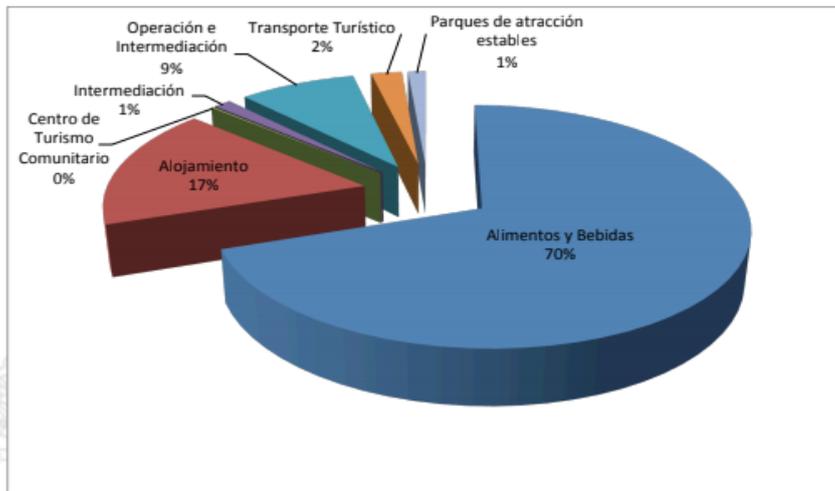
3.1.1 Análisis estadísticos

3.1.1.1 Establecimientos de alimentos y bebidas de Guayaquil.

Con el fin de marcar la correlación que existe entre la visión que se tiene en Guayaquil sobre la variable gastronomía y desarrollo turístico. Se realizó un análisis estadístico tomando como base la cantidad de establecimientos de Alimentos y Bebidas (A&B) del país y Guayaquil. Además, mediante el análisis de la contribución de los establecimientos de A&B en el Producto Interno Bruto (PIB) se mostrará el aporte que tiene este en para el desarrollo turístico y económico del país. Como primer punto se analizará los establecimientos de A&B y su aporte a las actividades turísticas del país, para posteriormente analizar la misma área, pero en la ciudad de Guayaquil.

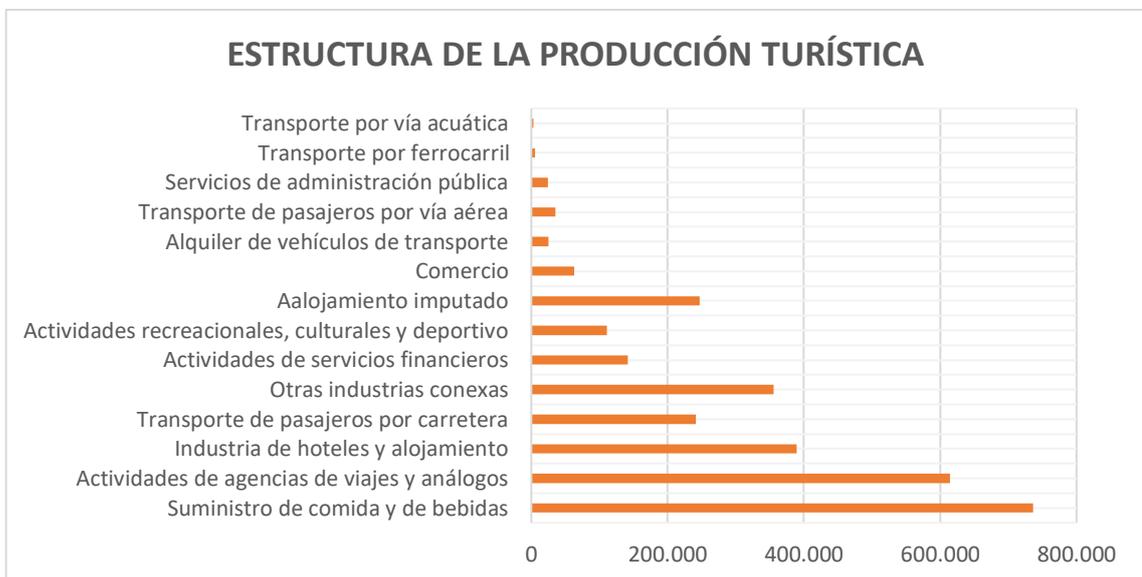
En el Plan Nacional de Turismo 2030 se encuentra registrado las principales ofertas turísticas que existen en el país. Como se puede observar en la ilustración 7 sobre las actividades turística el 70% de oferta turística del país lo compone el área de A&B. (Ministerio de Turismo, 2019). De acuerdo con el MINTUR en el año 2018 en el país se registraron 69.477 establecimiento según las categorías detalladas en el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, esto representa un total de 3,003.172 de plazas en mesas. Así mismo esta área del turismo en Ecuador representa la mayor cantidad en cuanto a empleo con un valor de 89.809 empleados de los cuales 47.792 representa a hombres y 42.017 representa a mujeres. (Ministerio de Turismo, 2018)

Ilustración 6 Actividades turística en el Ecuador año 2018



Fuente: Ministerio de Turismo (2019). Actividades turísticas en el Ecuador

Ilustración 7 Estructura de la Producción Turística



Fuente: Ministerio de Turismo de Ecuador (2017). Cuenta Satélite.

Elaborado por: Jael Zambrano Miele

Así mismo para el análisis estadístico específico de Guayaquil, tomaron los datos de MINTUR en cuanto al registro de establecimientos de A&B en la ciudad, dentro de estos se encontró siete subáreas de las cuales para este análisis se tomó

cuatro de las siete subactividades que representan el 98% de los establecimientos, estos son: bares, cafeterías, fuentes de soda y restaurante. Estas subáreas están relacionadas directamente con el área gastronómica. Así mismo por falta de datos en el año 2019 se ha realizado una proyección tomando como base los años 2017 y 2018. (Ministerio de Turismo, 2018). Los datos para exponer son los siguientes:

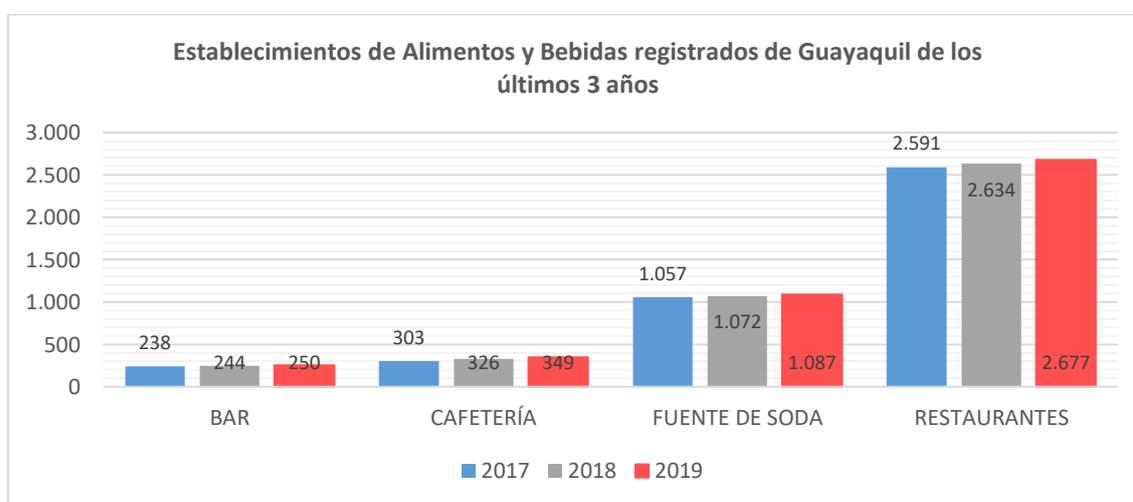
Tabla 6 Establecimientos de Alimentos y Bebidas registrados de Guayaquil de los últimos 3 años

ESTABLECIMIENTO	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Bar	238	244	250	5,58%	5,60%	5,63%
Cafetería	303	326	349	7,11%	7,49%	7,85%
Fuente de soda	1.057	1.072	1.087	24,79%	24,62%	24,46%
Restaurantes	2.591	2.634	2.677	60,76%	60,50%	60,24%
TOTAL, DE PLAZAS DE ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS REGISTRADOS	4.264	4.354	4.444	98,24%	98,21%	98,18%

Fuente: Ministerio de Turismo (2017-2018). Establecimientos registrados

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Ilustración 8 Establecimientos de Alimentos y Bebidas registrados de Guayaquil de los últimos 3 años



Fuente: Ministerio de Turismo (2017-2018). Establecimientos registrados

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

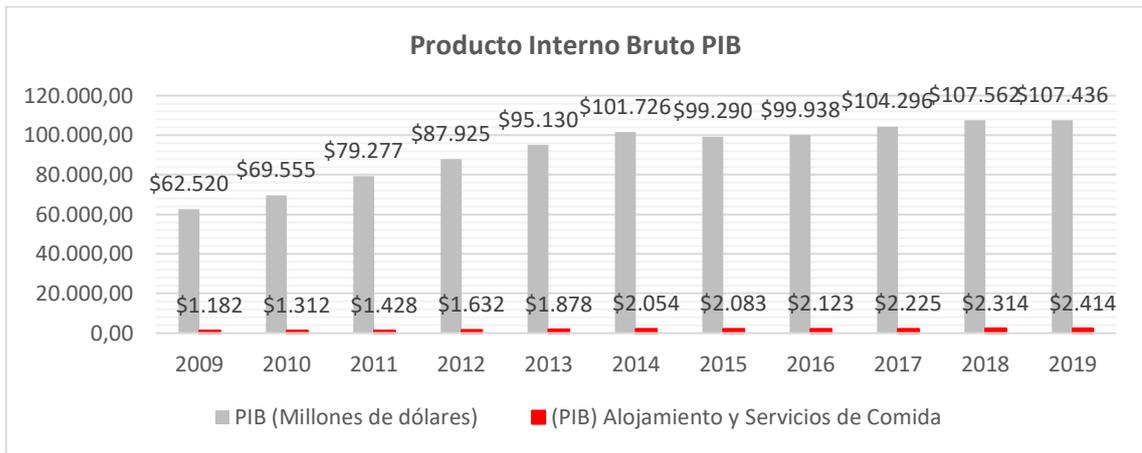
Como se puede observar en la Tabla 5 de acuerdo con los datos otorgados por el MINTUR, el 60% de los establecimientos registrados son restaurantes lo cual es un punto vital para el desarrollo del turismo gastronómico. Así mismo existen otras subactividades del área de A&B que también son esenciales para el turismo gastronómico como: bares, fuentes de soda y cafetería, donde se pueden ofrecer bebidas y piqueos tradicionales. Los datos expuestos muestran que, de toda la estructura de producción de turismo, los establecimientos de A&B. (Ministerio de Turismo, 2018)

3.1.1.4 Cifras por ingreso de alimentos y bebidas.

Como puntos dos se analizó las cifras estadísticas, para conocer el aporte que tiene el turismo turístico de esta área en el producto interno bruto del país y por ende al desarrollo turístico del país. Para ello se tomaron los datos estadísticos del Producto Interno Bruto por industria, siendo el área de Alojamiento y Servicios de Comidas el que se analizó.

Como se puede observar en las ilustraciones 11, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador el área de Alojamiento y Servicios de Comidas en los últimos 3 años presentó entre 2,13 al 2,25 % del Producto Interno Bruto (PIB), que como se puede observar en la ilustración 10 esto representa entre 2.225 y 2.414 millones de dólares del dinero que ingreso al país.

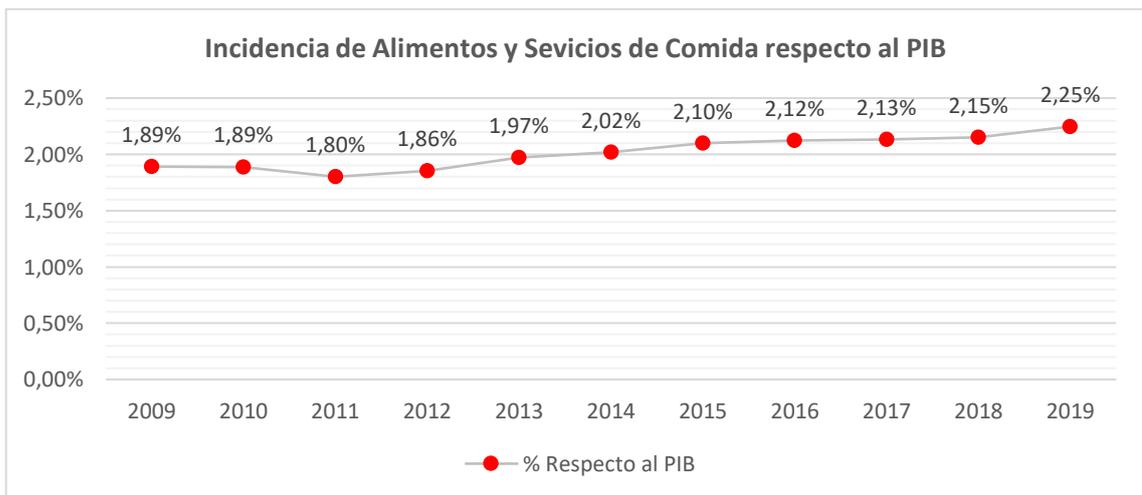
Ilustración 9 Incidencia de la industria de Alojamiento y Servicios de comida en el Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: Banco Central del Ecuador. (2019) Producto Interno Bruto

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Ilustración 10 Porcentaje de la incidencia de la industria de Alojamiento y Servicios de comida en el Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: Banco Central del Ecuador. (2019) Producto Interno Bruto

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Los datos analizados comprueban que en la ciudad de Guayaquil y el resto del país la gastronomía es una fuente de desarrollo turístico. Como punto

complementario también se pudo analizar que la gastronomía es una actividad que genera: emprendimientos, plazas de empleos e ingresos económicos. Por ende, es importante que área de alimentos y bebidas es un punto que debe ser considerado no solo dentro de Guayaquil sino también del país.

3.2 Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

Con la finalidad de conocer la percepción de turistas nacionales y extranjeros respecto a la gastronomía de Guayaquil como marca de destino y valores culturales, 305 turistas nacionales y 22 turistas extranjeros fueron abordados mediante una encuesta de 17 preguntas. Las cuales fueron distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 7 Esquema de presentación del cuestionario en la encuesta

Esquema de presentación de la encuesta				
Dimensión	Indicador	Pregunta de encuesta	Tipo de pregunta	
Percepción de turistas sobre turismo gastronómico	Información general	Pregunta F (PF)	Opción múltiple	
	Motivo de viaje	Pregunta 1 (P1)	Escala de Likert	
		Pregunta 2 (P2)	Si/No	
		Pregunta 3 (P3)		
	Experiencia	Pregunta4 (P4)		
		Pregunta 5 (P5)	Escala de Likert	
		Pregunta 6 (P6)		
		Pregunta 7 (P7)		
		Pregunta 8 (P8)		
	Calidad de los servicios	Pregunta 9 (P9)	Escala de Likert	
		Pregunta 10 (P10)		
		Pregunta 11 (P10)		
		Pregunta 12(P10)		
		Información, ferias, merados y huecas	Pregunta 13 (P10)	Escala de Likert
			Pregunta 14 (P10)	
Pregunta 15 (P15)				

Fuente: Propia

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

La pregunta de entrada (F) permitió conocer la motivación general del turista para escoger un destino. Luego, de manera específica, se consultó si fue la

gastronomía un aspecto determinante para su visita en Guayaquil (P1).

Posteriormente, se analizó la experiencia del turista al momento de degustar los platos típicos y actividades asociadas (P2 – P7), la calidad del servicio recibido (P8 - P10) y la información de ferias, mercados y huecas de la cual disponía (P11 – P15).

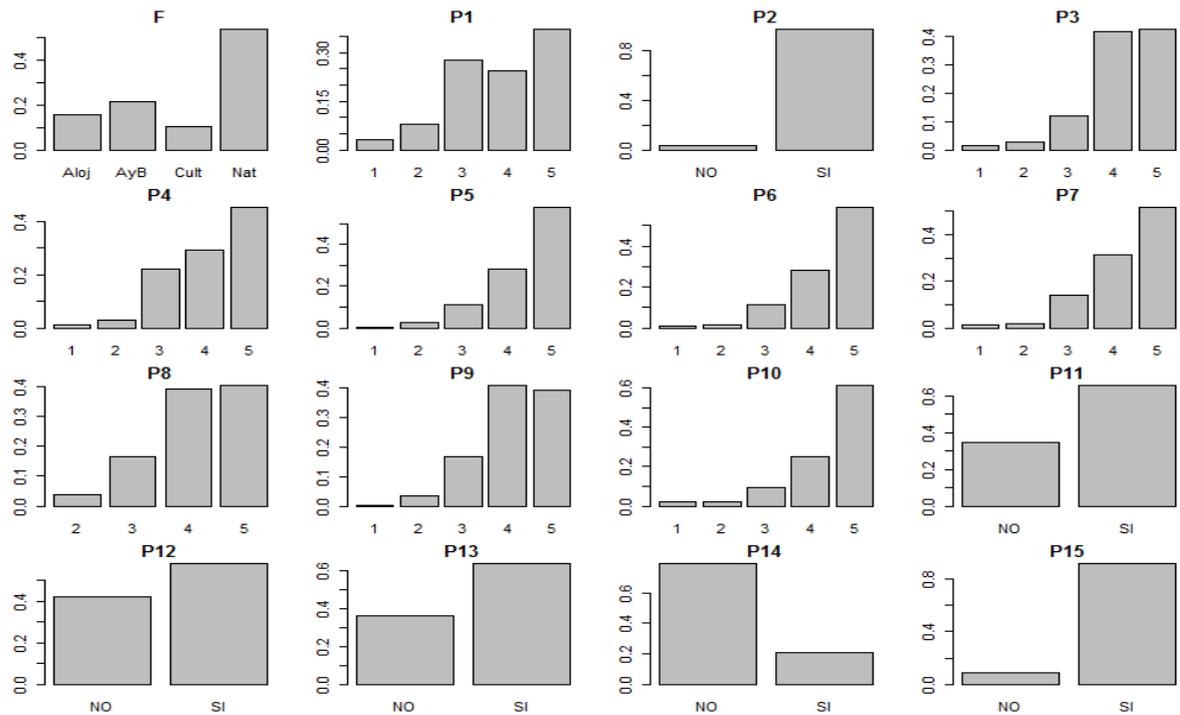
Dichas preguntas se presentan en tres formatos, que permiten explorar adecuadamente la naturaleza de los datos por analizar: pregunta de opción múltiple (variable categórica F), preguntas con respuesta en escala de Likert (variables politómicas P1, P3 – P10) y preguntas de afirmación o negación (variables dicotómicas P2, P11 – P14).

Se tabuló cada respuesta de todos los miembros de la muestra en una matriz de Turistas versus Respuestas. Todas las respuestas están dispuestas en columnas a manera de variables, y cada fila representa una observación multivalente con toda la información por turista.

3.2.1 Diagramas de frecuencia.

Con base en los datos tabulados, se procede a generar y analizar los respectivos diagramas de frecuencia para cada variable.

Ilustración 11 Diagrama de frecuencia de los turistas nacionales y extranjeros



Fuente: Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Se puede notar, que el motivo predominante de la visita (53%) es el de “atractivos naturales”, seguido por “alimentos y bebidas” (21%).

El 61% de los turistas consideraron que la gastronomía fue determinante para su visita a Guayaquil (P1). Por otra parte, 96.6% de los encuestados degustaron platos típicos de la ciudad (P2), y 84% consideró que dichos platos llenaron sus expectativas (P3). En promedio la proporción de personas que consideró que la experiencia en la degustación fue enriquecedora (P4, P5, P6, P7) ascendió al 82%.

De la misma forma, la proporción promedio de quienes expresaron que el servicio fue el esperado (P8, P9, P10) estuvo alrededor del 80%. Las proporciones de

las preguntas P11, P12 y P13 no son decisivas, con ambas opciones de respuesta cercanas al 50%.

De manera general, el 79% de turistas contestó que no conocía de agencias que oferten turismo gastronómico (P14); sin embargo, el 92% de ellos cree que es factible que este tipo de turismo se realice (P15).

3.2.2 Tablas de contingencia.

Respecto a las variables dicotómicas (P2, P11 – P14), se construyeron tablas de contingencia por cada una de ellas.

Ilustración 12 Tablas de contingencia de variables dicotómicas

P 2	NO	SI	Suma
E	0.003	0.064	0.067
N	0.031	0.902	0.933
Suma	0.034	0.966	1

P 11	NO	SI	Sum
E	0.024	0.043	0.067
N	0.321	0.612	0.933
Suma	0.346	0.654	1

P 12	NO	SI	Sum
E	0.061	0.006	0.067
N	0.361	0.572	0.933
Suma	0.422	0.578	1

P 13	NO	SI	Suma
E	0.061	0.006	0.067
N	0.303	0.63	0.933
Suma	0.364	0.636	1

P 14	NO	SI	Suma
E	0.061	0.006	0.067
N	0.731	0.202	0.933
Suma	0.792	0.208	1

P 15	NO	SI	Suma
E	0.003	0.064	0.067
N	0.08	0.853	0.933
Suma	0.083	0.917	1

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

De acuerdo con las tablas de contingencia obtenidas, es rotunda la realidad cuando se especifica que el 96% de los encuestados afirma que durante su visita a Guayaquil pudo degustar la gastronomía de la ciudad a través de sus platos típicos (P2). En cuanto a la percepción de turistas nacionales y extranjeros con respecto a la

información recibida de lugares y platos típicos se reportó que un 65% de ellos sí la había recibido (P11).

En cuanto a información de eventos, mercados y huecas, considerando únicamente los turistas nacionales encuestados, alrededor del 60% sí conocían; sin embargo, del total de turistas extranjeros, la proporción de aquellos que desconocen de dichos sitios asciende al 91%, evidencia de que los principales canales de conocimiento para ellos (agencias de viaje) no promocionan efectivamente el turismo gastronómico en la ciudad. Inclusive la realidad para los nacionales es similar en cuanto a que un 78% del total de encuestados nacionales afirmó no conocer agencias que oferten este turismo (P12, P13, P14).

A pesar de esta realidad, un 91% bien definido de los turistas encuestados afirma que Guayaquil presenta factibilidad para la implementación del turismo gastronómico (P15).

3.2.3 Correlaciones y mapa de calor.

Con el objetivo de estudiar las relaciones entre las variables politómicas (P1, P3 – P10), se obtuvo la matriz de correlaciones y se generó un mapa de calor con los valores absolutos de dichas correlaciones, logrando simplificar la detección de las correlaciones más relevantes.

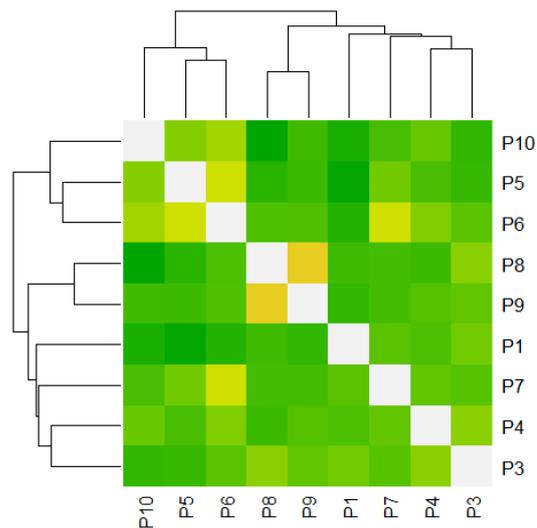
Tabla 8 Correlación de las variables politómicas

	P1	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
P1	1								
P3	0.408	1							
P4	0.336	0.447	1						
P5	0.184	0.295	0.332	1					
P6	0.258	0.362	0.432	0.550	1				
P7	0.362	0.356	0.379	0.406	0.554	1			
P8	0.313	0.448	0.306	0.271	0.336	0.323	1		
P9	0.285	0.378	0.354	0.310	0.344	0.323	0.640	1	
P10	0.233	0.285	0.390	0.436	0.483	0.329	0.175	0.312	1

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Ilustración 13 Mapa de calor



Fuente: Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Como se observa, por la gama de color amarillo, los pares de variables P5 y P6, P6 y P7, P8 y P9, tienen las más altas correlaciones, las cuales se verifican en la matriz, siendo la más alta, aquella que existe entre P8 y P9, con un valor de 0.64; adicionalmente, se corrobora que todas las correlaciones entre las variables antes mencionadas son positivas.

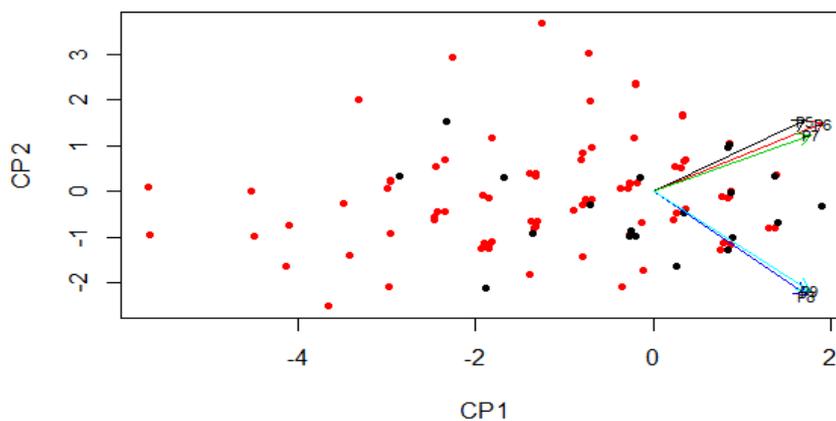
En el mapa de calor se evidencia, además, un agrupamiento de las variables según su similaridad; así, a manera de ilustración se tiene que los pares de variables P5 y P6 a más de P8 y P9 forman grupos bien definidos.

3.2.4 Análisis de componentes principales.

Considerando estas variables relevantes P5 – P9, se realizó un análisis de componentes principales para estudiar cómo se agrupan los individuos con respecto a dichas variables.

Las componentes principales obtenidas, explican aproximadamente un 57% de la varianza total, lo cual, a pesar de ser moderada, muestra un comportamiento latente claramente definido en el gráfico de componentes, mostrado a continuación.

Ilustración 14 Análisis de componente principales



Fuente: Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Adicionalmente, se han graficado (y maximizado en factor de 4) las direcciones de las variables, observándose que P5, P6, P7 son muy similares entre sí, de igual manera, P8 y P9. Esta agrupación se ajusta a que las variables P5, P6 y P7 se refieren a la dimensión de la experiencia de acuerdo con el cuestionario; y, de la misma forma, P8 y P9 en cuanto a la calidad de los servicios.

Los puntos rojos corresponden a turistas nacionales, mientras que los puntos negros se atribuyen al comportamiento de turistas extranjeros. Se evidencia que la mayoría de los turistas extranjeros se agrupan la zona central del gráfico, manteniéndose dentro de la nube de puntos de turistas nacionales.

La primera componente (horizontal) se ve influenciada de igual manera por todas las variables mientras que la segunda componente tiene mayor influencia para la dirección positiva de las variables P5, P6 y P7; y, para la dirección negativa de variables P8 y P9. Contrastando con los grupos de variables a los cuales éstas pertenecen, se puede sugerir que la primera componente recoge la percepción de buena experiencia y calidad de los servicios, mientras que la segunda componente, discrimina hacia arriba la experiencia y hacia abajo la calidad.

Debido a la tipificación de cada variable, restando medias y dividiendo para la desviación estándar, el cero representa el resultado promedio en cada componente. Se puede observar que la nube de puntos principalmente se concentra en tres zonas verticales definidas por los valores -4, -2, 0 y 2 de la primera componente (PC1), estableciéndose que la puntuación de dos tercios de los encuestados en cuanto a

experiencia y servicio se concentra alrededor del promedio; en contraste, un tercio de ellos expresa que la experiencia y servicios no fueron las esperadas.

En cuanto a la segunda componente, la separación no es significativa, salvo aquellos puntos pertenecientes a turistas nacionales que se encuentran muy por encima de los demás puntos; pudiéndose inferir que corresponden a turistas que tuvieron una excelente experiencia con los platos típicos, pero no necesariamente con la calidad del servicio.

A partir del conjunto de resultados expuestos, se puede comentar que los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil no llegan motivados principalmente por el aspecto gastronómico debido a que en general las agencias no lo promocionan, no obstante, dado que ellos sí consideran que este tipo de turismo es factible, esta particularidad se convierte en una oportunidad para que las agencias de viaje generen paquetes de turismo gastronómico que puedan potenciar las cualidades turísticas de la ciudad y eventualmente, ser replicados por otras localidades en el país.

3.3 Presentación de resultados y discusión

3.4 Descripción de los resultados en las encuestas.

Los resultados de las encuestas a los turistas nacionales y extranjeros mostraron datos que pueden ser de gran importancia para el desarrollo del turismo gastronómico de Guayaquil y enriquecimiento cultural. Dentro de los puntos de fortaleza y debilidades a destacar dentro de la encuesta realizadas a los turistas nacionales y extranjeros. Estos puntos fueron seleccionados y resaltados de acuerdo

con las dimensiones: experiencia, calidad de los servicios, información, feria, mercados, huecas y motivo de viaje en turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 9 Puntos de fortalezas y debilidades mencionados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados

Dimensión	Punto destacado por turistas nacionales y extranjeros	Observación	Puntos considerados como falencia
Pregunta abierta	El turista internacional muestra interés en conocer el área de alimentos y bebidas de los lugares que visita y el turista nacional prefiere los atractivos naturales.	Se puede trabajar con ambos aspectos mencionados por los encuestados para el desarrollo de turismo gastronómico.	Los turistas extranjeros consideraron que su motivo de visita a Guayaquil no fue influenciado a la gastronomía.
Motivo de viaje	Entre el 95-97% de los encuestados degusto comida típica durante su visita a Guayaquil.	Este punto muestra que los turistas tienen preferencia por la gastronomía típica sobre otro tipo de ofertas en alimentos.	Aproximadamente el 65% de los encuestados de ambos grupos no tenían conocimiento de donde consumir platos típicos.
Experiencia	Existe interés tanto del turista nacional como el extranjero en consumir gastronomía guayaca debido al enriquecimiento turístico y cultural. El 82% de los encuestados de ambos grupos consideraron que su tuvieron una muy buena experiencia al punto de replicar lo que consumieron en sus lugares de residencia.	La gastronomía crea esa experiencia en el turista de que se ha enriquecido culturalmente Este punto evidencia que la gastronomía de Guayaquil puede llegar a crear experiencias a tal punto que quienes la consumen quieran replicarla.	

Calidad de los servicios	El 79 % de los encuestados de ambos grupos consideraron que se les brindo un buen servicio y que los locales estaban limpios, ordenados y que la presentación de los platos fue buena.	Es importante que se siga trabajando en este punto para llegar al menos al 90%.	El 42% de los encuestados de ambos grupos no lo conocían siendo lo turistas extranjeros los de mayor desconocimiento.
Información, feria, mercados y huecas	Después de su experiencia ambos grupos consideraron que es factible realizar turismo gastronómico en Guayaquil y que sería una de las razones para regresar a Guayaquil.	Los resultados muestran un grado de aceptación del 91-95% de aceptación, lo que muestra un alto grado de aceptación.	No conocen agencias de viajes que promocionen turismo gastronómico en Guayaquil El 65% de los encuestados de ambos grupos no tenían conocimiento de donde consumir platos típicos ni de los platos típicos que podrían consumir.

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros encuestados

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

3.3.2 Descripción del panel de experto.

Tabla 10 Puntos expuestos en el panel de experto

Expertos en turismo	Puntos que destacaron los expertos en Turismo	Expertos en gastronomía	Puntos que destacaron los expertos en gastronomía	Puntos de coincidencia en cuanto a falencia
Mgs. Holbach Muñeton Z. Presidente Federación de Cámaras de Turismo del Ecuador y del Guayas	La gastronomía es un atractivo turístico muy poco aprovechado, pero con un gran potencial. Por ende, se los debe tomar en cuenta y fortalecerlo. La gastronomía, la cultura culinaria y el turismo son 3 componentes que no pueden estar desvinculados el uno del otro.	Chef Santiago Granda León. Director de La Escuela de los Chef y miembro de la Cámara de Turismo del Guayas.	La gastronómico es una forma en la que Guayaquil muestra su historia y su estilo de vida al mundo. Convirtiendo a estos componentes en un atractivo para quienes no viven en ella. La gastronomía afianza la identidad cultural de los guayaquileños y crea una apropiación de esta, así como el interés de mostrar a los demás su cultura.	El trabajo en conjunto de entidades: públicas y privadas. El impedimento es la existencia desacuerdo de cualquier índole que ocasiona que cada institución trabaje por su lado. Los expertos consideran el aporte de la academia es indispensable para el desarrollo de esta.
Dra. Beatriz Loor. Directora de proyectos CAPTUR Guayas.	La gastronomía de Guayaquil crea experiencias para quienes la consumen. La experiencia del turismo gastronómico es el despunte para trabajar en una falencia que tiene	Docente y chef profesional de La Escuela de los Chef.	Preservar los conocimientos culinarios tradicionales es importante ya que ver las raíces gastronómicas permite el desarrollo a futuro de un pueblo. Trabajar con el sector académico significa desarrollo turístico y cultural ya que es un enlace de apropiación cultural en las nuevas generaciones.	No existe un registro o inventario oficial de la gastronomía guayaquileña.

MSc. Dolores Mieles Cevallos.	el turismo del país, que es el retorno de los turistas.	
Directora de carrera de Turismo Universidad Estatal de Milagro.	<p>El turismo gastronómico se debe aplicar no solo en Guayaquil sino también en todo el país.</p> <p>Fortalecer el turismo gastronómico engloba también fortalecer la cultura e identidad de Guayaquil.</p> <p>La gastronomía es un importante atractivo turístico de Guayaquil, pero no es promocionado como es debido.</p>	<p>Los profesionales en graduados en gastronomía deben estar preparados en tradiciones e innovaciones de la gastronomía de Guayaquil.</p> <p>Es importante sostener las huecas, ya que estos negocios familiares fortalecen culturalmente a la ciudad.</p>

Fuente: Panel de expertos en turismo y gastronomía

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

3.3.3 Discusión de resultados de encuestas y panel de expertos.

Al examinar los resultados de las encuestas y del panel de experto se puede mencionar que existe una correlación entre lo que mencionaron los expertos y los encuestados. Se puede mencionar que la gastronomía de Guayaquil es un gran potencial para el desarrollo turístico y cultural de Guayaquil. En los resultados de la encuesta se pudo observar que existe correlación entre: gastronomía, cultura y experiencia turística. Este punto reafirma lo mencionado por los expertos en cuanto a que: la gastronomía, el turismo y la cultura está estrechamente vinculados.

El aspecto mencionado anteriormente es sustancial, ya que trabaja en dos puntos mencionados tanto por los expertos y encuestados. Primero el interés por parte de los turistas de querer replicar lo que degustaron en sus lugares de residencia, lo que tiene un efecto cadena y abre la posibilidad de que otras personas quieran visitar Guayaquil.

Como puntos dos, de acuerdo con el panel de experto en turismo uno de los problemas que enfrenta el turismo no solo de Guayaquil sino también del país es que hecho de que los turistas visitan Guayaquil solo una vez y no vuelven. De acuerdo con el panel, el turismo gastronómico es una de fuente que puede dar solución a este problema, por el hecho de que la gastronomía “crea experiencias y se vive con los sentidos”.

Las experiencias y las vivencias basadas en los sentidos juegan un papel importante en la psicología de los turistas lo que provoca que quieran volver a vivir o recrear una experiencia previa. Este punto es sustentado por lo expuesto en las

encuestas por parte de los turistas nacionales y extranjeros que en su mayoría consideraron que volverían a visitar la ciudad para degustar su gastronomía y enriquecerse culturalmente.

En cuanto a la preferencia de los turistas nacionales por los atractivos naturales y la preferencia de los turistas extranjeros por el área de alimentos y bebidas. Uno de los expertos en gastronomía con respecto a este punto menciona que se puede tomar a favor este aspecto, ya que el turismo gastronómico tiene tres aspectos que se pueden desarrollar:

- » Turismo gastronómico de producción: Conocer la denominación de origen de los productos que componen la gastronomía tradicional.
- » Turismo gastronómico de comida tradicional: La cocina tradicional en sí, consumida en restaurantes o huecas.
- » Turismo gastronómico de innovación: La cocina tradicional pero que adicionan originalidad y creatividad, usando como base los productos de la zona.

En base a lo mencionado y por lo expuesto en los modelos de esta investigación es factible trabajar con los tres aspectos del turismo gastronómico, el turismo gastronómico de producción puede compensar el interés de los turistas nacionales por los atractivos culturales usando como base la gastronomía y en caso de los turistas nacionales el turismo de comida tradicional y de innovación permitiría a los turistas nacionales e internacionales nuevas experiencias y valorar los productos nacionales.

Otro punto de discusión es lo expuesto por los encuestados al mencionar que no conocen de eventos gastronómicos, información gastronómica ni de agencias de

viajes de viaje que promocionen el turismo gastronómico. Este punto concuerda con lo mencionado por uno de los expertos en turismo, quien menciona que la gastronomía que es un punto de desarrollo turístico que no es promocionada.

3.3.4 Aspectos históricos de la gastronomía Guayaquileña.

A continuación, se presentará una recopilación de aspectos históricos de la gastronomía de Guayaquil, donde se detallará:

- » Años que data la mención de la preparación.
- » Método de cocción.
- » Aspectos históricos.
- » Producto.
- » Aspecto histórico específico del producto.
- » Descripción e ingredientes.

Esta recopilación se la llevo a cabo por medio de la búsqueda de material bibliográfico e indagaciones en el INPC y Ministerio de Cultura. El propósito de esta recopilación es tener una antesala de datos que entidades públicas y privadas pueden tener en cuenta para un futuro inventario del patrimonio gastronómico de Guayaquil.

La recopilación de estos datos históricos evidencia que la gastronomía de Guayaquil está llena de historia y cultura alimentaria y que implementación de turismo gastronómico en Guayaquil sería una fuente de desarrollo cultural para los turistas que visitan la ciudad y un medio por la cual los guayaquileños creen un empoderamiento de identidad cultural alimentaria. A continuación, en anexo 5 se

detallan algunos aspectos de la gastronomía de Guayaquil que han ido de generación en generación.

Tabla 11 Base de la gastronomía de Guayaquil

ESPECIAS BASE DE LA GASTRONOMÍA DE GUAYAQUIL	
Descripción	Principales especias usados
Las especias o como se conoce en Guayaquil condimentos que se usan son productos introducidos por los españoles durante la época de la conquista y que son originarias del lejano Oriente. (Estrada, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> » Comino. » orégano. » Pimienta picante. » Pimienta de olor. » Clavo de olor
AROMAS BASE DE LA GASTRONOMÍA DE GUAYAQUIL	
Descripción	Principales aromatizantes usados
Las hierbas aromáticas aportan sabor tradicional de la gastronomía guayaca, al igual que los condimentos fueron introducidos por los españoles durante la conquista. (Estrada, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> » Cilantro o culantro (conocido en Guayaquil como Yerbita) » Perejil. » Albahaca. » Orégano fresco. » Laurel. » Hierbabuena. » Canela.
ADOBO BASE DE LA GASTRONOMÍA DE GUAYAQUIL	
Descripción	Principales aromatizantes usados
Aliño. - Es una preparación a base de ajos pelados, comino molino previamente tostado, pimienta y sal. Tradicionalmente esta mezcla se elabora en un metate (piedra de molar). Esta mezcla tradicional se usa para adobar carnes, pescados, y en la preparación de refrito. (Estrada, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> » Ajo. » Comino. » Pimienta picante. » Sal.
SOFRITO BASE DE LA GASTRONOMÍA DE GUAYAQUIL	
Descripción	Principales aromatizantes usados
También conocido como sofrito. Esta preparación es la base de varias preparaciones típicas de la gastronomía guayaquileña. Es una preparación que se compone de aliño, achiote y vegetales como: tomate, cebolla, pimienta cortados finamente, que se cocinan a fuego lento en una sartén pequeña o una olla.	<ul style="list-style-type: none"> » Cebolla colorada (paiteña). » Tomate. » Pimiento » Aliño. » Achiote.

Fuente: Estrada, J. (2013). Sabores de mi Tierra

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

3.3.5 Propuesta metodológica: Guayaquil: turismo, sabores y saberes.

Luego del análisis de los resultados obtenidos en la investigación y de comprobar que existe correlación entre la gastronomía con el desarrollo del turismo y cultural de los turistas que visitan Guayaquil. Por ende, se propone una metodología para el desarrollo gastronómico, turístico y cultural de Guayaquil que contribuya a la planificación del turismo gastronómico.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, a esta propuesta se la denominara: “Guayaquil: turismo, sabores y saberes”. Esta propuesta estará determinada en tres fases como se muestra en las ilustraciones 15-17, donde los agentes gubernamentales juegan un papel esencial para el desarrollo metodológico.

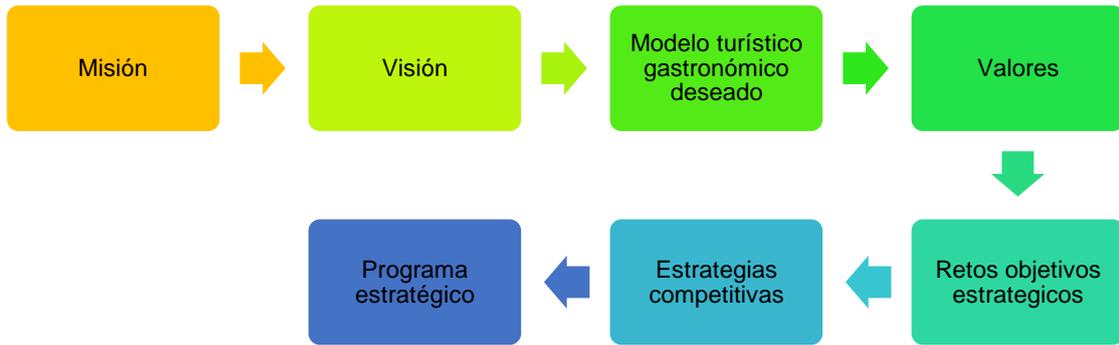
Ilustración 15 Fase I: Análisis y diagnóstico de la situación actual



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT); Basque Culinary Center. (2019)

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

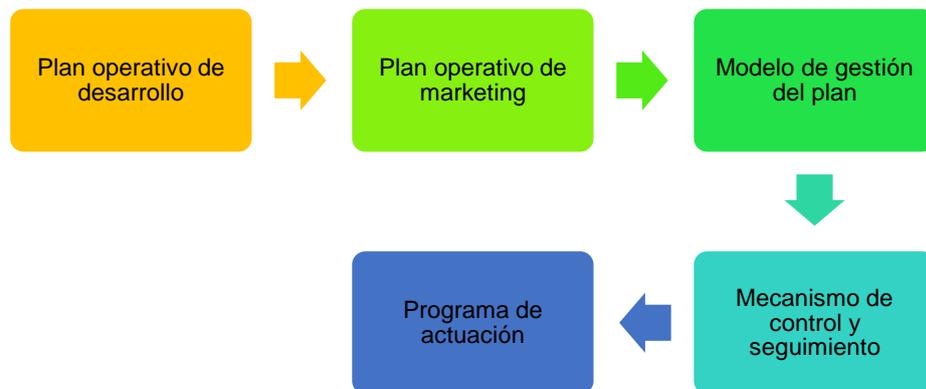
Ilustración 16 Fase II: Formulación de Estratégica del Plan



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT); Basque Culinary Center. (2019)

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Ilustración 17 Fase III: Planificación Operativa.



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT); Basque Culinary Center. (2019)

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Como se mencionó, esta propuesta metodológica tiene varios actores y aspectos a tomar en cuenta, siendo los agentes gubernamentales y privados los actores de mayor protagonismo. En el caso de los detalles metodológico a tomar en cuenta, en las tres fases, las más relevantes se encuentran en la Fase I ya que en esta

fase está el análisis y diagnóstico de la situación actual y existen varios aspectos que se deben resaltar, los cuales se exponen en la tabla 13. El fin es que estos aspectos se tomen en cuenta para de la planificación de esta propuesta metodológica en futuras investigaciones.

Tabla 12 Detalles de la propuesta metodológica para el desarrollo gastronómico, turístico y cultural de Guayaquil

Detalles metodológicos para el desarrollo gastronómico, turístico y cultural de Guayaquil		
Actividad	Subproducto relacionado	Detalle metodológico
Inventario y evaluación de todos los recursos gastronómicos	Trabajo colaborativo entre entidades públicas, privadas y de educación superior.	<p>Proposición de las entidades públicas con las que se debería trabajar: Gobierno Autónomo Descentralizado quien deberá presidir el trabajo en equipo, Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura e Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.</p> <p>Proposición de las entidades de educación superior con las que se debería trabajar: Universidades con carreras con carreras de gastronomía o afines, Universidades con carreras de turismo o afines, Tecnológicos de gastronomía y Escuelas de gastronomía.</p>
Identificación de agentes que forman parte del modelo turístico gastronómico	Trabajo colaborativo entre entidades públicas, privadas y de educación superior.	<p>Proposición de las entidades públicas con las que se debería trabajar: Gobierno Autónomo Descentralizado quien deberá presidir el trabajo en equipo, Ministerio de Turismo, Prefectura del Guayas, Ministerio de Cultura e Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.</p> <p>Proposición de las entidades privadas con las que se debería trabajar: Cámara del Turismo de Guayas, Empresas de turismo tales como: hoteles, restaurantes, bares, entre otros y Productores de alimentos.</p> <p>Proposición de las entidades de educación superior con las que se debería trabajar: Universidades con carreras con carreras de gastronomía o afines, Universidades con carreras de turismo o afines, Tecnológicos de gastronomía y Escuelas de gastronomía.</p>
Identificación de los productos, enclaves y espacios de turismo	Espacios de interés y asociaciones	<p>Proposición de los productos con los que se debería trabajar en cuanto a turismo gastronómico: banano, Mariscos (camarón, cangrejo, pulpo, calamar, ostiones, entre otros), pescado (atún, albacora, corvina, entre otros), cacao, yuca, arroz.</p> <p>Proposición de los espacios de interés gastronómicos con los que se debería trabajar en cuanto a turismo gastronómico: Mercado de Sauces IX, Mercado Caraguay y Mercado central de Guayaquil.</p>

gastronómico de especial valor		Proposición de enclaves con los que se debería trabajar en cuanto a turismo gastronómico: Asociación de pescadores cangrejeros artesanales, camaroneros, ganaderos, bananeros, cacaoteros, arroceros, cañicultores.
Análisis de la demanda real y potencial de turismo gastronómico	Cantones y países que más visitan Guayaquil	Proposición para determinar la potencial demanda interna para turismo gastronómico en Guayaquil: Procedencia de posible demanda a nivel nacional: Durán, Daule, Quito, Samborondón y Cuenca Proposición para determinar la potencial demanda internacional para turismo gastronómico en Guayaquil: EE. UU, España, Chile, Colombia, Italia

Fuente: Recopilación de varias fuentes

Elaborado por: Jael Zambrano Miele

CONCLUSIONES

Como resultado de la presente investigación podemos sacar las siguientes conclusiones:

1. Tomando como base el indicador experiencia, se propuso una metodología compuesta de tres fases, donde se analice y diagnostique la situación actual del patrimonio gastronómico, se formulen estrategias y se realice una planificación operativa, estas fases son esenciales para el desarrollo del turismo gastronómico de Guayaquil.
2. Se demostró también, que los aspectos históricos de la gastronomía de Guayaquil son elementos que contribuyen al desarrollo turístico y cultural de la ciudad. Por medio de la investigación se estableció lo siguiente: año que se menciona la preparación por primera vez de los platos típicos de Guayaquil, métodos de cocción, aspectos históricos de su origen y los ingredientes con los que se elabora.
3. El criterio de expertos sobre la gastronomía como marca de destino y la percepción de turistas acerca del potencial gastronómico en la ciudad de Guayaquil, dio como resultado que la gastronomía es una tendencia poco utilizada para el desarrollo turístico de Guayaquil. Además de destacar la importancia de crear experiencias y vivencias por medio de la gastronomía que además de desarrollar el turismo, también promueve el desarrollo cultural.
4. Con respecto a la percepción de los turistas sobre el potencial gastronómico de Guayaquil, los resultados de las encuestas confirmaron lo expuesto por el panel de experto. Se demostrando que la degustación de los platos típicos de manera original, su degustación y la calidad tanto de ingredientes como del servicio, están estrechamente ligados con la experiencia que los turistas desean tener por medio de la gastronomía.

5. Se definieron las siguientes actividades las cuales deben ser consideradas para el desarrollo del turismo gastronómico en Guayaquil: a) el inventario del patrimonio gastronómico de la ciudad, b) los agentes que se deben considerar para que formen parte del modelo turístico gastronómico, c) los productos enclaves, d) espacios de especial valor y e) demanda real del turismo gastronómico. Las actividades mencionadas anteriormente son motivo de futuros trabajos de investigación relacionado a este tema.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con lo expuesto en esta investigación, se recomienda lo siguiente:

1. Realizar el levantamiento de información en la que trabajen en conjunto empresas: públicas, privadas e instituciones de educación superior y que se registre el patrimonio gastronómico de Guayaquil.
2. La aplicación de la propuesta metodológica: Guayaquil, sabores y saberes por parte de la municipalidad en donde también trabajen colaborativamente otras instituciones públicas. Además de empresas privadas e instituciones de educación superior.

Bibliografía

- Alcaldía de Guayaquil. (01 de Julio de 2014). Feria gastronómica internaciona Raices. Obtenido de <https://www.raicesecuador.com/>
- Alonso Sobrado, D. (2017). El análisis de la construcción de la identidad cultural de Sevilla a través del turismo gastronómico: estudio desde una perspectiva de género. Sevilla.
- Banco Central del Ecuador. (01 de febrero de 2020). Información Estadística Mensual No. 2017 - Marzo 2020. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Benítez Silva, V. (Octubre de 2017). Turismo gastronómico, los alimentos tradicionales como producto cultural: el caso de Aculco de Espinoza, México. Toluca, México.
- Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la investigación. Colombia: Pearson.
- Boutaud, e.-J., Becut, A., & Marinescu, A. (2016). Food and culture. Cultural patterns and practices related to food in everyday life. Introduction. *International Review of Social Research*, 1-3.
- Brillat-Savarin, J. A. (1828). *Physiologie du goût, ou, Méditations de gastronomie*. Paris: Deuriéme.
- Castellón Valdez, L. M., & Fontecha Fontecha, J. (2017). La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. *Turismo y Sociedad*, 167-193.
- Clemente Ricolfe, J. S., Roig Merino, B., Valencia Marzo, S., Rabadán Ferrandis, M. T., & Martínez Rodríguez, C. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado . *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 189-198.

- Cloninger, S. (2003). Teorías de la personalidad. Mexico: Pearson Education.
- Economía simple.net. (07 de Noviembre de 2017). Economía simple.net. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/materia-prima>
- El Universo. (1887). El cocinero práctico: Manual completo para la preparación de toda clase de guisos, sopas, caldos, fritos y carnes, pastas, dulces, helados y bebidas, arregladas a la cocina nacional. El Universo.
- El Universo. (1887). El cocinero práctico: Manual completo para la preparación de toda clase de guisos, sopas, caldos, fritos y carnes, pastas, dulces, helados y bebidas, arregladas a la cocina nacional. Guayaquil: El Universo. Obtenido de <http://biblioteca.culturaypatrimonio.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=238036>
- El Universo. (8 de octubre de 2018). Historia con sabor: Guatita. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/10/08/nota/6987203/historia-sabor-guatita>
- Empresa Pública de Turismo de Guayaquil. (2014). Raíces, de donde nacen los sabores del Ecuador. Obtenido de <http://www.raicesecuador.com/wp-content/uploads/2016/05/libro-raices-2014.pdf>
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 192-213.
- Estrada, J. (2013). Sabores de mi tierra. Historia y tradiciones de la mesa guayaquileña. Guayaquil.
- Fernández García, Y. M., García Pérez, J. M., Romero Ayala, R. A., & Fernández González, J. J. (Junio de 2010). PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/898/Desarrollo%20Cultural.htm>

- Fischler, C. (1995). El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Anagrama.
- Gisolf, M. (07 de Febrero de 2014). Turismo en Teoría. Obtenido de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Güemes Ricalde, F. J., & Ramírez Cordero, B. (2012). Identidad en la gastronomía de la frontera México-Belice ¿Producto turístico? El Periplo Sustentable, 103-144.
- Hablemos de cultura. (1 de Diciembre de 2017). Comida ecuatoriana: historia, recetas, de la sierra y más. Obtenido de <https://hablemosdeculturas.com/comida-ecuatoriana/>
- Hernández Rojas, R. D., & Dancausa Millán, M. G. (2018). TURISMO GASTRONÓMICO La gastronomía tradicional de Córdoba (España). Estudios y Perspectivas en Turismo, 413-430.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. Mexico: McGRAW-HILL.
- Huete Nieves, R., & Mazón Martínez, T. (Enero de 2009). Turistas que llegan para quedarse.
- Instituto Superior de Artes Culinarias. (2017). Guayaquil a Fuego Lento. Cocina, identidad y cultura. Guayaquil: Poligrafica.
- Kesimoğlu, A. (2015). A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive. Hospitality & Society, 71-92.
- Kesimoğlu, A. (2015). A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive. Hospitality & Society, 71-92.
- López Guzmán, T., & Margarida Jesus, M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. Tourism & Management Studies, 929-922.

López Guzmán, T., & Sánchez Cañizares, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *Turismo y Patrimonio Cultural*, 575-584.

Mercado del Río. (01 de Enero de 2019). Mercado del Río. Obtenido de <https://mercadodelrio.com.ec/acerca-de-nosotros/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (12 de Junio de 2017). Patrimonio Alimentario del Ecuador. Obtenido de http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/P%C3%A1gina_principal

Ministerio de Turismo. (marzo de 2018). Mapa gastronómico del Ecuador: 24 provincias de sabor y cultura. Obtenido de <https://ecuador.travel/wp-content/uploads/2018/10/mapa-gastronomico-del-ecuador.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). Turismo en cifras- Establecimientos registrados. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

Ministerio de Turismo. (2019). Plan Nacional de Turismo 2030. Quito, Ecuador.

Ministerio de Turismo. (01 de Enero de 2020). Gastronomía. Obtenido de <https://ecuador.travel/es/actividades/gastronomia/>

Ministerio de Turismo. (2020). Llegadas y Salidas Internacionales en Ecuador. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (01 de Diciembre de 2018). Cuenta Satélite de Turismo. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-20-08-01/cuenta-satelite-de-turismo>

- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). Movimientos Internos: GEOVIT. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). Movimientos Internacionales. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- Miranda, M. (2016). Especial de Gastronomía Ecuatoriana: Receta de la identidad. Vistazo.
- Mitchell, R. D., & Colin, M. H. (2006). Wine Tourism Research: The State of Play. *Tourism Review International*, 307-332.
- Montenegro, A. (2016). Cocina tradicional Ecuatoriana. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5933/1/129102.pdf>
- Morales A, R., & Gómez Roja, V. (2006). Gastronomía típica margariteña como atractivo turístico del municipio Antolín del Campo. Estado Nueva Esparta. *Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 255-269.
- Morgan, J. (2010). Creación Culinaria. Zaragoza: Acribia S.A.
- Oliveira, S. (2007). LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO. Un ejemplo de Mealhada – Portuga. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 261-280.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2013). Oficina de la UNESCO en México. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/intangible-heritage/>
- Organización Mundial del Turismo (OMT); Basque Culinary Center. (14 de Mayo de 2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. Madrid. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>

- Organización Mundial del Turismo. (27 de Mayo de 2019). UNWTO. Obtenido de
Gastronomy Tourism- The case of Japan: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420919>
- Organización Mundial del Turismo. (01 de Enero de 2020). ONWTO. Obtenido de
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo; Basque Culinary Center. (14 de Mayo de 2019).
Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. Madrid. Obtenido de
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- Pearce, D. (1988). DESARROLLO TURÍSTICO. SU PLANIFICACIÓN Y
UBICACIÓN GEOGRÁFICAS. Mexico: Trillas.
- Romero Cevallos, R. (2005). UNESDOC. Obtenido de ¿CULTURA Y
DESARROLLO? ¿DESARROLLO Y CULTURA?:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000144076>
- Saltos Paladines, G. (2018). Identificación de la gastronomía ancestral en la mejorar
sostenible. Obtenido de
<https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1112/1/ULEAM-HT-0014.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Plan Nacional de Desarrollo
2017-2021 Toda una Vida. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Šormaz, U., Akmese, H., Eda, G., & Sercan, A. (2016). Gastronomy in Tourism.
Procedia Economics and Finance, 39, 725-730.
- Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism.
Procedia Economics and Finance , 725-730.

- Sosa Arguez, L. I., & Silvestre Campos, M. A. (2018). Evaluación de la calidad de los servicios turísticos gastronómico en los establecimientos de alimentos y bebidas de comida tradicional regional Colimota en Manzanillo, colima. *El Periplo Sustentable*, 151-179.
- Tejo, D. (1 de Junio de 2016). La nueva pirámide de Maslow: el cambio en las necesidades básicas en el siglo XXI y su influencia en el lifestyle actual.
- Unigarro, C. (2015). Sistemas alimentarios y patrimonio alimentario. *Transculturaciones en el caso ecuatoriano. Antropología Cuadernos de Investigación*, 21-34.
- Universitat de Barcelona. (2019). MANIFIESTO “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”. Barcelona.
- Valls, J.-F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Madrid: Gestión 2000.
- Viñals Blasco, M. J., & García, A. B. (1999). *Turismo en espacios naturales y rurales*. España: Universidad Politécnica de Valencia, Servicio de Publicaciones.
- Wendhausen, R. K., & Bahls, Á. A. (2016). La gastronomía como factor que influye en la elección de los destinos turísticos - baños Camboriú base de estudio (SC-Brasil). *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 433-445.

ANEXOS

Anexo 1. Unidad de análisis, población y muestra

TEMA: GASTRONOMÍA COMO FUENTE DE DESARROLLO TURÍSTICO Y CULTURAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	DATOS/POBLACIÓN	TIPO DE MUESTREO	CALCULO DE LA MUESTRA
Datos estadísticos relacionado al turismo y al área de alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"> » Porcentaje de Turistas que ingresan a Guayaquil. » Establecimiento de alimentos y bebidas de Guayaquil. » Cifras por ingresos de alimentos y bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> » No probabilística. 	
Turistas nacionales y extranjeros	<p>De 14,264,960 turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Guayaquil según el Ministerio de Turismo y Observatorio de Turismo Guayaquil durante el 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> » 13,311,584 fueron turistas nacionales. » 953,376 fueron turistas extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> » Probabilística: Aleatoria simple 	<p>La muestra consta de 327 turistas nacionales y extranjeros. De los cuales se le realizara la encuesta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 305 turistas nacionales. • 22 turistas extranjeros.
Expertos gastronómicos de entidades públicas y privadas de Guayaquil	<p>Se realizará un panel de expertos donde se invitará a 4 profesionales a exponer sus puntos de vistas sobre el turismo gastronómico.</p> <p>De estos expertos 3 ellos serán profesionales en turismo y 2 en gastronomía</p>	<ul style="list-style-type: none"> » No probabilística. 	

Fuente: Propia

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

TEMA: GASTRONOMÍA COMO FUENTE DE DESARROLLO TURÍSTICO Y CULTURAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL							
OBJETIVO GENERAL: Proponer una metodología que permita a la gastronomía ser una fuente de desarrollo turístico y cultural, que enriquezca la experiencia de los turistas de la ciudad de Guayaquil.							
OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	ITEM
Objetivo específico 1: Establecer los aspectos históricos y técnicas culinarias tradicionales de la gastronomía guayaquileña, que contribuyan al desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil.	Gastronomía	Elemento intangible de la cultura de un espacio geográfico determinado que permite conocer los hábitos y estilos de vida de una comunidad a través de la comida.	Contexto alimentario	1. Ingredientes	» Libros. » Artículos de periódicos. » Artículos científicos. » Páginas web oficiales sobre turismo gastronómico.	» Recolección de datos bibliográficos	» Principales platos de la gastronomía tradicional de Guayaquil
				2. Recetas			» Principales ingredientes usados dentro de la gastronomía tradicional de Guayaquil
				3. Técnicas			» Recetas tradicionales de los principales platos típicos de Guayaquil
				4. Degustación.			» Técnicas culinarias usadas en la preparación de la gastronomía tradicional de Guayaquil
	Desarrollo turístico y cultural	Concentración de actividades culturales que impulsen el turismo que contribuyan a promover mayores niveles calidad de vida.	Turismo	5. Establecimiento de alimentos y bebidas de Guayaquil.	» Banco Central del Ecuador. » Base de datos de Ministerio de Turismo	▪ Estadístico: » Base de datos de los últimos 3 años	» Forma en la que se degusta la gastronomía tradicional de Guayaquil
				6. Cifras por ingresos de alimentos y bebidas.			» La gastronomía fue uno de los aspectos determinantes en su decisión de visitar la ciudad de Guayaquil
Objetivo específico 2: Conocer el criterio de expertos sobre la gastronomía			Percepción de turistas sobre turismo gastronómico	7. Motivo de viaje	» Turistas que consumieron comida típica Turistas que consumieron comida típica	▪ Campo » Encuestas.	» Degustó platos típicos de la ciudad de Guayaquil durante su visita.
				8. Experiencia			

como marca de destino y la percepción de turistas acerca del potencial gastronómico en la ciudad de Guayaquil.

Objetivo específico 3: Definir las consideraciones que se deben tomar en cuenta para que la gastronomía sea una fuente de desarrollo turístico y cultural en la ciudad de Guayaquil.

					<ul style="list-style-type: none"> » La degustación del plato típico en Guayaquil llenó sus expectativas » Las imágenes o descripciones en el menú son determinantes para la selección de platos típicos. » Degustar platos típicos sin alteraciones en su receta tradicional, enriquece experiencia turística. » La gastronomía típica de Guayaquil enriquece su experiencia cultural. » Trataría de replicar uno de los platos típicos consumidos en la ciudad de Guayaquil en el lugar de su residencia
9. Calidad servicio	del	Turistas consumieron comida típica	que	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campo Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> » El trato del personal en los diferentes establecimientos donde usted consumió gastronomía tradicional fue cordial » Estaban limpios y ordenados los establecimientos donde consumió los alimentos » La presentación de los platos típicos es relevante al momento de consumirlos
10. Información, ferias, mercados y huecas	y	Turistas consumieron comida típica	que	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campo Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> » ¿Recibió información de los lugares y platos típicos que podría consumir en Guayaquil? » ¿Conoce algún evento gastronómico (ferias, exhibiciones, entre otros), que realice en la ciudad de Guayaquil? » ¿Conoce los mercados y huecas que ofertan gastronomía de Guayaquil?

Percepción de los expertos sobre la cultura gastronómica	11. Turismo gastronómico	» Definición de experto	<ul style="list-style-type: none"> » ¿Conoce de agencias de viaje que oferten turismo gastronómico en Guayaquil? » Tomando en cuenta su experiencia gastronómica en la ciudad de Guayaquil. ¿Cree usted que es factible realizar turismo gastronómico en Guayaquil? » Desde su perspectiva como experto en el tema. ¿Cómo definiría turismo gastronómico? » ¿De qué forma la gastronomía de la ciudad de Guayaquil puede ser una fuente de desarrollo turístico y cultural de Guayaquil? » ¿Conoce usted si el patrimonio gastronómico de la ciudad de Guayaquil está correctamente inventariado para que sirva a la creación de ofertas relacionadas al turismo gastronómico? » ¿Por qué cree usted importante perseverar conocimientos tradicionales culinarios de Guayaquil y usarlos como atractivos turísticos? » ¿Qué metodología considera usted que se deben emplear para el desarrollo del turismo y cultural de la gastronomía de la ciudad de Guayaquil?
		» Desarrollo	
		» Inventario	
		» Relevancia de los conocimientos tradicionales culinarios	
		» Métodos para el turismo gastronómico	

Fuente: Propia

Elaborado por: Jael Zambrano Mieles

Anexo 3. Modelo de encuesta para turistas nacionales y extranjeros

CUESTIONARIO

El presente instrumento tiene como finalidad recolectar información sobre La Gastronomía como fuente de desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil, para determinar la percepción de expertos y turistas sobre la gastronomía como una marca de destino y valores culturales de la ciudad de Guayaquil.

Tipo de turista			
Nacional	<input type="checkbox"/>	Extranjero	<input type="checkbox"/>

Su opinión es importante, la información aquí recopilada será manejada con absoluta confidencialidad y permitirá conocer sus valoraciones en cuanto a: motivo de viaje, experiencia, calidad de los servicios, productos gastronómicos tomando como base el turismo gastronómico.

¿Cuál de los siguientes factores considera más importante al momento de escoger un destino turístico?

<input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/> Atractivos naturales
<input type="checkbox"/> Atractivos culturales	<input type="checkbox"/> Alojamiento

Por favor, califique su grado de satisfacción siendo el 1 la expresión de la mínima satisfacción y el 5 la máxima, marcar con una X según su opinión a cada ítem siguiendo el ejemplo a continuación:

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo

MOTIVO DE VIAJE						
N°	ÍTEMS	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
1	La gastronomía fue uno de los aspectos determinantes en su decisión de visitar la ciudad de Guayaquil.					
EXPERIENCIA						
2	Degustó platos típicos de la ciudad de Guayaquil durante su visita.	<input type="checkbox"/> SI		<input type="checkbox"/> NO		
N°	ÍTEMS	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
3	La degustación del plato típico en Guayaquil llenó sus expectativas					
4	Las imágenes o descripciones en el menú son determinantes para la selección de platos típicos.					
5	Degustar platos típicos sin alteraciones en su receta tradicional, enriquece experiencia turística.					
6	La gastronomía típica de Guayaquil enriquece su experiencia cultural.					
7	Trataría de replicar uno de los platos típicos consumidos en la ciudad de Guayaquil en el lugar de su residencia					
CALIDAD DE LOS SERVICIOS						
N°	ÍTEMS	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
8	El trato del personal en los diferentes establecimientos donde usted consumió gastronomía tradicional fue cordial					
9	Estaban limpios y ordenados los establecimientos donde consumió los alimentos					
10	La presentación de los platos típicos es relevante al momento de consumirlos					

INFORMACIÓN, FERIAS MERCADOS Y HUECAS						
N°	ÍTEMS	SI		NO		
11	¿Recibió información de los lugares y platos típicos que podría consumir en Guayaquil?	Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		
12	¿Conoce algún evento gastronómico (ferias, exhibiciones, entre otros), que realice en la ciudad de Guayaquil?	Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		
13	¿Conoce los mercados y huecas que ofertan gastronomía de Guayaquil?	Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		
14	¿Conoce de agencias de viaje que oferten turismo gastronómico en Guayaquil?	Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		
INFORMACIÓN, FERIAS MERCADOS Y HUECAS				ESCALAS		
N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
15	Tomando en cuenta su experiencia gastronómica en la ciudad de Guayaquil. ¿Cree usted que es factible realizar turismo gastronómico en Guayaquil?					

Anexo 4. Modelo de guía de entrevista para panel de experto

GUÍA DE ENTREVISTA

Fecha		Hora	
Ciudad		Lugar	
Entrevistador:			
Entrevistado:			
Nombre:		Cargo:	
Entidad que representa			
Área de especialización	Turismo <input type="checkbox"/>	Gastronomía <input type="checkbox"/>	

Introducción

El presente panel de expertos tiene como finalidad recolectar información sobre La Gastronomía como fuente de desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Guayaquil. Para lo cual se han elegidos expertos en el área de gastronomía y turismo de empresas públicas y privadas para determinar la percepción de expertos sobre la gastronomía como una marca de destino y valores culturales de la ciudad de Guayaquil.

Características

La información recolectada en este panel de expertos será manejada con absoluta confidencialidad y permitirá conocer sus valoraciones en cuanto a: motivo de viaje, experiencia, calidad de los servicios, productos gastronómicos tomando como base el turismo gastronómico. Por favor, de respuesta a las siguientes preguntas tomando su nivel de experiencia en turismo y gastronomía. La entrevista menos de 60 minutos

Preguntas

1. Desde su perspectiva como experto en el tema. ¿Cómo definiría turismo gastronómico?
2. ¿De qué forma la gastronomía de la ciudad de Guayaquil puede ser una fuente de desarrollo turístico?
3. ¿Cómo la gastronomía puede ser una fuente de desarrollo cultural para quienes visiten Guayaquil?
4. ¿Conoce usted si el patrimonio gastronómico de la ciudad de Guayaquil está correctamente inventariado?
5. ¿Cómo el patrimonio gastronómico inventariado puede servir a la creación de ofertas relacionadas al turismo gastronómico?
6. ¿Por qué cree usted que es importante perseverar conocimientos tradicionales culinarios de Guayaquil?
7. Cómo los conocimientos culinarios tradicionales se los puede usar como atractivos turísticos?

Anexo 5. Hoja de vida del panel de experto



Granda León Pablo Santiago

Experiencia

1990-1992

• Ayudante de cocina • Hotel Colon Internacional

1992

Cocinero • Restaurante Mar de Alborán • Málaga, España

1992

Sub chef, cocinero • Restaurante El Mesón del Cid • Madrid, España

1993

• Cocinero • Restaurante El Rusc • La Massana, Andorra

1993

Cocinero • Restaurante Akelarre *** • San Sebastián, España

1994

Jefe de Cocina • Hostería La Cabezuela • El Escorial, España

1995

Jefe de Cocina • Restaurante El Mesón de la Pradera • Quito, Ecuador

1995-1998

Jefe de Cocina • Restaurante El Mesón de la Pradera • Guayaquil, Ecuador

1998-2000

• Sous Chef • Hotel Hilton Colón • Guayaquil, Ecuador

Cargos actuales

Instituto Tecnológico La Escuela de los Chefs
Director General

Festival Gastronómico Raíces - Ecuador
Director Gastronómico

Chaîne des Rotisseurs – Sociedad Mundial de la Gastronomía
Canciller Culinario de Ecuador

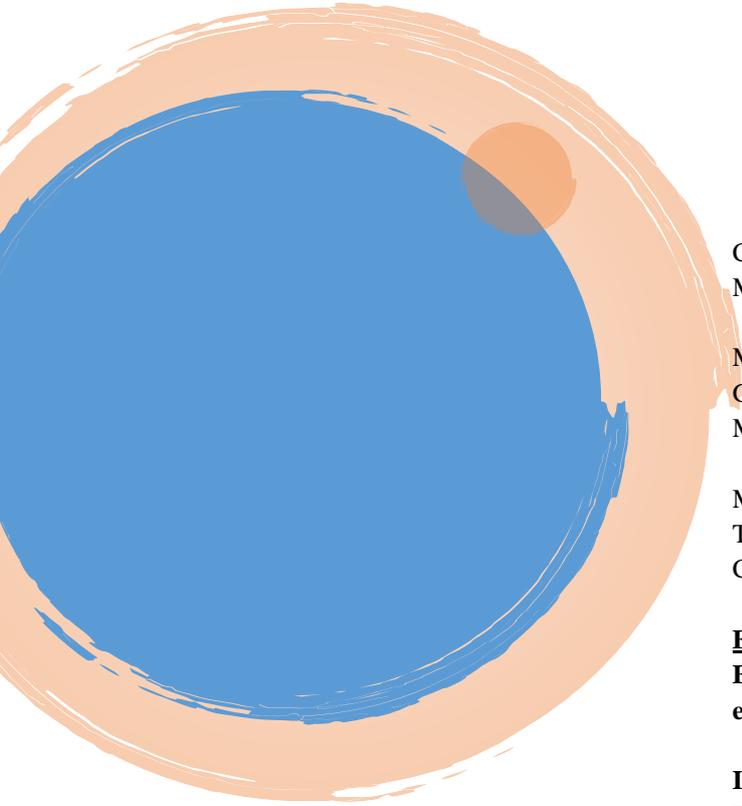
Copa Culinaria del Ecuador - Bocuse d'Or Ecuador
Miembro del Directorio



Guayaquil



[sgranda@laescueladelosc
hefs.edu.ec](mailto:sgranda@laescueladeloscchef.edu.ec)



Cámara de Turismo del Guayas
Miembro del Directorio

Ministerio de Turismo Ecuador - Consejo Consultivo de
Gastronomía
Miembro del Directorio

Municipio de Guayaquil - Empresa Pública Municipal de
Turismo
Coordinador de Proyectos Gastronómicos

Formación

**Escuela Superior de Hostelería de Madrid, Especialización
en Cocina Internacional – 1993**

**IDE, Instituto de Desarrollo Empresarial, Diplomado para
Propietarios de Empresas – 2006**

SETEC, Certificación en Administración de Restaurantes –
2017

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil,
Licenciado en Gastronomía – 2014

Universidad de Barcelona, Magíster en Comunicación
Corporativa – 2017

Publicaciones

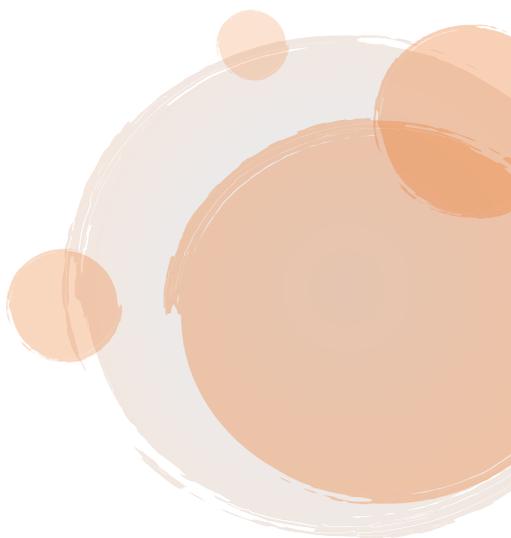
Editor de Gastronomía Revista Clubing – 2002-2006

**Publicaciones de Gastronomía Diario El Universo – 2011-
2015**

Libro Del Pacífico a los Andes – 2016

Libro Guayaquil a Fuego Lento – 2017

Articulista de Gastronomía La Revista Diario El Universo -
Actual





Romero Almeida Manuel Rodrigo

Experiencia

- Asesor en la implementación de centros de producción y consumo en el área de los alimentos.
- Capacitador y tecnificación en general en el área gastronómica
- Chef Instructor CEG
- Director Operativo CEG
- Chef Instructor Escuela de Los Chefs Guayaquil
- Curso de Capacitación Gastronómico Güizhagüiña 2017
- Chef Instructor Instituto Superior de Arte Culinario ISAC
- Chef Instructor La Escuela de los Chef

Formación

**Instituto Tecnológico Superior de Hostelería y Turismo,
Técnico Superior en Administración hotelera – 2008**

SETEC, Preparación de Alimentos y Bebidas – 2017

Publicaciones

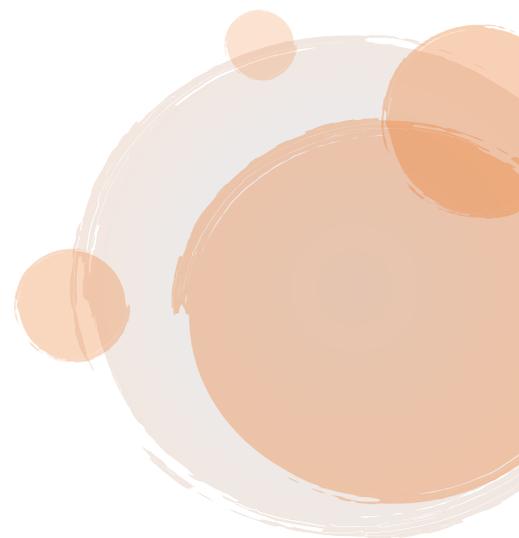
Libro Guayaquil a Fuego Lento – 2017



Guayaquil



mromero@laescueladelos
chefs.edu.ec





Guayaquil

Muñeton Zaporta Holbach Antono

Experiencia

1999- actualidad

- Presidente del HM INTERNATIONAL HOTEL.

2016-2017

- Vicepresidente del Comité Empresarial Ecuatoriano

2010-actualmente

- Presidente Federación Nacional de cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador.

Formación

**Universidad de Guayaquil, Ingeniero Industrial
– 2002**

Diplomado internacional de Evaluación Operacional
y Financiera en Administración Hotelera -2003

**Universidad de Guayaquil, Magister en Sistema
de producción y productividad - 2012**



Mielles Cevallos Dolores Narcisa

Experiencia

1986

• Auxiliar de Contabilidad • Cámara de Pequeña Industrias

1987

• Auxiliar de Contabilidad • Cemento Nacional

1989-1991

• Asistente de contabilidad • Operadora de Turismo SOLYMAR • Galápagos

1991-1992

• Contadora general • Operadora de Turismo SOLYMAR • Galápagos

1993-1998

• Administradora • Hotel SOLYMAR • Galápagos

2000-2004

• Representante y Guía de Turismo • Nouvelle Frontaire • Paris

2005-2017

• Directora carrera de Licenciatura en Turismo • Universidad Estatal de Milagro • Milagro

2004-actualidad

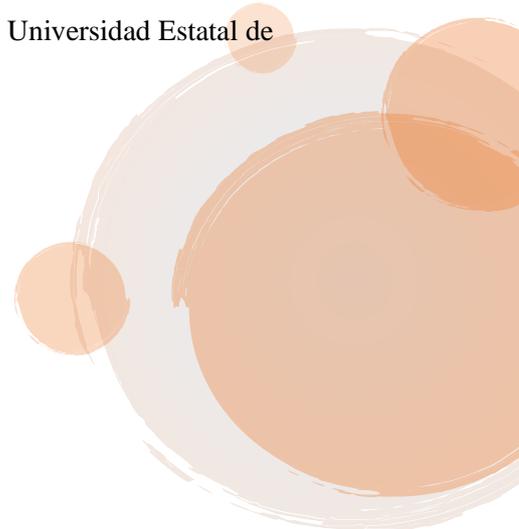
• Docente investigador • Universidad Estatal de Milagro • Milagro

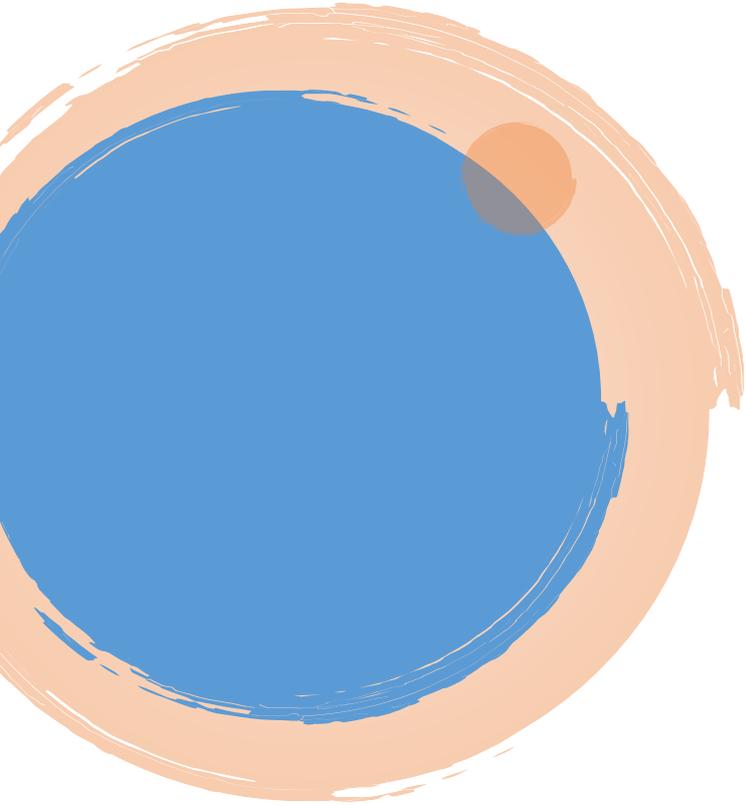


Guayaquil



dmielesc@unemi.edu.ec





2019-actualidad

• Directora carrera de Licenciatura en Turismo modalidad en línea • Universidad Estatal de Milagro • Milagro

Formación

Universidad Estatal de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas, Ingeniera Comercial.

Universidad Estatal de Guayaquil Escuela de Postgrado,
Magíster en Educación Superior e Investigación Educativa.

Maestría en Dirección y Administración de Empresas,
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Instructora calificada por el Ministerio de Relaciones Laborales en los siguientes cursos: Contabilidad aplicada ala turismo, Ventas, Ecoturismo, Proyectos Turísticos, Técnicas de Guianza, Organización de eventos, Cajero, Protocolo y Etiqueta, Administración de empresas Turísticas, Finanzas aplicada al turismo.

FENACAPTUR Certificada como Formador de Formadores en 40 ocupaciones del sector Turístico por la (Federación Nacional de cámaras provinciales de Turismo).

Ministerio de Turismo: curso de aprobación para formadora en competencia laborales en el sector turístico

Maestría en Turismo, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil



Publicaciones

TEMA	INSTITUCIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN/FECHA DE ACEPTACIÓN	Revista/CÓDIGO ISBN Publicación
El Desarrollo del Turismo Sostenible en el siglo XXI	Espol: Escuela Politécnica del Litoral	Oct. 11 del 2013 Oct. 13 del 2013	FENOpina on line
El Turismo Sostenible en Ecuador, como estrategia para el buen vivir	UTEG	Febrero 2014 Por publicar	Revista Indexada "LATINDEX" de Investigación Científica "Ciencia y Tecnología"
Proyecto Productivos Sostenible	Universidad Estatal Amazónica, CIDE	Julio 5 del 2013	ISBN 978-9942-932-08-2 Libro de resúmenes
El Turismo Comunitario enmarcado en el Buen Vivir	CECATERE: Centro de Capacitación Técnica	04 Diciembre 2014	ISBN 978-9942-8547-0-4 Libro de resúmenes
Isla Galápagos: Retos del Desarrollo Turístico	Espol: Escuela Politécnica del Litoral	21 de Enero 2014 3 de febrero 2014	Revista FIMCBOR Libro de Resúmenes
La calidad del destino turístico: Una estrategia para el desarrollo local	Universidad Metropolitana CECATERE: Centro de Capacitación Técnica	Abril 2015 Aprobación Mayo 2015	ISBN 978-9942-8547-1-1 Memorias del 1er Congreso de Desarrollo de Destinos turísticos del Ecuador
Planes de Revitalización cultural	Universidad de Santa Elena Ministerio de Turismo CIDE	Mayo 2015 Aprobación Junio 2015	ISBN 978-9942-21-112-5
Alli shamushka a Ecuador el turismo sostenible como estrategia para el buen vivir	Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) Departamento de Turismo/DepTur, Instituto de Ciências Humanas Juiz de Fora, Minas Gerais (MG) / Brasil. CEP.: 36036-330. ISSN 2238-2925	Recebido em 06 de setembro de 2015. Aprovado, em sua versão final, em 11 de setembro de 2015.	ISSN 2238-2925
Libro: Administración de la planta Turística y el Desarrollo del Turismo Sostenible	Unemi-Editorial Holguín	Abril-2017	ISBN 978-9942-969-85-9



Loor Ávila Beatriz Annabell

Experiencia

- Directora de Proyectos de la Cámara de Turismo del Guayas. CAPTUR GUAYAS
- Representante de la mesa de competitividad del Ministerio de Turismo MINTUR de Turismo del Ecuador FENACAPTUR.
- Integrante de la propuesta “Turismo Educativo” ante el COVID 19
MINTUR/CAPTUR/FENACAPTUR.
- Directora de proyectos de empoderamiento y emprendimiento femenino/proyectos de consultoría comunitaria.
- Conductora de Radio Águila 1150 AM
Programa: SIXSIGMA DEL TURISMO
Ing. Holbach Muñetón
- Docente de Estrategias de Comunicación, Técnicas de Expresión oral y escrita, Estrategias Comerciales, Lenguaje en la Carrera de Comercio de la Facultad de Especialidades Empresariales, 2013 – 2019.



Guayaquil



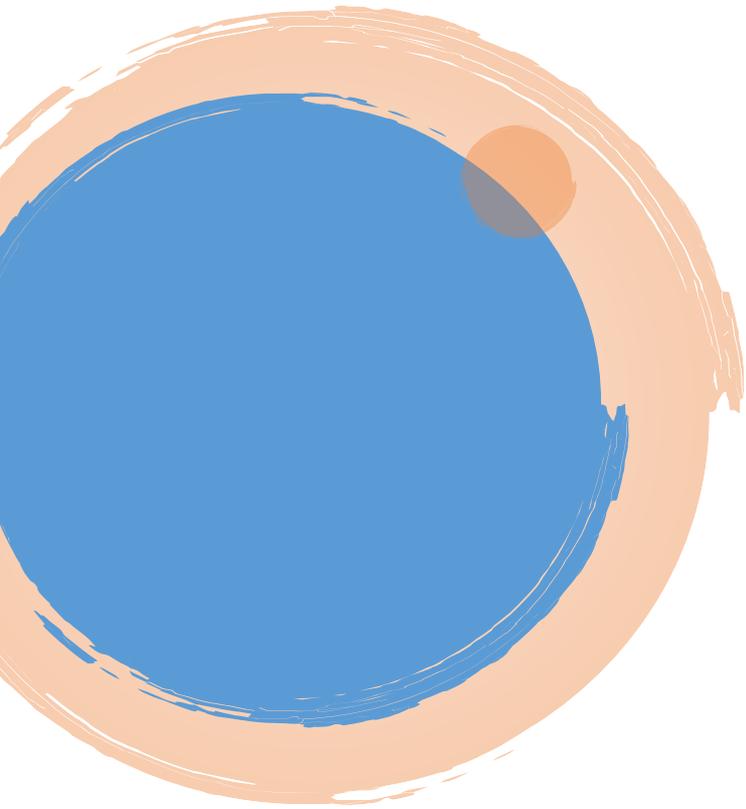
biachimsc70@gmail.com

Formación

Doctora en Ciencias de la Comunicación Social (2018) PhD
Universidad de La Habana - Cuba

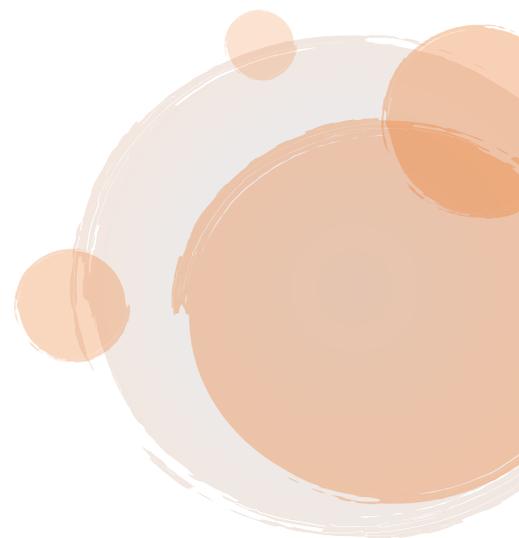
Máster en Educación Superior (2012) Universidad de Guayaquil. Facultad de Filosofía.

Licenciada en Ciencias de la Educación. Mención Lenguas y Lingüística en la Facultad de Filosofía, Universidad de Guayaquil (2008). Licenciada en Lenguas y Lingüística, mención idioma



Publicaciones

1. Capítulo de Libro: “Comunicación para el desarrollo en escenarios diversos”, UCSG, 2018. ISBN 978-9942-769-45-9
2. Capítulo de Libro: “La Comunicación Organizacional y el Emprendimiento como factores de éxito para las pequeñas y medianas empresas.”, UCSG, 2018. ISBN 978-9942-769-44-2
3. Capítulo de libro: “Vínculos de la Educación Superior con el Desarrollo Social UCSG 2018. ISBN 978-9942-904-70-6



ANEXO 6. Platos típicos de Guayaquil

PLATOS TÍPICOS PROPIAMENTE DE GUAYAQUIL DE GUAYAQUIL Y SUS ANTECEDENTES HISTÓRICOS					
CATEGORÍA: ENVUELTOS TRADICIONALES					
Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico del producto	Descripción e ingredientes
1950	Se lo realiza de acuerdo con uno de los primeros métodos de cocción existente prehispánicos y uno de los mejores conductores de calor para la cocción. La cocción dentro del envuelto se lo realizaba a base de las hojas de los árboles en fogones o al vapor.	Décadas atrás los guayaquileños de clase alta y media se consumía la humita como un aperitivo una vez a la semana.	Humitas	Décadas atrás los guayaquileños de clase alta y media se consumía la humita como un aperitivo una vez a la semana.	Es una masa de choclo suave, envuelta en la hoja de choclo y cocida al vapor Ingredientes: Choclo tierno costeño, mantequilla, polvo de hornear, cebolla blanca picada, queso fresco, sal, azúcar, hoja de choclo para envolver. Tiempo de preparación: 60 minutos
		Considerado hace décadas como un bocadillo guayaquileño que se lo consumía para el desayuno, almuerzo o merienda (cena).	Hayacas de gallina	Considerado hace décadas como un bocadillo guayaquileño que se lo consumía para el desayuno, almuerzo o merienda (cena).	Masa realizada a base de harina de maíz con sabor dulce y un relleno a base de sal cocida al vapor. Ingredientes: Pechuga de pollo, cebolla colorada, harina de maíz, manteca de cerdo, ajo, pimienta roja y verde, aceitunas, azúcar, pasas, sal, pimienta, comino, arvejas y para envolver hoja de plátano. Tiempo de preparación: 60 minutos
		Envuelto de origen costeño. En Guayaquil se lo ha consumido por décadas a la hora del desayuno o merienda (cena)	Bollo de pescado	Envuelto de origen costeño. En Guayaquil se lo ha consumido por décadas a la hora del desayuno o merienda (cena)	Masa de verde suave cuyo centro contiene pedazos de pescado normalmente albacora o atún, envuelto en hoja de plátano (verde) y cocida al vapor. Ingredientes: Pescado atún o albacora, tomate, cebolla colorada, pimienta verde, ajo, plátano verde, maní en pasta, achiote, aceite, sal, pimienta, comino y hojas de plátanos para envolver. Tiempo de preparación: 60 minutos

CATEGORÍA: EMPANADAS

Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico específico del producto	Descripción e ingredientes
1940	El método de cocción de las empanadas que se consumen en Guayaquil puede ser fritas o al horno	La empanada se la realiza en varios países de Latinoamérica tiene origen ibéricas y se la realizaba después de la llegada de los españoles por falta de harina, producto que fue traído por los españoles a América.	Empanada de verde	En los años 40 se lo consumía como parte de las meriendas (cenas) guayaquileñas acompañadas de café. Durante sus primeros años se acompañaba las empanadas de verde con arroz. Con el tiempo se las comercializaba en una canasta a una hora y ruta fija.	Masa de verde estirada en forma redonda, sellada por la mitad rellena de queso, carnes o vegetales. Ingredientes: Plátanos verdes, agua de cocción de los plátanos, sal, mantequilla o manteca de cerdo. Para el relleno: queso fresco desmenuzado, cebolla blanca picada finamente. Tiempo de preparación: 2-5 minutos

CATEGORÍA: GUIOS

Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico del producto	Descripción e ingredientes
			Menestra	Data de la época de la colina. Se lo ha consumido en familia en las tardes o en la merienda (cena). La menestra se la acompañaba con: arroz y carne de res. Se popularizo al comercializarse en un restaurante guayaquileño llamado Flamingo donde usaba un implemento llamado molinillo para su elaboración. El precio de comercialización era de seis sucses.	Se conoce como menestra en Guayaquil al guiso que es elaborado con: frejol o lenteja. Se acompaña con: arroz, carne de res, pollo, cerdo o pescado. Ingredientes: Frejol, cebolla colorada, tomate pelado, pimienta verde, ajo, cilantro, sal, comino, achiote Tiempo de preparación: 45-90 minutos
1920	Medio semigraso	Los guisos es una técnica precolombina en el cual se pueden usar varios ingredientes.	Guatita	También conocido como mondongo proviene de las vísceras del borrego específicamente de la panza. Se consume en la ciudad de Guayaquil desde el año 1920 en los hogares y fondas de Guayaquil.	La Guatita es un plato que es de gran aporte en cuanto a proteínas y carbohidratos. En Guayaquil se lo consume para aliviar la resaca. Previo a su elaboración el mondongo debe estar bien limpio. Tradicionalmente se lo raspa con un cuchillo, en otros casos usan agua hirviendo, limón o harina Ingredientes: Mondongo, hierbabuena, ramas de cebolla blanca, ajo, laurel, papa, achiote, cilantro, sal, comino. Tiempo de preparación: 2 horas
			Sango de choclo con camarón	La palabra quechua que cuyo significado es espeso.	Para su preparación es necesario el uso de choclo de la costa y es servido con arroz blanco, patacones (plátanos verdes fritos) o plátanos maduros. Ingredientes: Camarones, cebolla colorada, pimienta verde, hoja de laural, tomate, ajo, sal,

					choclo costeño desgranado molido, cilantro, sal y comino. Tiempo de preparación: 45 minutos
CATEGORÍA: CEVICHES					
Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico del producto	Descripción e ingredientes
1950	Curtido (cocción por un medio ácido) o cocido en poca agua.	Los ceviches forman parte de gastronomía latinoamericana. Lo que lo distingue de acuerdo con cada país es su método de preparación	Ceviche de pescado	Data de la época del mestizaje. En Guayaquil el ceviche se lo prepara con varias opciones de marisco.	Es un plato ácido donde se curten o cocinan por poco o más de 5 minutos: pescado o marisco y se le adiciona otros vegetales y especias. Ingredientes: Camarones, cilantro, laurel, cebolla colorada, naranja, limón, tomate, sal y pimienta Tiempo de preparación: 30 minutos
CATEGORÍA: CANGREJOS					
Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico del producto	Descripción e ingredientes
1748	Hervido en agua previamente condimentada	Guayaquil está fundada en manglares el cual es el habitat de los cangrejos. Desde hace varias décadas se comercializa el cangrejo en varias calles y mercado de Guayaquil.	Cangrejos criollos	Esta preparación la consumían las familias guayaquileñas en el ahora del almuerzo en los años 50, para los años 60 el consumo de cangrejo con familiares y amigos se lo conocía como cangrejada.	Las cangrejadas para los guayaquileños es un espacio para fraternizar con amigos y familiares ya que el proceso de preparación de lo mismo lo compone: matar los cangrejos, lavarlos, cocinarlos, preparar sus acompañantes (arroz, plátano maduro cocinado con los cangrejos, ensalada de cebolla, entre otros) y la mesa el cual se las cubre con papel periódico y se colocan tablas y martillos pequeños elaborados de madera. Ingredientes: Cangrejos, orégano, comino, pimienta negra, cilantro, albahaca, ajo. Pimiento verde, cebolla blanca y colorada, cerveza. Tiempo de preparación: 45-60 minutos
CATEGORÍA: DULCES PANES Y TORTAS					
Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico del producto	Descripción e ingredientes
1950	Cocido	Los aspectos de los dulces tradicionales de Guayaquil datan de la época del mestizaje. Durante el final de los siglos XIX y siglo XX varios artesanos	Pechiche	Aunque el árbol no es de origen ecuatoriano. Antiguamente en Guayaquil se encontraban grandes arboles de este fruto, que al estar maduros las amas de casa lo recolectaban y hacían el denominado dulce de pechiche.	Se lo ha consumido en Guayaquil en forma de aderezo o conserva. Ingredientes: Harina, huevos, agua, azúcar, levadura, sal, esencia de vainilla, colorante rojo, mermelada de guayaba Tiempo de preparación: 25-30 minutos

guayaquileños preparaban todo tipo de bocadillo dulce.

Horno

Pan Galo Plaza

Galo Plaza fue el presidente número 29 de Ecuador. Aunque no hay indicio de quien le puso este nombre, se dice que el expresidente Plaza deseaba comer pan en Guayaquil y varias panaderías guayaquileñas compitieron para realizar el mejor pan. Así es como el expresidente degustó un pan que fue de su agrado y le fue puesto este nombre

Ingredientes: Harina, huevos, mantequilla, azúcar, leche, jugo de piña, polvo de hornear, esencia de vainilla, piñas en almíbar, cerezas
Tiempo de preparación: 45-60 minutos

Horno

Volteado de piña

Se cree que esta preparación es la idea de la tarta Tatin de Francia. Las amas de casa guayaquileñas elaboraban este postre en las tardes para servirlo en la merienda (cena)

Es una torta que caracteriza por tener piñas y cerezas en rodajes muy brillantes en la parte superior.
Ingredientes: Harina, huevos, mantequilla, azúcar, leche, jugo de piña, polvo de hornear, esencia de vainilla, piñas en almíbar, cerezas
Tiempo de preparación: 45-60 minutos

CATEGORÍA: BEBIDAS REFRESCANTES

Año que data su mención	Método de cocción	Aspecto histórico de la categoría	Productos	Aspecto histórico del producto	Descripción e ingredientes
1950	Hervido	Debido a la ajetreada vida y el calor que tiene la ciudad de Guayaquil, desde hace décadas existen varias bebidas que forman parte de los momentos de descanso o la hora de almuerzo guayaco.	Resbaladera	Es una bebida refrescante que data desde los inicios del siglo XX. Esta bebida era ofrecida por las amas de casa guayaquileñas a las visitas. El origen de su nombre se decía que se debe a que esta bebida resbalaba fácilmente por la garganta de quien la consumía en un día de mucho calor. Con el tiempo se la comenzó a comercializar en Guayaquil con un valor de 40 centavos	Es conocida también como chicha de arroz. Ingredientes: Arroz, leche, panela, clavo de olor, canela, pimienta de olor, esencia de vainilla y nuez moscada. Tiempo de preparación: 45-60 minutos

Fuente: Recopilación de varias obras literarias

Elaborado por: Jael Zambrano Miele