



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recursos Naturales

**“DIAGNÓSTICO DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y
CULINARIO DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL, PROVINCIA
DEL GUAYAS Y PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentado por:

Kristy Stefanía Ríos Fernández

Catherine Lisha Vélez Eugenio

Guayaquil – Ecuador

2014

AGRADECIMIENTO

Nuestro más amplio agradecimiento a nuestra directora de tesis, M.Sc. Cecilia Banderas, por su precisa y acertada tutela a lo largo del proceso requerido para la conclusión de la misma.

Agradecemos a todas aquellas personas que nos brindaron su colaboración, en especial a las mencionadas a continuación:

- Ing. William Apolinario, director de la Unidad de Turismo, Municipio de Playas.
- Sra. Carmen Hidalgo Ley, ex-concejal del Municipio de Playas.
- Sr. Juan Jordán Cruz, propietario del Comedor El Bucanero, Playas.
- Sra. Miriam Bravo, propietaria de Cabaña – Comedor, Playa Paraíso.
- Sra. Elvia Eugenio Santana, propietaria de Cabaña – Comedor, Puerto Engabao.

Kristy y Lisha

DEDICATORIA

Dedicada a mi madre, Yolanda Eugenio,
por su amor y apoyo incondicional,
por ser mi ejemplo de valor
y por su respaldo absoluto.

A mi padre, Hugo Vélez,
por su amor y apoyo incondicional,
por ser mi consejero
y la voz de mi conciencia.

Finalmente a Galo Menéndez,
por su comprensión y completo apoyo.

Lisha Vélez

DEDICATORIA

En primer lugar, dedicada a mi base, mi pilar, mi todo,

a mi Dios.

A mis padres, Leandro y Mary, por su amor y preocupación,

por sus enseñanzas, y disciplina,

y por apoyar mis decisiones,

aunque no siempre estén de acuerdo.

A mi pequeña Denisse, por ser la mejor hermana

que he podido recibir en esta vida.

A mis personas especiales (T&K),

por animarme a seguir adelante y no desmayar.

Por último, a Tachi, Misha y Sasuke (+),

porque con sus travesuras lograron

mantenerme despierta en mis largas madrugadas.

Kristy Ríos Fernández

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Phd. Carla Ricaurte

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

M.Sc. Cecilia Banderas

DIRECTORA DE TESIS

M.Sc. Wilmer Carvache

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.”

Kristy Stefanía Ríos Fernández

Catherine Lisha Vélez Eugenio

RESUMEN

La presente tesis muestra un diagnóstico del patrimonio gastronómico del cantón General Villamil, con el fin de evidenciar la fragilidad del mismo y la necesidad de su conservación, y con el objetivo de establecer pautas que permitan su fortalecimiento, diversificando su oferta turística.

Para comprender la realidad actual de la oferta y demanda gastronómica del cantón, se realizaron entrevistas a los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas, y encuestas a los turistas. Los resultados de las mismas permitieron desarrollar la propuesta del plan de fortalecimiento, la cual se encuentra conformada por tres fases: arranque, puesta en marcha y diagnóstico de resultados.

La primera fase, “arranque”, comprende capacitaciones dirigidas a los prestadores de servicios y charlas de socialización dirigidas a la comunidad. La fase designada “puesta en marcha” incluye una propuesta con relación al ingrediente base denominada “I Festival del Marisco: Playas y su Patrimonio Gastronómico”. Las estrategias de difusión y promoción también son parte de esta segunda fase. Finalmente la fase de diagnóstico de resultados comprende encuestas y grupos focales que permitirán una retroalimentación general del plan de fortalecimiento.

Se concluye en que el fortalecimiento del patrimonio cultural, culinario y gastronómico del Cantón General Villamil sí contribuiría con la diversificación de su oferta turística, comprobando así la hipótesis. Además se recomienda la participación y una buena relación entre todos los actores sociales del cantón, no solo para el desarrollo de la propuesta presentada, sino de manera general para alcanzar el desarrollo gastronómico y turístico del cantón.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. CAUSAS DEL PROBLEMA, CONSECUENCIAS.....	4
1.3. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. ANTECEDENTES.....	11
2.1.1. GENERALIDADES DEL CANTÓN.....	11
2.1.2. INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS ANTERIORES.....	12

2.2. MARCO REFERENCIAL.....	14
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	17
2.3.1. GASTRONOMÍA.....	17
2.3.2. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.....	18
2.3.3. TURISMO GASTRONÓMICO.....	19
CAPÍTULO III.....	20
METODOLOGÍA.....	20
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	21
3.3. HIPÓTESIS.....	22
3.4. VARIABLES.....	23
3.4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	24
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	28
3.6.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	30
CAPÍTULO IV.....	33
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	33
4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO.....	35
4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA GASTRONÓMICA DEL CANTÓN.....	52
4.2.1. MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS EN LA ELABORACIÓN CULINARIA.....	65

4.2.2. PLATOS ELABORADOS.....	67
4.2.3. MANIFESTACIONES CULTURALES.....	71
4.3. ANÁLISIS FODA DE LA OFERTA CULINARIA Y GASTRONÓMICA.....	74
4.3.1. MATRIZ MAFE.....	77
4.3 DIAGNÓSTICO GASTRONÓMICO DEL SECTOR.....	83
CAPÍTULO V.....	86
LA PROPUESTA.....	86
5.1. PLAN PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN.....	86
5.1.1. FASE 1: ARRANQUE.....	87
5.1.2. FASE 2: PUESTA EN MARCHA.....	91
5.1.2.1. PROPUESTA CON RELACIÓN AL INGREDIENTE BASE... ..	92
5.1.2.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.....	97
5.1.3. FASE 3: DIAGNÓSTICO DE RESULTADOS.....	99
5.1.4. ACTORES INVOLUCRADOS EN EL CONTROL, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA.....	101
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	110
ANEXO I – ENTREVISTA.....	113
ANEXO II – ENCUESTA.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de las variables.....	24
Cuadro 2. Cabañas en la playa.	52
Cuadro 3. Comedores en la playa.	54
Cuadro 4. Restaurantes frente a la playa.	56
Cuadro 5. Restaurantes alejados de la playa	58
Cuadro 6. Restaurantes ubicados en la Comuna Engabao.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I.	Lugar de Procedencia.....	35
Tabla II.	Edad.	36
Tabla III.	Sexo.....	37
Tabla IV.	Estado civil.....	38
Tabla V.	Ocupación.....	39
Tabla VI.	Motivo principal del viaje.....	40
Tabla VII.	Tiempo de permanencia.	41
Tabla VIII.	Lugar de adquisición de alimentos.....	42
Tabla IX.	Calificación de la gastronomía.	43
Tabla X.	Interés en gastronomía típica.....	44
Tabla XI.	Metodología seleccionada.	45
Tabla XII.	Conocimientos de gastronomía típica.....	46
Tabla XIII.	Degustación de gastronomía típica.....	47
Tabla XIV.	Conocimientos extras de gastronomía típica.	48
Tabla XV.	Voluntad de degustación.	49
Tabla XVI.	Mejoras en establecimientos.....	50
Tabla XVII.	Mejoras en el cantón.....	51
Tabla XVIII.	Materias Primas.....	66
Tabla XIX.	Platos elaborados.	67
Tabla XX.	Platos tradicionales.....	69

Tabla XXI. Manifestaciones culturales.....	72
Tabla XXII. Análisis FODA.....	75
Tabla XXIII. Matriz MAFE.	79
Tabla XXIV. Temarios de Capacitaciones.	89
Tabla XXV. Actividades del I Festival del Marisco: Playas y su Patrimonio Gastronómico.....	93
Tabla XXVI. Actores sociales que intervienen en el control, promoción y comercialización de la oferta gastronómica.	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #1. Lugar de Procedencia.....	35
Gráfico #2. Edad	36
Gráfico#3. Sexo.....	37
Gráfico #4. Estado civil.....	38
Gráfico #5. Ocupación.....	39
Gráfico #6. Motivo principal del viaje.....	40
Gráfico #7. Tiempo de permanencia.	41
Gráfico #8. Lugar de adquisición de alimentos.....	42
Gráfico #9. Calificación de la gastronomía.	43
Gráfico #10. Interés en gastronomía típica.	44
Gráfico #11. Metodología seleccionada	45
Gráfico #12. Conocimiento de gastronomía típica.	46
Gráfico #13. Degustación de gastronomía típica.	47
Gráfico #14. Conocimientos extras de gastronomía típica.....	48
Gráfico #15. Voluntad de degustación.	49
Gráfico #16. Mejoras en establecimientos.	50
Gráfico #17. Mejoras en el cantón.	51
Gráfico #18. Logo tentativo.	93

INTRODUCCIÓN

El Cantón General Villamil es considerado un destino turístico de gran importancia dentro de la provincia del Guayas por sus hermosas playas y la gastronomía que ofrece a sus visitantes. Numerosos estudios y diagnósticos turísticos se han realizado dentro del cantón, que abarcan tanto a su oferta como a su demanda. Dentro de la oferta existen varios estudios sobre los establecimientos de alimentos y bebidas existentes en el destino, pero poco se conoce ni se da a conocer sobre su gastronomía autóctona.

Hoy en día la gastronomía autóctona de cualquier pueblo o nación se encuentra incluida en su patrimonio cultural, debido a que ha sido transmitida de generación en generación y forma parte de su identidad e historia, siendo incluida por la UNESCO en el 2003 dentro del patrimonio cultural inmaterial. Este tipo de patrimonio es el más frágil debido a su condición de intangible, siendo el principal motivo para su difusión y salvaguardia.

El presente trabajo de tesis contempla un diagnóstico del patrimonio gastronómico del Cantón General Villamil, e incluye una propuesta para su fortalecimiento. El objetivo general consiste en “Establecer pautas que permitan el fortalecimiento del patrimonio gastronómico y culinario del cantón General Villamil, diversificando su oferta turística”.

Para cumplir con el objetivo general se disponen los siguientes objetivos específicos: Analizar la oferta y la demanda del producto gastronómico del cantón, diagnosticar la oferta gastronómica del sector, caracterizar las materias primas alimentarias que intervienen en las elaboraciones culinarias, identificar las tradiciones folklóricas asociadas a la gastronomía del cantón, identificar a los actores que intervienen en la prestación del servicio gastronómico en la localidad y generar estrategias para el fortalecimiento del patrimonio cultural culinario y gastronómico del cantón General Villamil.

La hipótesis supone que “El fortalecimiento del patrimonio cultural, culinario y gastronómico del Cantón General Villamil, contribuirá con la diversificación de su oferta turística”. Adoptando un diseño de investigación no experimental de tipo transversal descriptivo, debido a la naturaleza del mismo y a los objetivos antes expuestos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El patrimonio intangible, por su naturaleza inmaterial, puede ser considerado el más vulnerable y propenso a la deformación y/o desaparición. Es verdad que la evolución de las tradiciones de los pueblos al pasar el tiempo es ineludible, pero las interrelaciones culturales pueden llegar a desplazar y reemplazar dicho patrimonio, lo que eventualmente significaría su completa pérdida.

Esta problemática ha podido ser evidenciada alrededor del mundo, ejemplo de ello es la extinción de varias lenguas y tradiciones autóctonas en los pueblos, especialmente en occidente, donde existen grupos vulnerables que

al ser invadidos se han visto obligados a cambiar, dejando atrás muchas prácticas que los representaban.

El cuarto inciso del artículo cuatro del Código Ético Mundial para el Turismo, publicado por la Organización Mundial del Turismo, expresa lo siguiente:

La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento (2001).

Nuestro país, en el artículo 1 de la Constitución declara ser un Estado intercultural y plurinacional, reconociendo de este modo la gran variedad de tradiciones autóctonas que posee y que conforman el patrimonio cultural de la nación. Dentro de este patrimonio, se encuentra también a la gastronomía que nos representa y que no necesariamente está vinculada a fechas o épocas específicas del año, o durante el transcurso de otras tradiciones folklóricas, sino también a la vida diaria y cotidiana de los pueblos.

Remitiéndonos nuevamente a la Constitución de la República, en el inciso 13 del artículo 83 se expresa que es deber de los ecuatorianos “Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.”

También declara en el primer inciso del artículo 380 que es responsabilidad del Estado:

Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

Al ser incluidas las tradiciones culinarias dentro del patrimonio cultural intangible, la necesidad de salvaguardarlas y asegurar su conservación para las futuras generaciones se hace imprescindible. Es por esto que el Turismo juega un papel primordial al convertir la gastronomía autóctona de los destinos en un atractivo turístico, otorgándole la importancia necesaria para su conservación.

A través de los años, el cantón Playas ha ido perdiendo tradiciones que eran consideradas representativas para sus habitantes. Un ejemplo de ello eran las fiestas populares barriales, donde cada sector tenía una fecha específica en la que se organizaba un gran festejo con orquestas en vivo. Además muchos de los platos autóctonos han ido desapareciendo, como lo es el caldo de chuhueco, un pescado muy espinoso similar a la sardina, cuya preparación está presente en la mente de los abuelos pero ya no es recordada por los habitantes más jóvenes.

Al hablar con los pobladores, ellos manifiestan su descontento al sentir que el gobierno local no está interesado en promocionar la actividad turística en el cantón y aún menos en recuperar su historia y gastronomía, desaprovechando la oportunidad de hacer su oferta más interesante para así atraer a una mayor cantidad de turistas. A esto se suma la deficiencia en los servicios básicos, pues éstos suelen ser irregulares, provocando el malestar no sólo de los turistas, sino también de los habitantes del cantón.

Toda esta problemática repercute severamente en el desarrollo turístico del cantón, si no se oferta un producto de calidad, ni se promociona al destino como es debido, los turistas seguirán prefiriendo dirigirse hacia otros destinos que sí lo hacen.

1.2. CAUSAS DEL PROBLEMA, CONSECUENCIAS.

La deformación y/o desaparición del patrimonio intangible puede ser el resultado de múltiples fenómenos sociales, entre ellos, se destaca la globalización. Gracias al avance tecnológico de las comunicaciones, el mundo se ha vuelto cada vez más cercano, y el roce con las diferentes culturas lleva a los habitantes de pequeños pueblos a especular que lo extranjero es mejor, desvalorizando completamente aquello que los caracteriza.

Por lo consiguiente, las generaciones siguientes se interesan aún menos en este patrimonio ya deformado, lo que conlleva a la pérdida parcial e incluso total de tradiciones y de cultura, lamentablemente todo lo que conforma su patrimonio intangible.

Otra causa de este problema es la falta de una visión turística, tanto en las autoridades como en la población local, basada no solo en lo que el turista pueda ver o tocar, sino también en los aspectos considerados intangibles que resultan tanto o más atractivos.

A pesar de los avances logrados en el cantón General Villamil a través de estos últimos años, aún no se puede afirmar que en materia turística hayan existido cambios realmente significativos para la población. La fuerte estacionalidad y la poca permanencia en el destino, evidencian que existe una fuga de turistas hacia lugares considerados más atractivos.

A más de una planta turística de calidad, un destino necesita promocionarse como único haciendo énfasis en aquello que lo diferencia de otros lugares que ofrecen experiencias similares a la suya. En el caso de Playas, el carecer de estrategias que busquen fortalecer su patrimonio intangible y le

permitan vender sus características singulares, le constituye una seria debilidad, colocándolo en desventaja frente a otros destinos.

Ciertamente, la globalización y la falta de estrategias de promoción centradas en lo intangible son amenazas para la preservación de la cultura y el patrimonio inmaterial de un destino, pero sin duda la mayor de todas es el desconocimiento y desinterés por conservarlas de parte de sus pobladores. Si ellos no son los más deseosos de conservar su propia identidad, en un par de décadas poco producto cultural autóctono existirá para ofrecer a los turistas.

Debido a esto, no se debe perder más tiempo sin hacer algo al respecto. Si no se logra que las autoridades y, principalmente, la población local creen conciencia de lo importante y beneficioso que resulta conservar su identidad a través de sus tradiciones, se corre el riesgo de que gradualmente este patrimonio vaya deformándose hasta desaparecer.

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Establecer pautas que permitan el fortalecimiento del patrimonio gastronómico y culinario del cantón General Villamil, diversificando su oferta turística.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a) Analizar la oferta y la demanda del producto gastronómico del cantón.
- b) Diagnosticar la oferta gastronómica del sector.
- c) Caracterizar las materias primas alimentarias que intervienen en las elaboraciones culinarias.
- d) Identificar las tradiciones folklóricas asociadas a la gastronomía del cantón.
- e) Identificar a los actores que intervienen en la prestación del servicio gastronómico en la localidad.
- f) Generar estrategias para el fortalecimiento del patrimonio cultural culinario y gastronómico del cantón General Villamil.

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La alimentación cumple con la función biológica de suministrar al cuerpo las sustancias indispensables para su subsistencia a través de la ingesta de alimentos. Sin embargo, muchos de estos alimentos necesitan ser

procesados para poder ser consumidos; y, dentro del marco social propio de cada pueblo, la forma en la que se los “procesa”, es decir se los prepara y se los sirve, forma parte importante de su cultura y costumbres.

A través de los años, el patrimonio cultural ha dejado de estar centrado solo en objetos físicos, incluyendo actualmente un sinnúmero de expresiones culturales que caracterizan a la población de la cual provienen. A todas estas expresiones, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, las agrupa bajo la denominación de “patrimonio cultural inmaterial”. Y en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial la UNESCO define:

Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (2003).

La capacidad que tiene la comida para representar la identidad de un pueblo, ha determinado su inclusión en las listas de patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO. Desde la cocina tradicional mexicana, pasando por la dieta mediterránea, la gastronomía francesa, y llegando a la elaboración de pan

artesanal en Croacia, podemos notar cómo no solo resulta relevante el plato elaborado en sí, sino también todo lo que conlleva su preparación culinaria.

El uso que a través del turismo se le da al patrimonio cultural de una localidad, se define como un factor determinante para la promoción del mismo. De igual manera la gastronomía, como parte del patrimonio inmaterial, adquiere cada vez mayor importancia para difundir un sitio como destino.

A pesar de que en muchas ocasiones no se lo considere como el atractivo principal, capaz de captar a numerosas corrientes de turistas, es innegable la influencia que tiene la gastronomía en la búsqueda del placer a través de la convivencia, la recreación, la alimentación, la forma de conocer y entender la riqueza de un destino. Y es que, para entender la riqueza de un destino debemos remitirnos a sus raíces, donde la gastronomía juega un papel relevante.

El Cantón General Villamil cuenta con un gran potencial para el turismo, por lo que en la actualidad existen grandes esfuerzos e inversiones para el desarrollo inmobiliario y de su planta turística que, en el plano gastronómico, con el pasar del tiempo ha ido creciendo y refinándose. Sin embargo, es necesario hacer una evaluación de su oferta culinaria y gastronómica y así

poder proponer lineamientos para mejorar y potenciar este importante atractivo.

Es aquí dónde surge la justificación de esta investigación, en la que se pretende demostrar la importancia de la riqueza gastronómica como potenciador clave para el turismo de este cantón. Si se considera todo lo antes dicho, es posible entender mejor lo significativo que puede resultar para una sociedad poder transmitir a través de su gastronomía la particularidad de sus características culturales y que, en el caso de Playas, representaría un aporte para su impulso y diversificación turística, contribuyendo así a la economía local de este importante destino.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES.

2.1.1. GENERALIDADES DEL CANTÓN.

El Cantón General Villamil, mejor conocido como Playas, está situado al suroeste de la provincia del Guayas a escasos 97 km de la ciudad de Guayaquil. Su territorio tiene una extensión de 280 km² y su población es de 42,000 habitantes, de los cuales 34,409 viven en su cabecera cantonal. Posee 14 km de hermosas playas que han sido por mucho tiempo el destino turístico de muchas personas cautivadas por su belleza natural, las cálidas aguas que bañan sus costas y su inconfundible gastronomía, que son tres de los principales atractivos que ofrece este balneario a los visitantes.

2.1.2. INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS ANTERIORES.

El patrimonio cultural inmaterial o intangible “es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente”, según la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (París, 2003). Con estas pocas palabras podemos comprender la importancia del patrimonio en la identidad de los pueblos.

Sobre el tema, la Organización Mundial del Turismo, OMT, publicó su primer estudio denominado *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*, esto denota la preocupación mundial para salvaguardar este tipo de patrimonio. El mencionado estudio explica:

Fomentar un uso responsable de este patrimonio vivo con fines turísticos puede generar nuevas oportunidades de empleo, ayudar a atenuar la pobreza, frenar el éxodo rural entre los jóvenes y los subempleados y cultivar un sentimiento de orgullo entre los miembros de las comunidades. El turismo ofrece también un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial, ya que los ingresos que genera pueden reconducirse hacia iniciativas que ayuden a su vez a su supervivencia a largo plazo (2013).

Esto marca una pauta mundial en el desarrollo sostenible del turismo que incluye la conservación del patrimonio cultural intangible, ideal sobre el cual parte la elaboración de esta investigación.

En nuestro país se han llevado a cabo varias investigaciones específicas dentro del cantón General Villamil, de entre las cuales destaca la tesis previa a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana denominada: “Estudio de la situación actual del cantón General Villamil Playas y propuesta de reactivación del turismo a través del desarrollo de un Plan Integral” (Guayaquil, 2013).

El antes mencionado estudio incluye una investigación de campo realizada en el cantón, la cual concluye en que el desarrollo turístico del mismo tiene aún un extenso camino por recorrer debido a las falencias que disminuyen su calidad como destino, enfatizando la falta de infraestructura básica, infraestructura física y recurso humano capacitado.

También existen varias tesis de grado previas a la obtención del título de Licenciatura en Turismo de la ESPOL, entre las cuales, la que posee mayor relación con los objetivos propuestos para la presente investigación tiene como título: “Creación de una Guía Virtual Turística Gastronómica típica ancestral del cantón General Villamil Playas de la Provincia del Guayas”; presentado en el 2010 por Diana Marieta Huacón Balladares y Margarita del Rocío Murrieta Marín.

El trabajo posee como objetivo principal difundir los diferentes platos típicos del Cantón General Villamil Playas, mediante la realización de un respectivo estudio e inventario gastronómico para la creación de una Guía virtual turística gastronómica, con el fin de conocer y mostrar a turistas nacionales y extranjeros nuestra identidad. Para ello, realizaron fichas de los diferentes establecimientos de restauración ubicados en el cantón, además de fichas sobre los productos utilizados y los platos típicos ofertados.

Ninguna investigación previa resalta la importancia patrimonial de la gastronomía del cantón General Villamil ni la necesidad de salvaguardarla a través del desarrollo turístico.

2.2. MARCO REFERENCIAL.

“El Universo no es nada sin la vida, y cuanto vive se alimenta” es el primero de los aforismos que Jean Brillat-Savarin dicta en su famosa Fisiología del Gusto. Llámense plantas, animales, personas o microorganismos, todos los seres vivos tenemos que comer para poder subsistir, pero sólo los humanos necesitan cocinar la mayoría de sus alimentos para consumirlos.

Cuando la humanidad evoluciona, evoluciona también su forma de comer, de esa forma es que se concibe a la gastronomía como un arte, alejándose del mero hecho de alimentarse porque así lo exija la necesidad biológica. El qué, cómo, dónde, cuándo y por qué de comer algo hace que la gastronomía sea parte de la identidad cultural de un pueblo, no se puede pensar en la cultura de un sitio, sin hacer referencia a su gastronomía. Aquí es donde el turismo juega un papel trascendental.

Hasta algunos años atrás el turismo cultural contemplaba sólo actividades de observación, es decir, visitar museos, ver monumentos o edificios históricos, objetos antiguos, etc. El turista de ese entonces no estaba interesado en conocer más allá de lo que veían sus ojos, no le preocupaba saber más sobre la idiosincrasia del lugar que visitaba. Debido a esto, aquello que estaba considerado como patrimonio cultural contemplaba como parte de él sólo a lo tangible.

Sin embargo, con el pasar del tiempo, el turista volcó su interés en conocer más sobre el destino, sus costumbres, sus ritos, su comida, sus fiestas, sus sonidos. Es entonces que la anteriormente mencionada conceptualización tuvo que cambiar para incluir en ella a las diversas formas de expresiones culturales, tradiciones vivas de los pueblos que, a fin de cuentas, son

igualmente parte de la identidad del sitio. Con este nuevo concepto se da paso al denominado *Patrimonio Cultural Inmaterial* (UNESCO, 2003).

Con las tendencias ambientalistas que crecen día a día, de manera errónea se piensa que la mejor manera de proteger el patrimonio es mantenerlo aislado, para que nada pueda afectarlo o destruirlo. Por el contrario, el turismo plantea exponer el patrimonio, para que tanto la población local como el turista aprendan a apreciarlo y comprendan la importancia de conservarlo (Schlüter y Winter; 2003).

La alimentación como forma de placer indica la posibilidad de desarrollo de la gastronomía como segmento y atractivo turístico, inclusive por el hecho de que los turistas en su gran mayoría procuran conocer la cultura local, comer su comida autóctona, probar los platos típicos y todo aquello diferente a lo que están acostumbrados a consumir cotidianamente. (Nunes dos Santos, Somos lo que comemos, 2007)

Según el estudio “La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo: el caso de Tomás Jofré Parte1” de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina, son dos los requerimientos que deben darse para que el turismo gastronómico sea una opción que contribuya al desarrollo de un lugar:

1. Interacción conjunta entre producción de materia prima – ingredientes base de los platos – industria turística.

2. Participación de los pequeños productores que comercian sus productos en el destino o sus cercanías.

El turismo gastronómico debe dar a conocer la gastronomía y técnicas culinarias de un destino de manera sustentable, sin hacer que estas se pierdan o se transformen en algo muy plástico a causa de la actividad. El que el patrimonio gastronómico sea un atractivo turístico del destino debe generar riqueza para el destino pero también debe concientizar a la población local de lo importante que es rescatar sus tradiciones y cuidarlas.

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.3.1. GASTRONOMÍA.

En el Diccionario de la lengua española de Espasa-Calpe (2005) la gastronomía es definida como el “conjunto de conocimientos y actividades relacionados con la comida, concebida casi como un arte”, mientras que, si se traduce el concepto dado en The New Oxford American Dictionary de la Oxford University (2001) se tiene que es “el arte o práctica de escoger, cocinar y comer buena comida”.

A pesar de que este término es bastante usado, no existe una definición que logre ser totalmente convincente y abarque una explicación más amplia de lo que es en sí la gastronomía. Es por esto que el Doctor en Turismo Antonio Montecinos Torres, Director del Centro Empresarial Gastronómico Hotelero de México CEGAHO, propone en su libro “Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible” que la gastronomía sea aceptada como:

Conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad (2012).

2.3.2. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.

Según la UNESCO el patrimonio cultural inmaterial comprende:

Tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. (2011)

Este tipo de patrimonio le da importancia a aquellas expresiones culturales que diferencian a un pueblo de otro, y que debido a su característica de

intangibles y al fenómeno de la globalización, se vuelven frágiles y difíciles de proteger.

2.3.3 TURISMO GASTRONÓMICO.

La definición más difundida y aceptada para este término es la propuesta por Hall y Sharples en su libro “Food tourism around the world”, en el cual se plantea que el turismo gastronómico consiste en:

La visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje (2003).

De esta manera se puede comprender, que para que una persona realice verdadero turismo gastronómico el principal motivo de su viaje debe ser el interés producido por la comida de un determinado lugar o región. Sin embargo, también puede darse la posibilidad de que aunque esta no sea la motivación principal del viaje, si ocupe un rol importante dentro de ella; o que, en su defecto, surja cuando el turista se encuentre en el destino y vaya adquiriendo relevancia dentro de las actividades que realiza mientras esté allí (Global Report on Food Tourism, UNWTO, 2012).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el presente trabajo se adoptó el diseño de investigación no experimental de tipo transversal descriptivo, debido a la naturaleza del mismo y a los objetivos antes expuestos.

No experimental debido a que no existe manipulación de las variables independientes. “La investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones.” (Kerlinger, 1979)

Transversal por el hecho de recolectar datos en un tiempo único, el presente, y descriptivo al explicar el estado actual de las variables. Según Baptista, Fernández y Hernández:

Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objeto indagar la incidencia de las modalidades o niveles en una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos, y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (2006).

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Para establecer el tipo de investigación se adoptó la clasificación según Dankhe (1986), quién los divide en: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos; determinando así, que ésta se trata de una investigación descriptiva, debido a la presentación y análisis de la información obtenida y/o descubierta mediante la recolección de datos.

Al respecto, Dankhe menciona: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.” Lo cual permite alcanzar los objetivos propuestos en la presente investigación.

3.3. HIPÓTESIS.

El fortalecimiento del patrimonio cultural, culinario y gastronómico del Cantón General Villamil, contribuirá con la diversificación de su oferta turística.

La presente problemática plantea las siguientes interrogantes, las mismas que se esperan responder en el transcurso de la investigación:

- ¿Es el fortalecimiento del patrimonio gastronómico una variable importante para el desarrollo turístico del Cantón Playas?
- ¿Cuánto conocen los turistas sobre la gastronomía autóctona del cantón General Villamil?
- ¿Está la demanda interesada en conocer más acerca del patrimonio culinario y gastronómico del Cantón?
- ¿Qué actividades serían las más viables para diversificar la oferta turística gastronómica de Playas eficientemente?
- ¿Qué mejoras deben realizarse para renovar la calidad de los establecimientos de Alimentos y Bebidas de Playas?

3.4. VARIABLES.

Las variables son los atributos que tiene el objeto de estudio y que son susceptibles a variaciones. Carlos Sabino, en su libro titulado El Proceso de la Investigación, propone un concepto bastante sencillo: “Por variable entendemos cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores”. (1992)

Para esta tesis, se clasificó a las variables de la manera más generalizada.

Respecto a ello Briones expone:

Las variables se clasifican según diversos criterios. Una clasificación básica es aquella que distingue entre variables independientes y variables dependientes. Se da el nombre de variable independiente a aquella que produce modificaciones en otra variable con la cual está relacionada. Suele designársele, por ello, como variable causal. La variable dependiente, por su lado, experimenta modificaciones siempre que la variable independiente cambia de valor o modalidad de darse. Por ello, también recibe el nombre de variable efecto (1995).

Las variables determinadas en esta investigación fueron:

- Variable independiente: El fortalecimiento del patrimonio cultural, culinario y gastronómico del Cantón General Villamil.

- Variable dependiente: La diversificación de la oferta turística.

3.4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

La operacionalización de las variables consiste en “trasladar el concepto teórico en un estímulo experimental en una serie de operaciones y actividades concretas a realizar” (Baptista, Fernández y Hernández), es decir, llevar la teoría descrita en la variable a un hecho real.

Este proceso ayuda a situar a las variables en el contexto que es útil para esta investigación y a aterrizarlas en la realidad. Según Sabino, es sumamente necesario llevar a cabo este proceso porque:

Si nuestras variables no pueden ser medidas y evaluadas en la realidad, o si lo que medimos y evaluamos no se corresponde con nuestras formulaciones iniciales, todas nuestras conclusiones estarán vacías de contenido empírico o, a lo sumo, expresarán una realidad divergente de la que nos interesa conocer. En otras palabras, la investigación perderá todo sentido (1992).

Cuadro 1. Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Fortalecimiento del patrimonio cultural, culinario y gastronómico del	Comunidad local	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de la población local sobre su situación turística actual. • Conocimiento de su patrimonio intangible.

<p>cantón General Villamil</p>	<p>Fortalecimiento del patrimonio intangible</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de promoción de la cocina local dentro de la comunidad. • Actividades de promoción de la cocina local con la demanda.
<p>Diversificación de la oferta turística</p>	<p>Establecimientos de A&B</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cabañas en la playa. • Restaurantes fuera de la playa. • Repeticiones en el menú de los establecimientos. • Percepción del turista sobre los establecimientos.
	<p>Calidad de la oferta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación académica del personal. • Capacitación técnica del personal. • Capacidades de atención al cliente. • Percepción del cliente sobre la oferta.

Elaborado por: Autoras

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población, desde el punto de vista estadístico, según Balestrini (2006), se define como "cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas de la investigación". Al mismo tiempo define a la muestra como "una parte representativa de una población, cuyas características deben reproducirse en ella, lo más exactamente posible".

Según Tamayo y Tamayo (2003) la población se define como "totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio". Además afirma que la muestra: "descansa en el principio de que las partes representan el todo y por tanto refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo cual nos indica que es representativa".

Para la presente investigación se considera como población a todos los turistas que visitan anualmente el cantón General Villamil. Lamentablemente, en la actualidad no existen datos exactos de los mismos, por lo que no se conoce con precisión el tamaño de la población.

Por lo consiguiente se decidió utilizar para la presente investigación la fórmula de muestreo aleatorio simple considerando una población infinita, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Finalmente se considera 0.5 para la variabilidad tanto positiva como negativa, debido a que no existen antecedentes sobre la investigación.

Se emplea la fórmula de tamaño de muestra mostrada a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Dónde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva;

q es la variabilidad negativa;

E es la precisión o error.

Reemplazando con los siguientes valores:

$$Z = 95\% = 0.95 = 1.96$$

$$p = 50\% = 0.5$$

$$q = (1 - p) = (1 - 0.5) = 0.5$$

$$E = 5\% = 0.05$$

Obteniendo:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 384$$

Finalmente resulta un tamaño de muestra de 384 turistas.

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Según Arias:

Una vez efectuada la operacionalización de variables y definidos los indicadores, es hora de seleccionar las técnicas e instrumentos de recolección de datos pertinentes para verificar las hipótesis o responder las interrogantes formuladas. Todo en correspondencia con el problema, los objetivos y el diseño de investigación (2012).

Asimismo, determina que “Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.”

Las técnicas seleccionadas para la recolección de datos fueron la encuesta y la entrevista.

- Encuesta: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho. (DRAE)

- Entrevistar: Mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos, para informar al público de sus respuestas. (DRAE)

Para Arias:

La entrevista, más que un simple interrogatorio es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida (2012).

El instrumento empleado para la recolección de datos es el cuestionario.

- Cuestionario: Lista de preguntas que se proponen con cualquier fin.
(DRAE)

Según Baptista, Fernández y Hernández Sampieri (2006): “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.”. Al respecto Fidias (2012) expone: “Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas”.

3.6.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO.

Para la correcta formulación de las preguntas del cuestionario se realizaron 30 entrevistas preliminares el día 16 de enero del 2014. Estas entrevistas estuvieron dirigidas a turistas tanto nacionales como extranjeros, para conocer su percepción en cuanto a los establecimientos de Alimentos y Bebidas y sobre los servicios turísticos del cantón en general. Dicha

entrevista estuvo básicamente compuesta por 4 preguntas abiertas, las cuales se extendían de acuerdo a la conversación y los puntos de vista de cada turista entrevistado. (Ver Anexo I)

Posteriormente, se realizó el respectivo análisis de las entrevistas, las cuales dieron una mejor perspectiva para formular el cuestionario. Gracias a las respuestas de los entrevistados se logró establecer los literales a elegir dentro de varias preguntas cerradas contenidas en la encuesta.

El cuestionario está conformado por 14 preguntas de las cuales 9 son cerradas, 4 mixtas y 1 abierta. La pregunta 11 consta de 2 literales. A partir de la pregunta 1 hasta la 6, se permite definir el perfil del turista que visita el cantón Playas, mientras que desde la 7 hasta la 13, se manifiestan los conocimientos de los turistas sobre el patrimonio gastronómico y su percepción de los establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón. Por último, la pregunta 14 trata sobre los mejoramientos que deberían hacerse en el cantón Playas. (Ver Anexo II)

Las encuestas fueron realizadas a 384 turistas en el cantón Playas, provincia del Guayas, los días 26 de enero y 1 de febrero del 2014. Los sujetos, elegidos al azar, fueron turistas que se encontraban descansando en la playa. Se abarcó a partir de la zona que comprende el rompeolas, al inicio de

la playa, hasta el Paseo Shopping. La mayoría de los sujetos no tuvo problema alguno con otorgar unos pocos minutos para responder la encuesta, muy pocos se resistieron a colaborar.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos de los 384 cuestionarios aplicados a los turistas, tanto nacionales como internacionales, en la cabecera cantonal de General Villamil, durante los meses de enero y febrero del 2014. Además de las entrevistas realizadas a los propietarios o trabajadores de los establecimientos de alimentos y bebidas aquí expuestos. La información aquí presentada, analizada e interpretada pretende responder las interrogantes expuestas en el capítulo anterior. Cabe recalcar que los meses antes mencionados forman parte del período vacacional de la Región Costa.

En primer lugar se presenta el análisis de la demanda con los resultados de los cuestionarios. Para una mejor presentación y comprensión de los datos

obtenidos se utilizó la herramienta virtual Microsoft Excel; el archivo creado permitió realizar el análisis de los mismos por medio de tablas y gráficos.

Los resultados se presentan de la siguiente manera:

1. Tabla con la pregunta realizada, la frecuencia y porcentaje de las respuestas de entre las opciones disponibles.
2. Gráfico con la pregunta, que representa los datos obtenidos en forma de números porcentuales.
3. Análisis e interpretación de los datos obtenidos.

En segundo lugar se presenta el análisis de la oferta gastronómica del cantón, mediante cuadros que clasifican a los establecimientos según su ubicación. Los cuadros contienen las respectivas imágenes y descripciones basadas en la observación y entrevistas realizadas a los propietarios o trabajadores de los establecimientos. Además de la descripción de las materias primas, platos elaborados y manifestaciones culturales, mediante sus respectivas tablas.

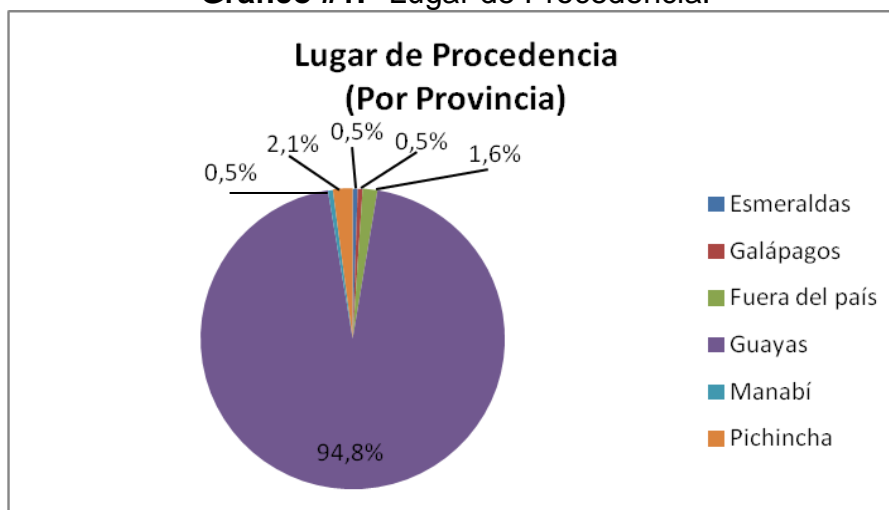
Finalmente, se encuentra el análisis FODA y la matriz MAFE, las cuales permiten lograr un mejor entendimiento de la situación actual del cantón. Todo lo antes expuesto ayuda a realizar un diagnóstico gastronómico del sector, fundamentado y simplificado.

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO.

Tabla I. Lugar de Procedencia.

LUGAR DE PROCEDENCIA			
1	Por Provincia	fi	%
	Esmeraldas	2	0,5
	Galápagos	2	0,5
	Fuera del país	6	1,6
	Guayas	364	94,8
	Manabí	2	0,5
	Pichincha	8	2,1
	TOTAL	384	100

Gráfico #1. Lugar de Procedencia.



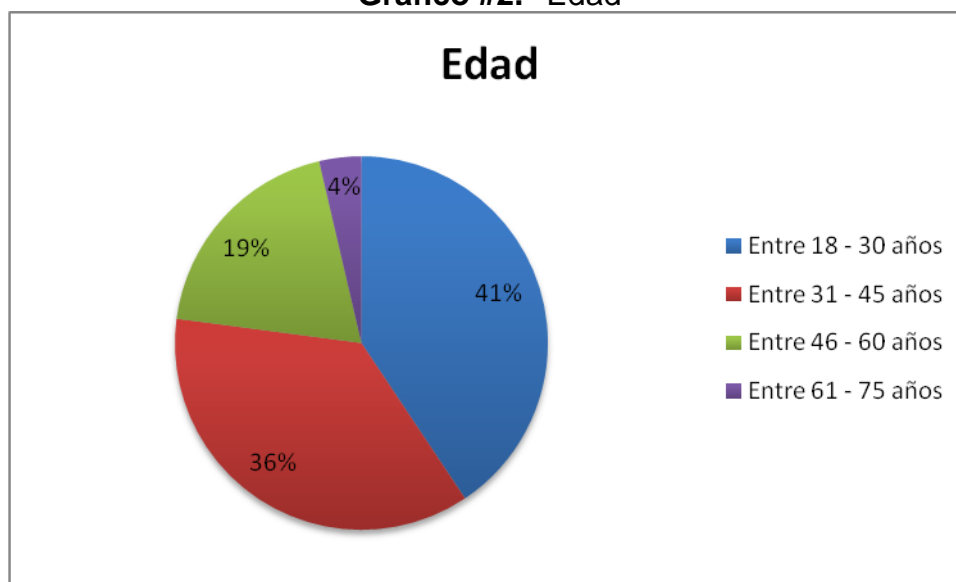
Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

Tal como se esperaba, la mayoría de turistas que visitan el Cantón Playas provienen de la provincia del Guayas. Los resultados del cuestionario muestran que casi el 95% de los encuestados residen en esta provincia. Esto, en la gran mayoría de casos, se debe al corto viaje que deben realizar las personas desde sus domicilios al Cantón Playas, evidenciando que el factor distancia influye en la decisión del turista.

Tabla II. Edad.

EDAD			
		fi	%
2	Entre 18 – 30 años	156	41
	Entre 31 – 45 años	140	36
	Entre 46 – 60 años	74	19
	Entre 61 – 75 años	14	4
	TOTAL	384	100

Gráfico #2. Edad

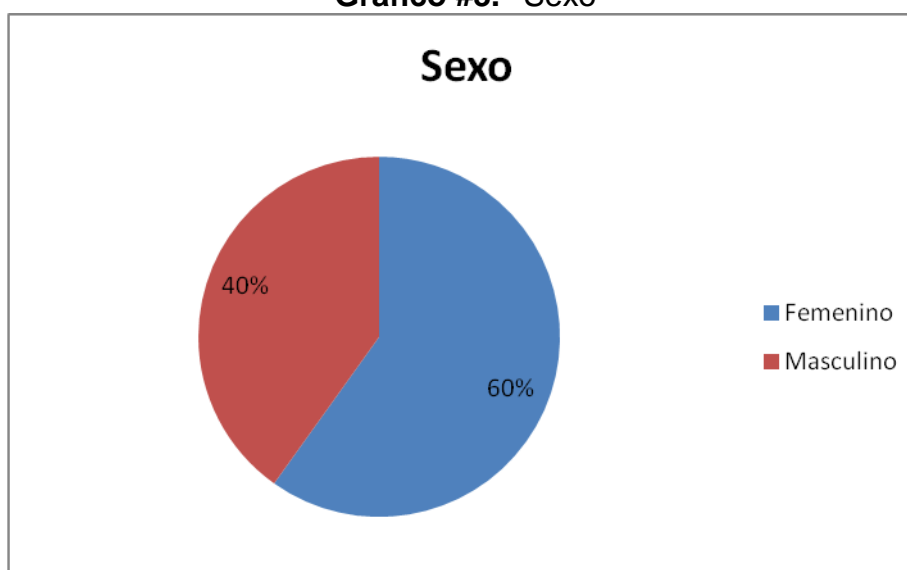


Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

De la totalidad de encuestados, el 41% se encuentran en el rango etario de 18 a 30 años. Aquí se sitúan los grupos de jóvenes que buscan distracción durante sus vacaciones. El 36% corresponde a padres de familia, aunque se puede acotar que los miembros jóvenes de las familias eran los más interesados en responder la encuesta, es por esto que el porcentaje de jóvenes es ligeramente mayor.

Tabla III. Sexo.

SEXO			
		fi	%
3	Femenino	230	60
	Masculino	154	40
	TOTAL	384	100

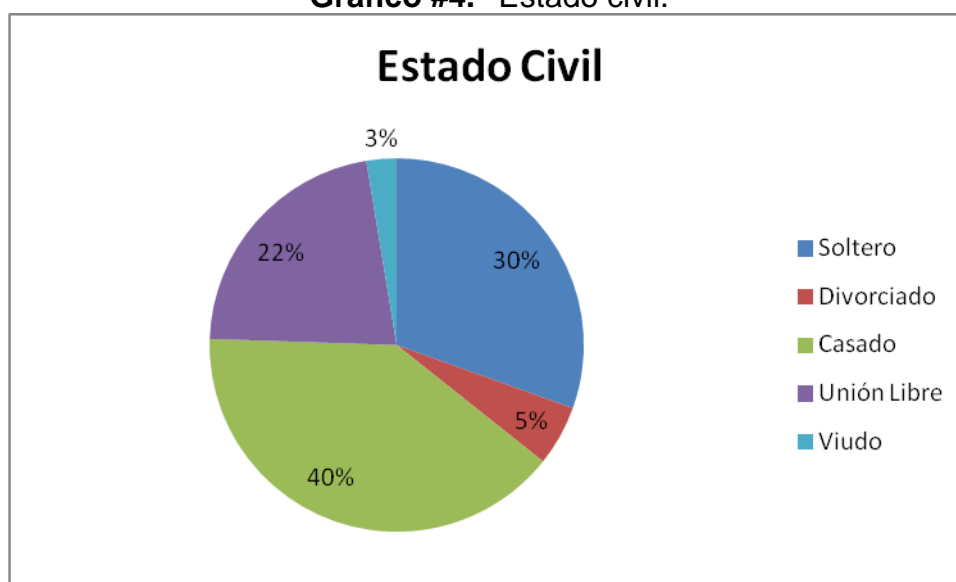
Gráfico #3. Sexo

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

En realidad, la diferencia entre géneros de los turistas que visitan el Cantón Playas no es realmente significativa, ya que por lo general acuden en familia. La diferencia del 10% a favor del sexo femenino puede ser explicada porque muchos jefes de familia preferían que sean sus esposas las que respondieran el cuestionario.

Tabla IV. Estado civil.

ESTADO CIVIL			
4		fi	%
	Soltero	117	30
	Divorciado	20	5
	Casado	153	40
	Unión Libre	84	22
	Viudo	10	3
	TOTAL	384	100

Gráfico #4. Estado civil.

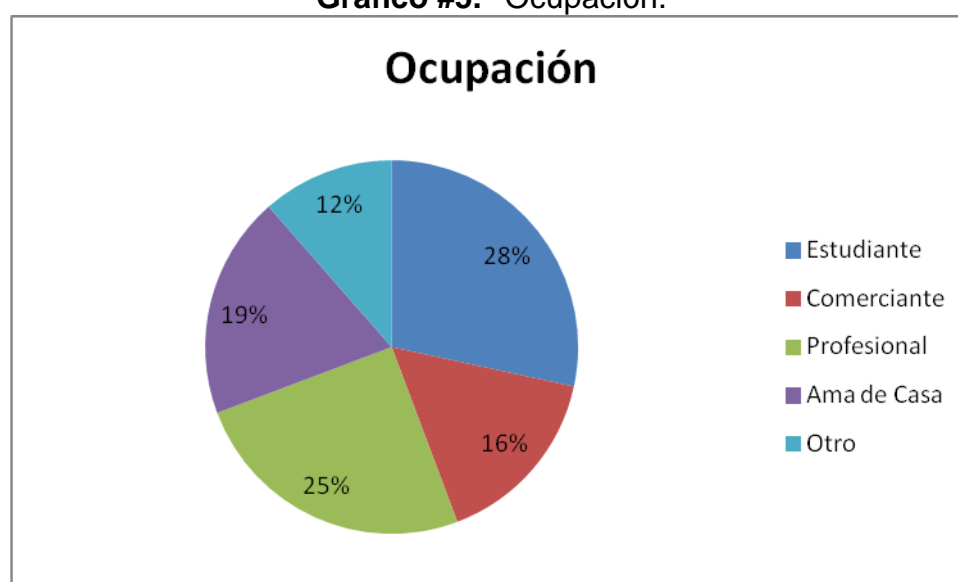
Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

El resultado de esta pregunta se corresponde con el de la pregunta número uno. Al ser la mayoría de turistas padres de familia, su estado civil se hace evidente con el 40% de encuestados casados. Seguido por el 30% de ellos que son jóvenes solteros que buscan divertirse y descansar.

Tabla V. Ocupación.

OCUPACIÓN			
5		fi	%
	Estudiante	109	28
	Comerciante	61	16
	Profesional	96	25
	Ama de Casa	74	19
	Otro	44	11
	TOTAL	384	100

Gráfico #5. Ocupación.

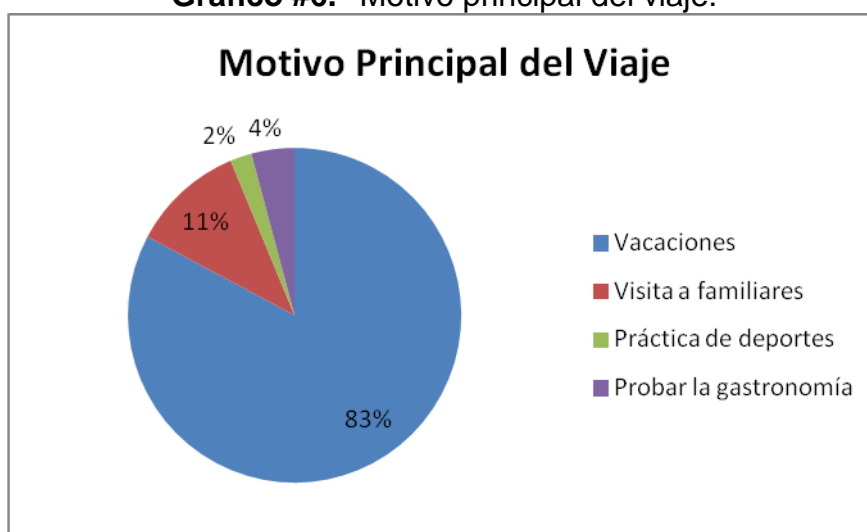


Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

En cuanto a la ocupación de los turistas que visitan el cantón se tiene que un 28% de ellos son estudiantes, 25% profesionales y 19% amas de casa, coincidiendo con los datos obtenidos en las preguntas número uno y tres (rango de edad y estado civil). Esto indica que las familias y los estudiantes jóvenes son dos grupos dominantes, dato que se considerará durante el desarrollo y enfoque de la propuesta final de este proyecto.

Tabla VI. Motivo principal del viaje.

MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE			
6		fi	%
	Vacaciones	318	83
	Visitas a familiares	42	11
	Práctica de deportes	8	2
	Probar la gastronomía	16	4
	TOTAL	384	100

Gráfico #6. Motivo principal del viaje.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

El motivo principal por el que los turistas visitan Playas es para vacacionar. Los feriados y fines de semana resultan ser la oportunidad perfecta para disfrutar del balneario. Por otro lado, actualmente ni los deportes ni la gastronomía representan motivos suficientes para que el turista realice el viaje hacia el cantón. Al no estar la gastronomía entre los motivos principales del viaje, sino solo como parte de la oferta complementaria, da mucha más apertura para realizar proyectos en el cantón específicamente en esa área.

Tabla VII. Tiempo de permanencia.

POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO TIEMPO PERMANECE EN EL CANTÓN?			
		fi	%
7	Menos de 24 horas	279	73
	Uno a 2 días	84	22
	Tres a 5 días	15	4
	Más de 5 días	6	1
	TOTAL	384	100

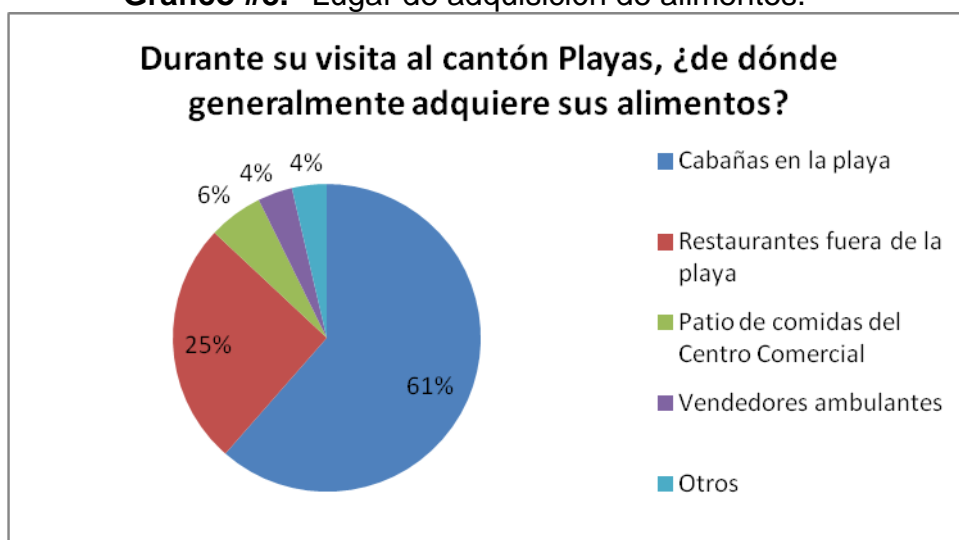
Gráfico #7. Tiempo de permanencia.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

El 73% de los encuestados indicó que visita Playas por menos de 24 horas. A este grupo, debido al corto tiempo de permanencia que tienen en el cantón, debería ser denominado como excursionista. Frente al ya mencionado rango de excursionistas se encuentra un 22% de personas que se quedan de uno a dos días. Por lo general esto sucede durante los fines de semana o feriados.

Tabla VIII. Lugar de adquisición de alimentos.

DURANTE SU VISITA, ¿DE DÓNDE GENERALMENTE ADQUIERE SUS ALIMENTOS?			
8		fi	%
	Cabañas y comedores en la playa	236	61
	Restaurantes fuera de la playa	98	26
	Patio de comidas del Centro Comercial	22	6
	Vendedores ambulantes	14	4
	Otro	14	4
	TOTAL	384	100

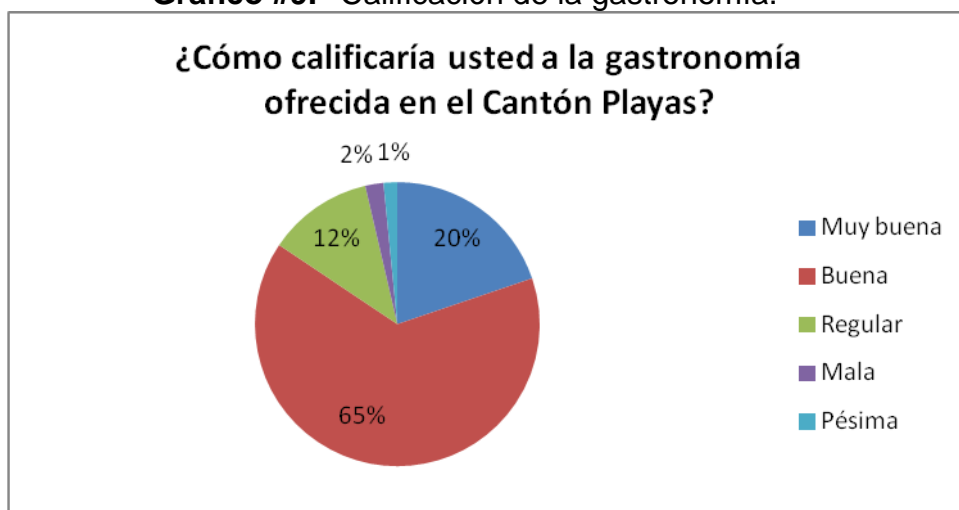
Gráfico #8. Lugar de adquisición de alimentos.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

Los turistas, en su gran mayoría (61%), adquieren sus alimentos en las cabañas y comedores que se encuentran ubicados en la playa. La razón de esto es el simple hecho de estar más disponible debido a la ubicación. El 25% que afirmó preferir a los restaurantes que estaban fuera de la playa, indicó también que una razón para ello era considerar que tenían mejores condiciones sanitarias a la hora de preparar los alimentos y que, en algunos casos, podrían encontrar un poco más de variedad.

Tabla IX. Calificación de la gastronomía.

¿CÓMO CALIFICARÍA USTED A LA GASTRONOMÍA OFRECIDA EN EL CANTÓN?			
9		fi	%
	Muy buena	76	20
	Buena	248	65
	Regular	46	12
	Mala	8	2
	Pésima	6	2
	TOTAL	384	100

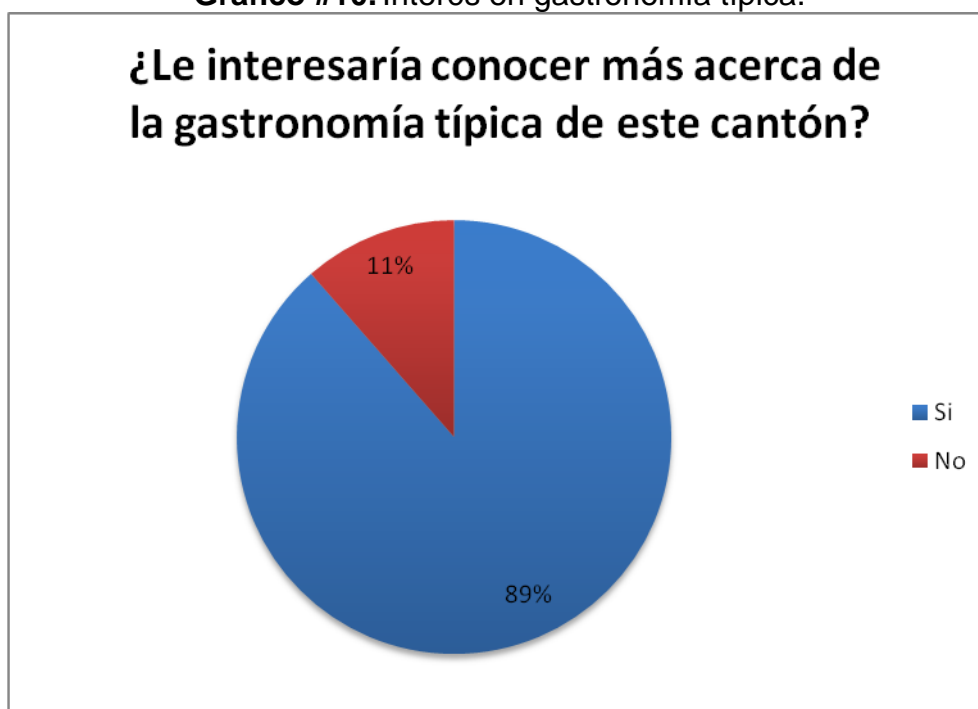
Gráfico #9. Calificación de la gastronomía.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

La percepción del visitante en cuanto al producto gastronómico de Playas es buena, considerando que el 65% lo califica así. Sólo un 20% cree que es muy buena en general. Por otra parte, son muy bajos los porcentajes de personas que ubican la gastronomía del cantón como “regular” (12%), “mala” (2%) o “pésima” (1%). Esto demuestra que el producto en sí no necesita grandes cambios para lograr la excelencia. El sabor y la calidad son conocidos por los visitantes, sin embargo una adecuada promoción es lo que hace falta.

Tabla X. Interés en gastronomía típica.

¿LE INTERESARÍA CONOCER MÁS ACERCA DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE ESTE CANTÓN?			
10		fi	%
	Si	340	89
	No	44	11
	TOTAL	384	100

Gráfico #10. Interés en gastronomía típica.

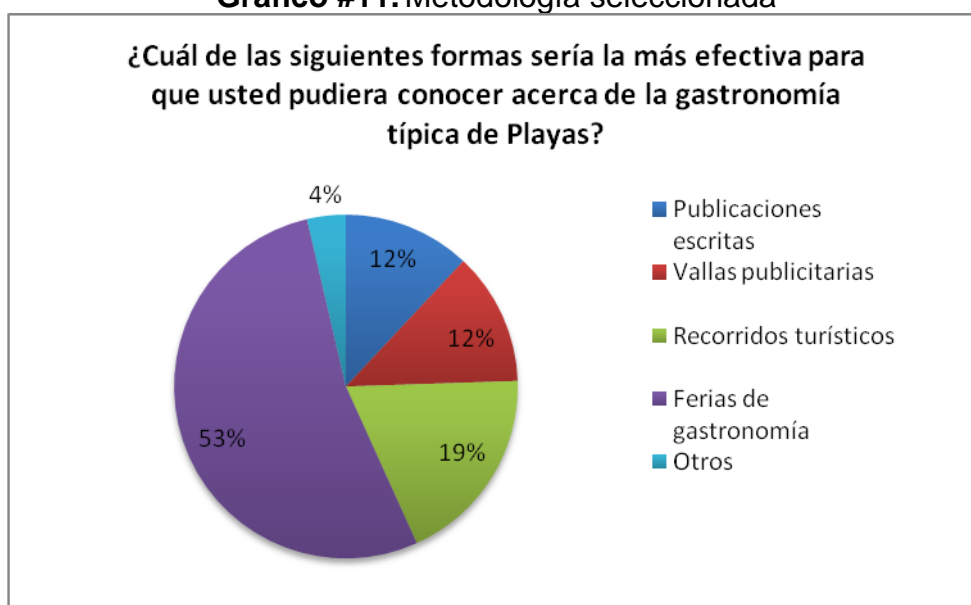
Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

El 89% de visitantes se encuentran interesados en lo típico y autóctono que la oferta gastronómica de Playas tiene para ofrecer. Este interés es la base para la realización del presente proyecto, pues debe ser aprovechado turísticamente en beneficio del cantón.

Tabla XI. Metodología seleccionada.

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FORMAS SERÍA LA MÁS EFECTIVA PARA QUE USTED PUDIERA CONOCER ACERCA DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE PLAYAS?			
11		fi	%
	Publicaciones escritas	46	12
	Vallas publicitarias	48	13
	Recorridos turísticos	72	19
	Ferias de gastronomía	204	53
	Otros	14	4
	TOTAL	384	100

Gráfico #11. Metodología seleccionada

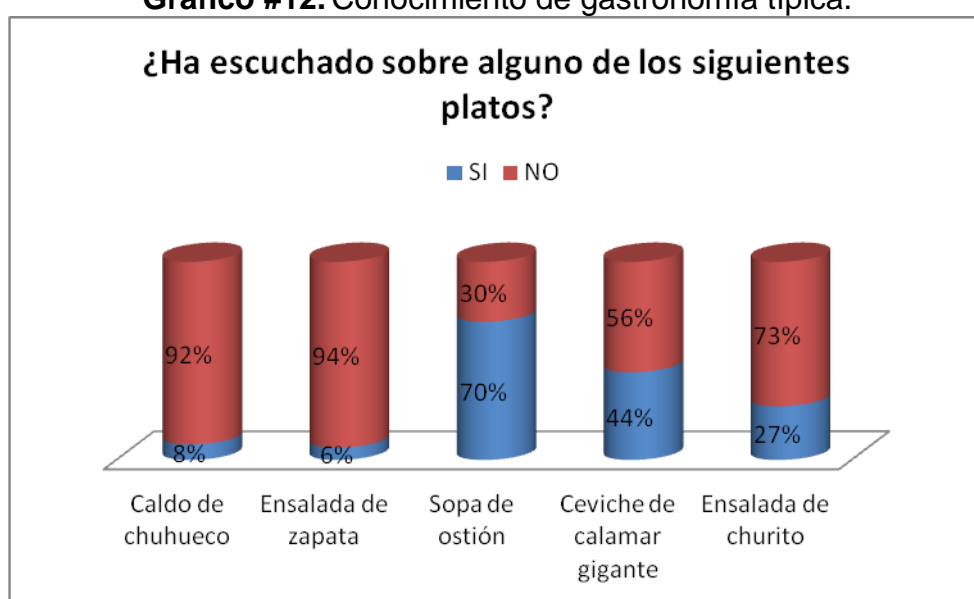


Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

La metodología más popular para crear conciencia de un producto gastronómico son las Ferias Gastronómicas, así lo demuestra el 49% de visitantes que eligió ésta por sobre las demás opciones. Sin embargo no se deben descartar otras opciones, como los recorridos turísticos (19%), que resultaron bastante atractivas para los encuestados. En “otros”, las personas indicaron la promoción en internet y la propaganda televisiva como opciones.

Tabla XII. Conocimientos de gastronomía típica.

¿HA ESCUCHADO SOBRE ALGUNO DE LOS SIGUIENTES PLATOS?					
12		SI		NO	
		fi	%	fi	%
		Caldo de chuhueco	30	8	354
	Ensalada de zapata	24	6	360	94
	Sopa de ostión	268	70	116	30
	Ceviche de calamar gigante	170	44	214	56
	Ensalada de churito	104	27	280	73

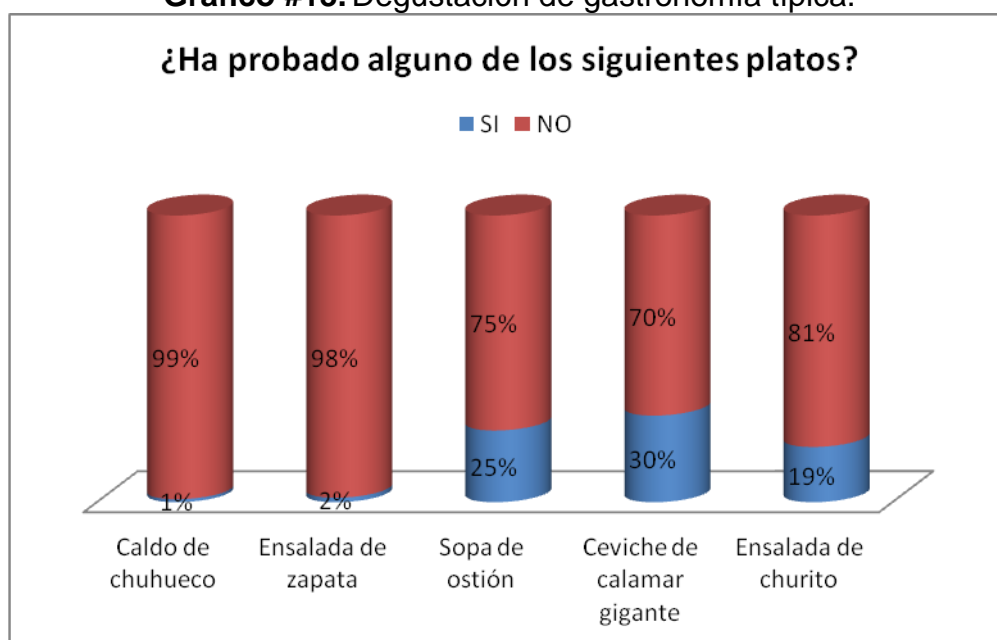
Gráfico #12. Conocimiento de gastronomía típica.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

Las cinco opciones en esta pregunta son platillos autóctonos del cantón. El conocimiento por parte de la demanda en cuanto a estos platos típicos, como se esperaba, es muy escaso. De todos ellos, la sopa de ostión fue el más reconocido con un 70%, seguido del ceviche de calamar gigante con un 44%. El caldo de chuhueco y la ensalada de zapata resultaron ser prácticamente desconocidos para los encuestados.

Tabla XIII. Degustación de gastronomía típica.

¿HA PROBADO ALGUNO DE LOS SIGUIENTES PLATOS?					
13		SI		NO	
		fi	%	fi	%
		Caldo de chuhueco	4	1	380
	Ensalada de zapata	6	2	378	98
	Sopa de ostión	96	25	288	75
	Ceviche de calamar gigante	116	30	268	70
	Ensalada de churito	74	19	310	81

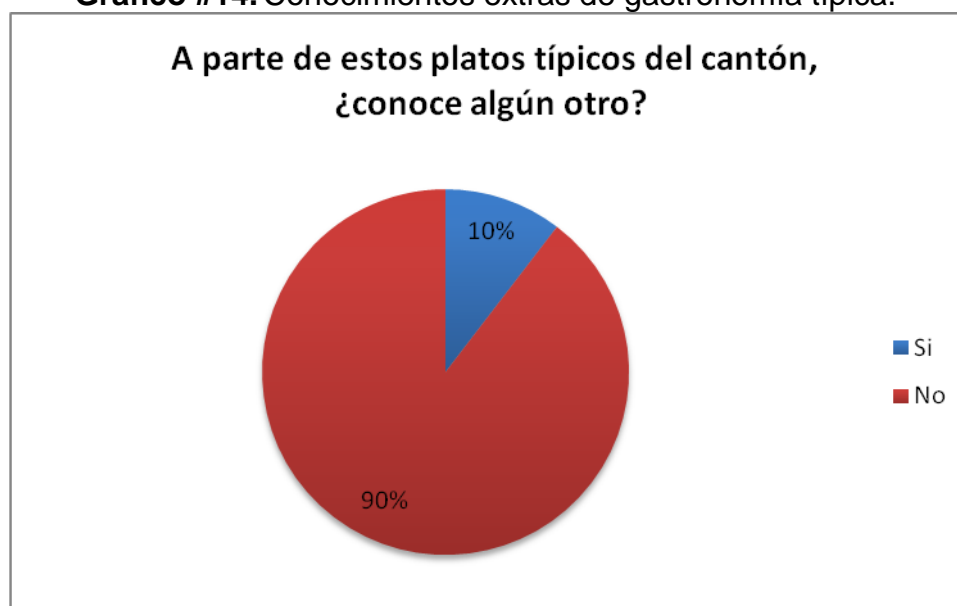
Gráfico #13. Degustación de gastronomía típica.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

Los porcentajes a la hora de conocer si los encuestados habían probado o no los platos mencionados en la pregunta anterior fueron, como se esperaba, muy bajos. En contraste con los resultados de la pregunta anterior se tiene que, a pesar de haber sido la sopa de ostión el plato más reconocido, fue el ceviche de calamar gigante el más probado con un 30%.

Tabla XIV. Conocimientos extras de gastronomía típica.

A PARTE DE ESTOS PLATOS TÍPICOS DEL CANTÓN, ¿CONOCE ALGÚN OTRO?			
14		fi	%
	Si	40	10
	No	344	90
	TOTAL	384	100

Gráfico #14. Conocimientos extras de gastronomía típica.

Fuente: Resultado de las encuestas
 Elaborado por: Autoras

La demanda da por sentado que el término “platos típicos” incluye todas las comidas a base de mariscos que se encuentran en cualquier playa del litoral, y que por lo tanto les son ofrecidos en los lugares a donde acuden a adquirir sus alimentos (cabañas en la playa, restaurantes). El 90% de los encuestados confirmaron no conocer otros platos tradicionales del cantón. Aquel 10% que afirmaba conocer más, enlistaba platos típicos generales de la costa ecuatoriana, como los ceviches y el arroz marinerero.

Tabla XV. Voluntad de degustación.

SI LOS RESTAURANTES OFRECERAN ALGUNO DE LOS PLATOS TRADICIONALES ANTES MENCIONADOS, ¿ESTARÍA DISPUESTO A DEGUSTARLOS?			
15		fi	%
	Si	338	88
	No	46	12
	TOTAL	384	100

Gráfico #15. Voluntad de degustación.

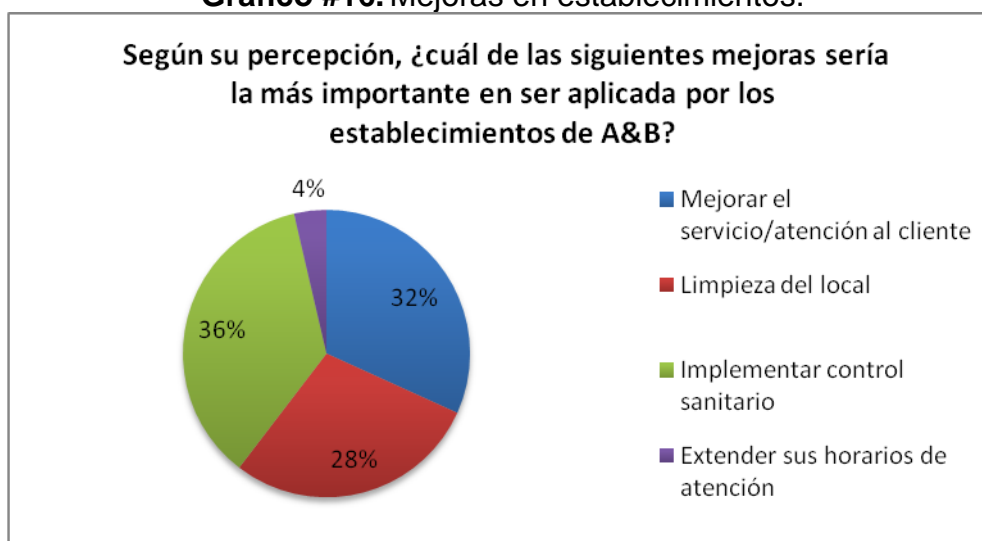
Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

Tan solo un 12% de los visitantes se mostraron reacios a probar los platos antes mencionados, por miedo a que no sea de su agrado. La mayoría (88%) se encuentra dispuesta a degustar estos platillos, antes desconocidos para ellos. Algunas de estas personas indicaron, que aunque si quisieran comerlos, les sería preferible probar una muestra primero para asegurarse de pedirlos más adelante. Se encuentra que la feria de gastronomía es una opción bastante atractiva para que los visitantes se atrevan a probar lo desconocido.

Tabla XVI. Mejoras en establecimientos.

SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES MEJORAS SERÍA LA MÁS IMPORTANTE EN SER APLICADA POR LOS ESTABLECIMIENTO DE A&B?			
16		fi	%
	Mejorar el servicio/atención al cliente	122	32
	Limpieza del local	110	29
	Implementar control sanitario	138	36
	Extender sus horarios de atención	14	4
	TOTAL	384	100

Gráfico #16. Mejoras en establecimientos.



Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

Entre las mejoras más urgentes que los turistas desean que se implementen dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas son el control sanitario y la mejora del servicio/atención al cliente con, un 36% y 32% respectivamente. La limpieza que presente el local, también resultó ser una mejora deseable (28%). Demostrando que la salud y el bienestar de la demanda deben ser prioridad de la oferta gastronómica, y que es necesario que éstas se controlen con más rigurosidad.

Tabla XVII. Mejoras en el cantón.

SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES MEJORAS SERÍA LA MÁS IMPORTANTE EN SER APLICADA EN EL CANTÓN?			
17		fi	%
	Vías de acceso	66	17
	Calles	76	20
	Servicios básicos	122	32
	Ornamentación y limpieza	120	31
	TOTAL	384	100

Gráfico #17. Mejoras en el cantón.

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Autoras

En cuanto a las mejoras del cantón, los servicios básicos (32%) y la ornamentación y limpieza de la playa (31%) son prioridad para los visitantes. Es obvio el descontento, no sólo de los turistas sino también de los residentes en cuanto a la eficiencia de los servicios básicos en Playas, los cuales a percepción de los encuestados deja mucho que desear. Aunque las mejoras antes mencionadas ocupaban los primeros lugares, el arreglo de las calles también fue una mejora bastante exigida por los encuestados.

4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA GASTRONÓMICA DEL CANTÓN.

Cuadro 2. Cabañas en la playa.

Fotografías	Descripción
  	<p>Existen 10 cabañas con 5 comedores cada una, un total de 50 locales que compiten con la misma oferta gastronómica y a los mismos precios. La única distinción que tiene un local de otro, es la sazón de quién prepare los alimentos. Entre los platos que ofrecen se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ceviche de camarón, concha, pescado, mixto, etc. - Corvina frita. - Arroz con camarón, con concha, con cangrejo, marinero. - Camarones apanados, reventados, al ajillo. - Plato al pescador. - Ensalada marinera.



Al observar el estado de las cabañas y dialogar con los prestadores de servicios localizados en las mismas, fue posible comprender sus necesidades. Por lo que se establecen como medidas urgentes y primordiales las siguientes:

- Aumentar la cantidad y mejorar la limpieza de los servicios higiénicos (existe 1 en cada cabaña).
- Realizar un constante mantenimiento de la infraestructura, la cual se encuentra en mal estado y puede considerarse como potencialmente peligrosa.
- Mejorar los servicios básicos.
- Brindar capacitación a los prestadores de servicio sobre temas como Servicio al cliente y Seguridad Alimentaria.

Cuadro 3. Comedores en la playa.

Fotografías	Descripción
  	<p>Después de las cabañas, a lo largo de la playa, se encuentran estos pequeños locales, algunos de cemento, otros de caña. Varios de ellos ofrecen pequeñas cabañas con hamacas para sus comensales sin recargo alguno.</p> <p>Su propuesta gastronómica no se aleja de lo ofertado por las otras cabañas, aunque en pocos casos se puede encontrar alguna “especialidad del chef”. El menú que ofrecen consta de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ceviche de camarón, concha, mixto, marinero, etc. - Arroz con camarón, marinero. - Corvina playera, al ajillo. - Filete de pescado apanado. - Langostinos reventados. - Camarones al ajillo. - Chicharrón de pescado.



- Cazuela marinera, de pescado.
- Sopa marinera, de cangrejo.
- Chupe de pescado.
- Tortilla de camarón
- Pollo apanado.
- Caldo de gallina.

Las necesidades que estos establecimientos presentan son las mismas que las de las cabañas:

- Aumentar la cantidad y mejorar la limpieza de los servicios higiénicos
- Realizar un constante mantenimiento de la infraestructura, la cual se encuentra en mal estado y es potencialmente peligrosa.
- Mejorar los servicios básicos.
- Brindar capacitación a los prestadores de servicio sobre temas como Servicio al cliente y Seguridad Alimentaria.

Elaborado por: Autoras

Cuadro 4. Restaurantes frente a la playa.

Fotografías	Descripción
	<p>Fuera de la zona de playa, pero cercanos a ella (por lo general están al frente) se puede encontrar menor cantidad de establecimientos debido a la gran competencia. Estos restaurantes también poseen una oferta similar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arroz marinero. - Sopa marinera. - Chupe de pescado. - Corvina entera o filete. - Ceviche de ostra, camarón, concha, marinero, mixto, etc. - Arroz con concha, camarón. - Cazuela marinera. - Ostra gratinada. - Camarones apanados, reventados, al ajillo. - Ensalada de cangrejo.



Varios de estos establecimientos ofrecen además desayunos y almuerzos.

Al conversar con los dueños de estos establecimientos todos concordaban con los siguientes puntos a mejorar:

- Calles y vías de acceso.
- Servicios básicos, especialmente alcantarillado.
- Recolección de basura.
- Control a establecimientos que se encuentran en la playa (los cuales no pagan impuestos).
- Promoción turística.
- Brindar capacitación a los prestadores de servicio sobre temas como Servicio al cliente y Seguridad Alimentaria.

Elaborado por: Autoras

Cuadro 5. Restaurantes alejados de la playa

Fotografías	Descripción
	<p>Aquellos restaurantes ubicados lejos de la playa son visitados, conocidos y reconocidos por su trayectoria y tradición. Los turistas que llegan a estos establecimientos no lo hacen fortuitamente, van por recomendación de alguien, o porque escucharon o leyeron sobre los mismos. Una de las razones para ello, es que han logrado darle a los platos de siempre un toque diferente y gourmet, ofreciendo a sus comensales una experiencia gastronómica diferente.</p> <p>Entre los más conocidos están:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Juan Ostra. - La Ostra que fuma. - El Pescaito



En el caso de los dos primeros, pertenecen a miembros de una misma familia, su tradición culinaria data de hace 30 años. Su especialidad son los platillos que tienen a la ostra como ingrediente principal. El platillo más solicitado es el de Ostras Gratinadas. A la par ofertan también lo típico: ceviches, arroces marineros, pescado apanado, etc. La diferencia entre ambos es el toque gourmet que Juan Ostra le ha otorgado a muchos de sus platos, como ejemplo tenemos los diversos *risottos* que ofrecen a su clientela.

Por otro lado “El Pescaito” es también un restaurante de tipo familiar que cuenta con un chef profesional para dar la distinción gourmet a sus comidas que, según su propietaria, no lleva nada de condimentos artificiales.

	<p>Su plato estrella es “el pescaito crocante”, que se trata de una corvina frita sin apanadura acompañada de salsa criolla, patacones y arroz blanco. También sirven ceviches al estilo peruano, mejillones gratinados, langostinos en salsa de morrón y calamares al olivo y varios platos de la cocina mediterránea.</p>
	<p>Los propietarios de estos establecimientos concordaban con la urgencia de mejorar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">- Vías de acceso, calles, carreteras.- Servicios básicos.- Fumigación (moscas).- Promoción Turística.- Capacitación

Elaborado por: Autoras

Cuadro 6. Restaurantes ubicados en la Comuna Engabao

Fotografías	Descripción
	<p><u>Playa Paraíso</u></p>
	<p>En la comuna Engabao está la Playa Paraíso, en la cual se encuentran 10 cabañas que ofrecen alimentación a los turistas que frecuentan este balneario. De estas 10 cabañas por lo general, en temporada baja, se encuentran atendiendo los fines de semana solo 3. Los platos que ofertan al turista son los siguientes:</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Ceviche de camarón, concha, pescado, ostra, marinero, etc. - Corvina en salsa de mariscos. - Camarones apanados, al ajillo. - Tortilla de camarón. - Sango de camarón. - Calamares apanados. - Corvina entera. - Filete de pescado apanado.



- Cazuela marinera.
- Arroz con camarón, concha, marinero.
- Sopa marinera, de camarón.
- Conchas asadas.
- Almuerzos.

Puerto Engabao



El Puerto es frecuentemente visitado por surfistas tanto nacionales como extranjeros, aquí se encuentran 8 locales que ofrecen el servicio de restauración.

Entre los platos que ofrecen se tiene:

- Patacones con queso.
- Camarón apanado.
- Filete de pescado apanado o a la plancha.
- Calamar apanado.
- Corvina frita.
- Ceviche de camarón, pescado, calamar.





- Tortilla de camarón.
- Bistec de pescado.
- Almuerzos.

En cuanto a las mejoras que la Comuna Engabao necesita, para brindar una oferta de mayor calidad al turista, los propietarios de los establecimientos concordaron en las siguientes:

- La construcción de un mirador (Puerto Engabao).
- Baños públicos.
- Construcción de áreas de recreación para niños.
- Alcantarillado.
- Mejores vías de acceso, calles y carreteras.
- Capacitación.

Elaborado por: Autoras

Por lo antes expuesto, se llega a la conclusión de que la oferta gastronómica del Cantón Playas no es muy variada y se basa en los platos típicos ofertados por lo general a lo largo de la línea costera ecuatoriana. No se ofrece a los turistas platos que definan o representen su tradición gastronómica.

En cuanto a postres o dulces, Playas no posee oferta alguna considerada tradicional. Los comedores y restaurantes tampoco suelen ofrecer en sus cartas postre alguno. A pesar de ello, es posible encontrar varias panaderías en el centro de la ciudad que ofertan dulces, sin embargo sus propietarios son de nacionalidad colombiana.

Dentro de su oferta gastronómica el único platillo que puede ser considerado representativo de la zona son las ostras gratinadas, el mismo que no ha logrado ser difundido correctamente. Incluso los mismos pobladores muestran desconocimiento cuando se les consulta dónde encontrarlo. No obstante, se debe reconocer el esfuerzo de ciertos establecimientos, los ya mencionados Juan Ostras y El Pescaito, por dar un toque diferente a los alimentos que sirven, reinventando platillos más atractivos para el turista.

La mayoría de los platos que en otro tiempo fueron representativos del cantón, no son solo desconocidos para la mayor parte de los turistas, sino

también por parte de la población, en especial los jóvenes. Las pocas personas que los preparan alegan, en su mayoría, que son platillos que requieren largo tiempo de preparación y que al ser desconocidos no resulta rentable ofertarlos. Es así como el poco interés en estas comidas típicas está causando su práctica extinción, una evidencia más de la fragilidad del patrimonio cultural intangible.

En cuanto a la calidad del servicio y el entorno en el que los alimentos son servidos, se pueden observar los cambios y mejoras que necesitan ser adoptados por los prestadores de servicios; pero sobretodo, es evidente la falta de preocupación y control por parte de las autoridades pertinentes.

4.2.1. MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS EN LA ELABORACIÓN CULINARIA.

Al encontrarse al pie del mar, los mariscos son el ingrediente principal en casi todas las preparaciones; el verde y el maní también tienen una importante presencia. Aun así, las materias primas varían de restaurante en restaurante y de cocina en cocina, por lo que se procede a exponer aquellas que son más utilizadas en la oferta gastronómica del cantón. Los ingredientes han sido divididos de la siguiente manera:

Tabla XVIII. Materias Primas.

MATERIAS PRIMAS		
M A T E R I A S C Á R N I C A S	Pescados	Corvina, dorado, albacora, picudo, bonito, carita, chuhueco, zapata, trompeta, lenguado.
	Mariscos (moluscos y crustáceos)	Camarón, concha, pulpo, ostra, ostión, almeja, mejillón, calamar, churo, cangrejo, jaiba, langosta, langostino.
	Carnes	Res, chivo.
	Aves	Pollo, gallina criolla.
M A T E R I A S V E G E T A L E S	Hortalizas	Tomate, cebolla colorada, pimiento, cilantro, cebolla blanca, ajo, perejil, papa, yuca.
	Frutas	Plátano verde, plátano maduro, limón, naranja, maní.
	Cereales	Arroz, harina de trigo, choclo (maíz).
	Aceites	Aceite vegetal, aceite de color (achiote).
	Especias y condimentos	Sal, pimienta, comino.

Elaborado por: Autoras

4.2.2. PLATOS ELABORADOS.

Son muchas las preparaciones que se elaboran a base de las materias primas anteriormente descritas. A pesar de compartir con el resto de la costa ecuatoriana recetas similares, General Villamil conserva, aunque con mucha dificultad, algunos platos tradicionales.

De éstos, el más sobresaliente por ser autóctono del cantón, es el de las ostras gratinadas, mismo que ha logrado abrirse paso entre toda la oferta gastronómica general de Playas, haciéndose cada vez más apetecido, por lo que se constituye en un buen producto por desarrollar. Entre los platos que son ofertados a los turistas destacan:

Tabla XIX. Platos elaborados.

Nombre del plato	Ingredientes principales
Ostras gratinadas	Ostras, queso, mantequilla.
Corvina frita	Corvina acompañada de una ensalada (generalmente lechuga, tomate, cebolla, y limón) de vegetales y patacones.

Ceviche de camarón/concha/pescado	Camarón/concha/pescado, limón, cebolla, aceite.
Cazuela de pescado y de mariscos	Pescado y diversos mariscos (almejas, camarón, concha, calamar, pulpo, cangrejo), verde, maní.
Camarones apanados	Camarones, apanadura, comino, sal, aceite.
Arroz marinero	Camarón, concha, calamar, pulpo, cangrejo, arroz, aliños.
Sopa marinera	Diversos mariscos (almejas, ostiones, pescado, camarones, mejillones, etc.), maní, aliños.

Elaborado por: Autoras

Por otro lado, en la siguiente tabla se describen una serie de platillos que hace algunos años atrás formaban parte de la dieta de los playasenses, siendo considerados platos tradicionales. Pero que hoy en día son prácticamente desconocidos por los más jóvenes, por lo que a través de los años se ha perdido el conocimiento de este patrimonio gastronómico.

Tabla XX. Platos tradicionales.

Platos tradicionales de Playas	
<p><i>*Nota: Estos platillos, a pesar de ser parte de la gastronomía propia del cantón, no son ofrecidas a los turistas por diferentes motivos, entre ellos el elevado tiempo de preparación y el desconocimiento de la oferta. Algunos de ellos solo son consumidos por los pobladores, mientras que otros han sido dejados en el olvido.</i></p>	
Plato	Descripción
Caldo de chuhueco	El chuhueco es un pescado pequeño y bastante espinoso. Para elaborar este caldo es necesario hacerlo hervir durante tres horas.
Pastel de chivo	Las personas mayores, tanto moradores como dueños de los más antiguos restaurantes de Playas, afirman que este singular plato solía prepararse con la cabeza del chivo, harina y refrito. Solía ser ofrecido durante los matrimonios, pero en la actualidad esta tradición ya no se practica.
Masitas de corvina	A más del ingrediente principal que es la corvina, está compuesto por verde rallado, maní y refrito. Se sirve acompañado con arroz.

Ensalada de churito	Churito es la denominación popular dada a los caracoles marinos pequeños, a base de ellos era elaborada esta ensalada.
Hojita asada	El pescado “hojita” es el componente principal, sus aliños son básicos: sal y pimienta. Suele ser servido con patacones o arroz.
Ensalada de zapata	Elaborada con el pescado “zapata” o “berrugate” papa, cebolla y tomate.
Sopa de ostión	Se prepara con un refrito de cebolla y mantequilla, añadiéndole pan dorado con aceite y la mitad de los ostiones en su jugo, se licúa todo y se añade caldo de pescado.
Ceviche de calamar gigante	Su preparación es igual a la del ceviche de calamar regular. Este plato no es comercializado hoy en día debido a la dificultad de encontrar la especie y porque puede ser fácilmente reemplazado por el ceviche de calamar común.
Guatita de churo	Se prepara un refrito típico con cebolla, pimienta, ajo, achiote, sal y pimienta. Se diluye la pasta de

	<p>maní en leche y se agrega a la olla o sartén donde se preparó el refrito. Se agregan papas cortadas en cuadritos, cuando éstas ya están suaves se agrega el churo cortado en cuadritos y se deja hervir a fuego lento. Una vez cocinado el churo se sirve con maduro, aguacate y una salsa de cebolla y tomate.</p>
--	--

Elaborado por: Autoras

4.2.3. MANIFESTACIONES CULTURALES.

En General Villamil Playas se encuentran varias festividades tradicionales como muestra de su cultura. Celebraciones religiosas, fiestas de carnaval, regatas, eventos deportivos, desfiles náuticos y terrestres, entre otros, forman parte de estas manifestaciones.

Lamentablemente, con el pasar de los años, algunas de ellas se han ido perdiendo. Es así como las grandes fiestas barriales, las celebraciones de San Antonio y la de los Fieles Difuntos, se encuentran cada vez menos presentes en la idiosincrasia del cantón.

Aunque las manifestaciones culturales más conocidas actualmente no poseen una relación intrínseca con la gastronomía, se han seleccionado cuatro (tres de ellas muy populares y una menos popular) que proporcionan a los turistas la oportunidad de degustar platos tradicionales. En el marco de estas celebraciones es común que se lleven a cabo también pequeñas aperturas para el conocimiento de la gastronomía típica.

Tabla XXI. Manifestaciones culturales.

Festividad	Fecha	Descripción
Carnaval	Febrero	Eventos a lo largo del Malecón de Playas, pregón de apertura para las fiestas y elección de reina, entre otras, son las actividades que se realizan durante el feriado de carnaval en el cantón. La afluencia de turistas es masiva y es una gran oportunidad para degustar la gastronomía del lugar.
Fiestas de San Pedro y San Pablo (Pescadores)	25 de junio	Se organiza una procesión marítima para que San Pedro y San Pablo bendigan las embarcaciones y traigan las tan necesarias lluvias. Junto al monumento al pescador, en el barrio

		de San Pedro, se realiza un baile público y la elección de la reina.
Fiestas de Cantonización	15 de agosto	Se realizan desfiles, ferias, elección de reina, y fiestas barriales.
Celebración de los Fieles Difuntos	1 -2 de noviembre	<p>Lo tradicional es colocar una mesa llena de los alimentos preferidos por los difuntos, además de panes, colada morada, velas y platos vacíos para que el difunto “se sirva”. Y los niños van de casa en casa pidiendo panes, dulces y frutas.</p> <p>De las celebraciones expuestas en el presente cuadro, ésta es aquella que más influencia gastronómica posee.</p> <p>Sin embargo, esta tradición celebrada mayoritariamente en localidades pequeñas del país, está desapareciendo. Tanto así, que en Playas se celebra solo en el límite del cantón con la localidad de Posorja.</p>

Elaborado por: Autoras

4.3. ANÁLISIS FODA DE LA OFERTA CULINARIA Y GASTRONÓMICA.

El análisis FODA es un instrumento muy útil a la hora de realizar, en un momento específico, una evaluación interna y externa de un determinado objeto de estudio, en este caso, la oferta gastronómica del destino General Villamil Playas.

A través de la elaboración de una matriz FODA, se puede obtener un diagnóstico preciso de la situación del destino, y así lograr tomar decisiones y formular estrategias que sean mucho más acordes a la realidad, es decir, a la capacidad interna del objeto de estudio -fortalezas y debilidades- y a la situación externa que le afecta -oportunidades y amenazas- (Thompson y Strikland, 1998).

A continuación se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se han diagnosticado de la oferta gastronómica del cantón General Villamil Playas, de acuerdo a los resultados previamente analizados en el presente capítulo:

Tabla XXII. Análisis FODA.

ANÁLISIS FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia experiencia y tradición culinaria. • Materia prima fresca y de calidad. • Posee una demanda consolidada. • Posicionamiento en la mente de la demanda como un destino de fácil acceso y económicamente asequible. • Recurso humano dispuesto a mejorar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía autóctona poco conocida por los turistas. • Tendencia de la demanda a buscar algo más que un turismo de sol y playa. • Nueva administración municipal que busca un control y regulación de los prestadores de servicios turísticos. • Planes, proyectos y propuestas viables destinadas al desarrollo del cantón. • Consumidores en busca de una mejor atención. • Desarrollo de actividades deportivas en lugares cercanos (Campeonato de Surf Puerto Engabao). • Posibles alianzas estratégicas entre comunidades.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas inadecuadas en la manipulación de alimentos. • Equipamiento de restaurantes en mal estado. • Productos sin características diferenciadoras. • Servicio al cliente deficiente. • Control sanitario nulo. • Estacionalidad de la demanda. • Servicios básicos irregulares. • Promoción turística pobre. • Puesto de información para el turista (I-Tur) desactualizado. • Desinterés de la población local en conocer su patrimonio intangible. • Pérdida de demanda potencial al encontrar al sitio 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de materia prima debido a una posible sobrepesca. • Pérdida total del patrimonio intangible (gastronómico). • Inestabilidad económica, social o territorial. • Poca preocupación, de parte de las autoridades pertinentes, en mejorar turísticamente al cantón.

únicamente como un destino de sol y playa.	
---	--

Elaborado por: Autoras

4.3.1. MATRIZ MAFE.

Una matriz MAFE es aquella que parte de un análisis FODA y se realiza con el fin de elaborar estrategias. Según R. David (1997), son cuatro los tipos de estrategias que pueden hacerse a partir de dicha matriz:

1. FO (fortalezas-oportunidades): aplicación de fuerzas internas para aprovechar oportunidades externas. Éste es el cuadrante más fuerte.
2. DO (debilidades-oportunidades): Superar debilidades internas para aprovechar oportunidades externas.
3. FA (fortalezas-amenazas): Usar las fuerzas internas para disminuir el impacto de las amenazas externas.
4. DA (debilidades-amenazas): Disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas externas. Éste es el cuadrante más débil.

La elaboración de la matriz MAFE constituye un punto de arranque para el desarrollo de las estrategias que serán expuestas en el capítulo siguiente. Cabe recalcar, que no todas las estrategias descritas en la matriz serán

usadas para la propuesta del capítulo cinco, pero bien pueden ser utilizadas para estudios posteriores.

Tabla XXIII. Matriz MAFE.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
ENDÓGENO	F1	Amplia experiencia y tradición culinaria.	D1 Prácticas inadecuadas en la manipulación de alimentos.
	F2	Posee una demanda consolidada.	D2 Equipamiento en mal estado.
	F3	Materia prima fresca y de calidad.	D3 Productos sin características diferenciadoras.
	F4	Posicionamiento en la mente de la demanda como un destino de fácil acceso y económicamente asequible.	D4 Servicio al cliente deficiente.
	F5	Recurso humano dispuesto a mejorar.	D5 Control sanitario nulo.
EXÓGENO			D6 Estacionalidad de la demanda.
			D7 Servicios básicos irregulares.
			D8 Promoción turística pobre.
			D9 I-Tur desactualizado.
			D10 Desinterés de la población local en conocer su patrimonio intangible.

		D11 Pérdida de demanda potencial al encontrar al sitio únicamente como un destino de sol y playa.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1 Gastronomía autóctona poco conocida por los turistas.	*Crear nuevas formas de dar a conocer la gastronomía del cantón, no solo de los platos habituales sino también de los poco conocidos. (F1, F3 - O1)	*Capacitar continuamente y en diferentes áreas, a quienes prestan el servicio de restauración a los turistas. (D1, D4 - O3, O5)
O2 Tendencia de la demanda a buscar algo más que un turismo de sol y playa.		*Diversificar los productos turísticos ofertados, para atraer a nuevos turistas en temporadas media y baja. (D6, D11-O1, O2)
O3 Nueva administración municipal que busca un control y regulación de los prestadores de servicios turísticos.	*Aprovechar los eventos deportivos en lugares cercanos para promocionar los productos turísticos de Playas Villamil. (O6 – F4)	*Implementar propuestas orientadas a instruir a la población local sobre su patrimonio intangible. (D10 - O4)

<p>O4 Planes, proyectos y propuestas viables dirigidas al desarrollo del cantón.</p> <p>O5 Consumidores en busca de una mejor atención.</p> <p>O6 Desarrollo de actividades deportivas en lugares cercanos (Campeonato de Surf- Puerto Engabao).</p> <p>O7 Posibles alianzas estratégicas entre comunidades.</p>	<p>*Realizar paquetes turísticos conjuntamente con las comunidades cercanas, en los que el turista pueda disfrutar de lo más destacable de cada zona. (F4 - O7)</p>	<p>*Realizar controles tanto de los espacios físicos como de los servicios (seguridad alimentaria) para los establecimientos de restauración, antes de otorgar el permiso de funcionamiento. (D2, D5 – O3)</p> <p>*Mantener un control más constante y riguroso de los puestos de información al turista, para que brinden información actualizada y precisa de los productos turísticos de Playas y sus comunidades cercanas. (D8, D9 – O3, O5)</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1 Escasez de materia prima por posible sobrepesca.</p>	<p>*Ofertar productos turísticos nuevos, basados en la</p>	<p>*Instruir a la población local, desde los estudiantes hasta los prestadores de</p>

A2 Pérdida total del patrimonio intangible (gastronómico).	gastronomía, que ayuden a atraer nuevos tipos de turistas e	servicios, sobre su patrimonio intangible y la importancia de conservarlo. (D10 – A2)
A3 Inestabilidad económica, social o territorial.	incentiven la conservación y el uso del patrimonio gastronómico.	*Elaborar una promoción turística enfocada al patrimonio intangible gastronómico más
A4 Poca preocupación en impulsar turísticamente al cantón.	(A2-F1, F3) *Motivar y brindar apoyo a los prestadores de servicios para crear y poner en marcha sus propias propuestas, sin depender en demasía de la ayuda gubernamental. (A4 – F5)	que al turismo de sol y playa, resaltando la autenticidad del mismo. (D3, D6, D8, D10, D11 – A2) *Elaborar propuestas entre las autoridades de turismo y los prestadores de servicios turísticos para que, respetando los períodos de vedas, se ofrezca un plato más que otro y así concientizar a la población sobre la conservación de los recursos pesqueros.(A1–D1)

Elaborado por: Autoras

4.3 DIAGNÓSTICO GASTRONÓMICO DEL SECTOR.

De acuerdo a todo lo expuesto, en este capítulo se pueden diagnosticar tres puntos importantes:

1.- La demanda turística de Playas está compuesta mayoritariamente por jóvenes hombres y mujeres de entre 18 y 30 años, y por padres de familia de entre 31 y 45 años que van a vacacionar y permanecen, en su mayoría, menos de 24 horas y como máximo 2 días. Provenientes principalmente de la provincia del Guayas. Estas personas piensan que es necesaria una mejora turística del cantón sobretodo en el control sanitario de los alimentos, así como también en su infraestructura y ornamentación.

Más de la mitad de esta misma demanda califica de “buena” a la gastronomía que se ofrece actualmente. Así mismo declara que debido a la distancia prefiere consumir sus alimentos en los establecimientos que están más cercanos al lugar en el que se encuentran, es decir, la playa, por lo que las cabañas que están dentro de ella son las más visitadas. Sin embargo, aunque en menor cantidad, también hay quienes eligen los restaurantes que están fuera de ella, ya sea por considerarlos más cuidadosos en la elaboración de los alimentos o porque ofrecen mayor variedad.

2.- En cuanto a la oferta de servicios alimentarios se pudo determinar que es bastante similar a la ofrecida en otras partes de la línea costera ecuatoriana. La que más está en contacto con el turista (cabañas y comedores dentro de la playa) es la que más mejoras necesita. Puesto que aunque de todas las opciones es la más escogida, es la que más dificultades presenta –ante los turistas y ante ellos mismos- en cuanto a capacitación del personal, salubridad, servicios básicos, variedad de platos en el menú y atención al cliente.

Los restaurantes que se encuentran fuera de la playa, tienen instalaciones visualmente más adecuadas para brindar su servicio. Aun así, varios afirman que tampoco ha existido oferta de capacitación para ellos de parte de institución alguna y que se han visto obligados a buscarla por sus propios medios. Un grupo reducido de estos mismos restaurantes han logrado diferenciarse por llevar sus platillos a un nivel superior al de la media ofrecida por otros restaurantes, haciéndose conocidos entre los turistas que desean probar un estilo diferente de los platos tradicionales.

3.- Por último, a través del análisis FODA se puede observar como las debilidades son más notables que las fortalezas. Esto significa que hay mucho que mejorar, pero que también existe gran cabida para la creación de

diversas estrategias (planteadas en la matriz MAFE) que mejoren el desarrollo turístico del cantón.

Un trabajo en conjunto es completamente necesario para, en primer lugar, lograr una mejora en la oferta gastronómica y luego una promoción turística más eficiente de General Villamil.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1. PLAN PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN.

Con base en el análisis efectuado en el capítulo anterior, se ha elaborado un plan de acción que consta de tres fases, a través del cual se pretende sentar los precedentes necesarios para el fortalecimiento del patrimonio gastronómico del cantón Playas. Es importante resaltar la importancia de realizar las acciones posteriormente descritas de manera continua, para lograr un cambio efectivo en la realidad turística actual del cantón.

Siendo el turismo una actividad que prioriza el desarrollo incluyente de la comunidad en la que se realiza, protegiendo su identidad y patrimonio tangible e intangible, resulta más que evidente la necesidad de involucrar a la comunidad local en cada fase del plan. A fin de que la población no ejerza el papel de espectador, por el contrario, es ineludible que adopte un papel primordial dentro del proceso.

5.1.1. FASE 1: ARRANQUE.

En la etapa inicial denominada “Arranque” es necesario preparar el terreno que permita alcanzar el íntegro desarrollo del plan. Esta fase establece una base sólida para lograr el mejoramiento del turismo en el cantón. Esta primera etapa se divide en dos líneas de acción:

1. Programa de Vínculos con la Sociedad – Capacitaciones.

A pesar de que varios prestadores de servicios pertenecientes a la oferta gastronómica y turística de Playas alegan haber recibido capacitaciones en ciertas áreas, es cierto también que dichas capacitaciones no han llegado a todos ellos. En algunos casos, no han cubierto sus necesidades de aprendizaje y, sobretodo, han carecido de continuidad.

Actualmente, las universidades del país llevan a cabo programas de vinculación con la sociedad, en los cuales los estudiantes deben brindar ayuda en un área específica de estudio dentro de una determinada comunidad, contribuyendo así al desarrollo de la misma.

La ESPOL a partir de este año (2014) ha implementado el cumplimiento de este tipo de programas como requisito fundamental, el mismo que sus estudiantes deben cumplir para graduarse. Debido a esto, se propone que las charlas de capacitación para la comunidad playasense sean dictadas por estudiantes de carreras afines a este proyecto (por ejemplo: Licenciatura en Turismo, Ingeniería en Alimentos, etc.) contando con el apoyo de las autoridades pertinentes (Cámara de Turismo, Municipio), a más de los respectivos docentes de la institución.

De ser necesario, eventualmente podrían adicionarse temas de capacitación requeridas por los prestadores de servicios, sin embargo, se establece que las áreas de capacitación que presentan mayor prioridad y urgencia son:

- Manipulación de alimentos.
- Seguridad alimentaria.
- Servicio al cliente.

Así mismo, se proponen temarios base para cada área:

Tabla XXIV. Temarios de Capacitaciones.

Área de capacitación	Temarios
Manipulación de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos sobre los alimentos y su manipulación. • Conceptos básicos sobre la contaminación de alimentos. • Prácticas correctas en la manipulación de alimentos. • Limpieza e higiene del manipulador de alimentos, sus utensilios y del lugar de trabajo. • Normativas que rigen la manipulación de alimentos
Seguridad alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos sobre la contaminación de alimentos y sus diferentes tipos. • Métodos de conservación de alimentos. • Tipos de intoxicaciones e

	<p>infecciones provocadas por alimentos contaminados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico)
<p>Servicio al Cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos sobre la atención al cliente • Manejo de diferentes tipos de clientes • Resolución de problemas • Trabajo en equipo • Comunicación efectiva

Elaborado por: Autoras

Todos los estudiantes que deseen participar en este programa deberán inscribirse en su respectiva unidad académica siguiendo el procedimiento que sus autoridades determinen. También se sugiere que firmen una carta de compromiso en la cual se comprometen a llevar sus respectivas asignaciones con responsabilidad hasta la finalización del programa, aceptando cualquier penalización, por incumplimiento del mismo, que haya sido previamente acordada.

2. Charlas de socialización con la comunidad.

En concordancia con la primera línea de acción y como parte de la misma, las charlas de socialización deberán estar a cargo de los estudiantes universitarios. Esta línea de acción tiene como objetivo lograr que la comunidad se informe y se involucre de manera activa en el proceso.

Las charlas de socialización tendrán que incluir información clara y concisa sobre el plan, además de dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial que posee el cantón y la importancia urgente de su preservación.

Los lugares tentativos para llevarlas a cabo son:

- Instituciones educativas.
- Casas comunales (en caso de las comunas).
- Municipio (a través de conversatorios con la comunidad).

5.1.2. FASE 2: PUESTA EN MARCHA.

Aquí se plantea la creación de un nuevo producto turístico con base en la gastronomía local, que diversifique la oferta y resulte atractivo para sus visitantes. En esta fase se incluye también la promoción y difusión del plan.

No solo se propone impulsar el nuevo producto turístico, sino el turismo del cantón en general.

5.1.2.1. PROPUESTA CON RELACIÓN AL INGREDIENTE BASE.

Tal como se expuso en el capítulo 4 acerca del resultado de la pregunta N° 11 de la encuesta, “¿Cuál de las siguientes formas sería la más efectiva para que usted pudiera conocer acerca de la gastronomía típica de Playas?”, el 53% de encuestados eligió la opción “FERIAS DE GASTRONOMÍA”.

Así mismo, como se mostró en el punto 4.2.2. “Materias primas utilizadas en la elaboración culinaria” del capítulo anterior, el ingrediente base en casi todas las preparaciones típicas del cantón son los mariscos y diversidad de pescados.

En consecuencia de lo antes expuesto surge la propuesta del I FESTIVAL DEL MARISCO: PLAYAS Y SU PATRIMONIO GASTRONÓMICO.

Gráfico #18. Logo tentativo.



Fecha tentativa: 27 de septiembre (Día del Turismo)

Tabla XXV. Actividades del I Festival del Marisco:
Playas y su Patrimonio Gastronómico.

ACTIVIDADES DEL FESTIVAL	
Pre-Evento	Descripción
❖ Boletín de Prensa.	❖ Se envía el pertinente boletín de prensa del evento, además de la invitación a la rueda de prensa, a los medios de comunicación locales y nacionales.
❖ Rueda de Prensa.	❖ Se realiza, en un hotel del cantón, la respectiva rueda de prensa brindando la información oportuna del Festival.

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Concursos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concurso de Dibujo. ▪ Carrera de meseros. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Concursos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ I Concurso de dibujo: Mi Plato Preferido, dirigido a niños de entre 7 y 12 años de edad. ▪ Meseros certificados ponen a prueba sus habilidades y experiencia de servicio.
Día 2	Descripción
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Charla magistral: Tradición gastronómica. ❖ Cocina en vivo: Platos ancestrales. ❖ Concursos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Campeonato de Surf. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Un habitante del cantón expone sobre los orígenes de la gastronomía del cantón. ❖ Un cocinero experimentado oriundo del cantón enseña paso a paso la preparación de uno de los platos típicos más apetecidos por los playasenses: el caldo de chuhueco. El mismo que será degustado tanto por los pobladores locales como por los turistas. ❖ Concursos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ I Campeonato de Surf Playas: Surfeando entre Mariscos. A

Post-Evento	Descripción
❖ Encuestas de satisfacción	❖ La primera encuesta dirigida a los turistas que presenciaron el evento. La segunda para aquellos establecimientos turísticos que participaron en el evento.

Elaborado por: Autoras

5.1.2.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.

Como se estableció anteriormente, no se busca la promoción de este plan únicamente, sino de la actividad turística en general. Para ello, una vez más se incluye la participación estudiantil.

Programa de Vínculos con la Sociedad – Realización de la promoción del plan

Esta es otra área abierta para trabajar con el programa de vínculos. Los estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación Social (EDCOM) podrán contribuir con sus conocimientos y perspicacia en la promoción y difusión de este plan; claro está que contarán con la ayuda de sus respectivos profesores.

Entre las estrategias propuestas se tienen:

- Paneles con información de platos tradicionales, manifestaciones culturales, etc.- Ubicados a lo largo del malecón de Playas y en puntos estratégicos de las comunidades. Su objetivo será resaltar cosas poco conocidas sobre el lugar.
- Promoción activa dentro y fuera del cantón.- Aprovechar los eventos turísticos y deportivos que se realizan dentro de Playas y en otros cantones cercanos para promocionarse.
- Promoción activa a través de redes sociales.- Usar las diferentes redes sociales, para dar a conocer a las personas en cualquier lugar del país los diversos atractivos de Playas, los lugares que visitar y su patrimonio cultural, así como eventos que se realicen en el cantón. Es importante que este tipo de promoción sea continua y novedosa para generar interés en la población.
- Anuncios publicitarios en medios de comunicación.- La prensa escrita, radial y televisiva es una buena forma de promocionar los eventos en los que se busca atraer un flujo de turistas interesados no solo en actividades de sol y playa, sino culturales y gastronómicas (como lo es

el Festival del Marisco que se propone en esta tesis). También es muy útil para que, a través de reportajes o documentales, se dé a conocer el trabajo que se realiza con la comunidad.

5.1.3. FASE 3: DIAGNÓSTICO DE RESULTADOS.

Comprendiendo que el éxito del plan no sólo radicará en su “puesta en marcha” sino también en sus resultados posteriores, es necesario llevar a cabo un proceso de diagnóstico de resultados para comprobar la efectividad del mismo.

Para realizar este control de resultados se propone utilizar dos herramientas: la encuesta y los grupos focales:

Encuestas.

- Para los visitantes de la feria: Deberá llevarse a cabo cuando las personas salgan de la feria. Además de las preguntas para identificar el perfil de los visitantes (sexo, edad, ocupación, procedencia, etc.) tendrán que incluirse preguntas que controlen la satisfacción respecto al evento y las sugerencias para la mejora del mismo.

- Para los participantes de la feria: Tendrán que contestar preguntas que revelen su opinión respecto a la organización, su participación y la respuesta de los asistentes, así como sugerir mejoras para el posterior desarrollo del evento. También deberán dar su opinión respecto a cómo contribuirá esta feria y la propuesta en general para el desarrollo de sus negocios.

Grupos Focales.

- Para los participantes de la propuesta: A llevarse a cabo días después de la realización de la feria. Se buscará estudiar de una manera más directa y “en vivo” las reacciones del participante con respecto al evento y al plan en general, escuchando atentamente sus opiniones y generando así una vía para que expresen si lo que se está llevando a cabo resulta útil o no para su negocio, a más de sugerencias mucho más concretas y reales para mejorar el plan y darle un mayor impulso turístico al cantón. Debido a que en los grupos focales el número de participantes es de 6 a 12 personas, se recomienda que éstos sean elegidos cuidadosamente y cumplan ciertas características que ayuden a alcanzar el objetivo de esta actividad, por lo que se propone las siguientes:

- Haber participado en más de una fase de la propuesta (no sólo en la feria, sino en las capacitaciones)
- Ser parte de la oferta turística de la comunidad playasense.
- Haber llenado la encuesta luego de su participación en la feria (la validez de las opiniones que proporcionen en las encuestas será tomada en cuenta durante la elección de los participantes).

5.1.4. ACTORES INVOLUCRADOS EN EL CONTROL, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA.

El turismo es una actividad que abarca a muchas partes. A más de los prestadores de servicios, que son quienes están en contacto directo con la demanda, están también las organizaciones gubernamentales, los organismos de apoyo y por supuesto, la empresa privada y la población local.

Un plan, proyecto o propuesta que se desee sea factible, necesita involucrar a cuantos actores sociales le sea posible, siempre y cuando sus áreas de participación se definan desde el principio para que cada actor haga lo que le corresponde.

La OMT en su definición de desarrollo sostenible del turismo, recalca también la importancia de involucrar a los actores sociales:

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias (2004).

La experiencia dicta que un plan tiene más oportunidades de ser considerado exitoso, si en él se crean acciones conjuntas que incluyan la participación de todos los actores sociales y se fomente una buena relación entre todos, a más del seguimiento necesario para hacer retroalimentaciones de ello. Mientras más involucrada esté la comunidad en la planificación y desarrollo del plan, mejor acogida tendrá y su permanencia será más duradera. (IFC, 2007)

A continuación se presenta un cuadro en el que se enlistan los principales actores que intervienen en el control, promoción y comercialización de la oferta gastronómica de Playas y que a su vez son los actores implicados en el plan propuesto. Cabe recalcar que en este caso, se entiende como actores de control a todos aquellos que no sólo vigilan a la oferta, sino que intervienen de alguna forma en el servicio que esta presta.

Tabla XXVI. Actores sociales que intervienen en el control, promoción y comercialización de la oferta gastronómica.

Actores	Campo de acción	Funciones
<p>Gobierno Autónomo y Descentralizado Municipal del Cantón Playas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> •Controlar que los establecimientos cumplan con los requerimientos para un local de A&B. •Controlar que se cumplan las normas de higiene necesarias para la manipulación de alimentos. •Crear espacios en los que los involucrados en el sector turístico puedan dar opiniones y sugerencias sobre el desarrollo turístico en el cantón. •Coordinar acciones conjuntas que promuevan el turismo responsable entre las comunidades del cantón. •Difundir y promocionar activamente las actividades turísticas que se proyecten

		<p>realizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar que los prestadores de servicios sean capacitados continuamente. • Promover la inversión turística de la empresa privada.
<p>Ministerio de Turismo – Subsecretaría de turismo del Litoral</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar que establecimientos cumplan en su totalidad las normativas necesarias para su funcionamiento. • Llevar un registro de los locales dedicados a las actividad turística, y en este caso, de los que brindan el servicio de A&B. • Promocionar la actividad turística del cantón.
<p>Cámara de Turismo capítulo Playas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Dictar cursos de capacitación en diversas áreas para los prestadores de servicios turísticos. • Involucrar a la comunidad en

		<p>las actividades y campañas que se realicen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la actividad turística del cantón.
<p>Ministerio de Ambiente – Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC) Zona especial de manejo Playas-Posorja-Pto. Morro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear espacios de capacitación y desarrollo –en materia medio ambiental- tanto para los prestadores de servicios como para la comunidad en general. • Vigilar el cumplimiento de las acciones de protección al medio ambiente. • Promocionar la actividad turística del cantón.
<p>Asociación de Restaurantes y Comedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar capacitarse en diversas áreas para brindar un servicio de calidad.
<p>Asociaciones turísticas del cantón (hoteleros, carpas y casilleros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar capacitarse en diversas áreas para brindar un servicio de calidad.

Población local	<ul style="list-style-type: none"> • Control • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar que los actores cumplan con sus funciones. • Interesarse por conocer su patrimonio intangible y protegerlo. • Informarse de las actividades que se realizan en beneficio de la actividad turística del cantón para así poder informar a los visitantes que lleguen al destino.
Empresa privada	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción • Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear puestos de trabajo para la comunidad. • Promocionar la actividad turística del cantón.
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir la promoción turística oficial de Playas

Elaborado por: Autoras

CONCLUSIONES

1. El fortalecimiento del patrimonio cultural, culinario y gastronómico del Cantón General Villamil sí contribuye con la diversificación de su oferta turística, comprobando así la hipótesis.
2. La oferta gastronómica del cantón General Villamil es similar a la encontrada a lo largo de la línea costera ecuatoriana, sin embargo se pueden destacar dos productos diferenciadores: las ostras y la corvina.
3. Sus platos autóctonos no se encuentran en los menús de los establecimientos de alimentos y bebidas, principalmente por el elevado tiempo de preparación y el desconocimiento de los turistas e incluso de la población local. Además sus manifestaciones culturales lamentablemente no tienen relación alguna con su gastronomía típica.

4. La calidad en el servicio al cliente y la imagen que los establecimientos de alimentos y bebidas proyectan al turista es pobre y deficiente, evidenciando no sólo el descuido de los propietarios sino también la falta de control por parte de las autoridades pertinentes del cantón.
5. Los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, recolección de basura) presentan irregularidades que incomodan tanto a pobladores como a turistas.
6. La demanda está conformada en su mayoría por turistas provenientes de la provincia del Guayas, jóvenes de entre 18 y 30 años y padres de familia de entre 31 y 45 años que van a vacacionar y permanecen, en su mayoría, menos de 24 horas.
7. Más de la mitad de esta misma demanda califica de “buena” a la gastronomía que se ofrece actualmente y está dispuesta a degustar los platillos autóctonos del cantón.
8. Los prestadores de servicios están dispuestos a recibir capacitación y a trabajar en conjunto con las autoridades para mejorar la imagen del cantón y poder brindar un servicio de calidad que asegure la constancia del turista.

9. Pese a que en el cantón es posible encontrar mariscos frescos y de calidad, la mayor parte del año, no existen eventos masivos ni bien promocionados que den a conocer la gastronomía local. Este es un recurso poco explotado capaz de atraer un gran número de turistas anualmente.

RECOMENDACIONES

1. Dar a conocer la calidad de los productos del mar que posee el cantón, mediante eventos gastronómicos que además enfatizen su patrimonio gastronómico con el fin de diversificar su oferta turística.
2. Es ineludible que las autoridades pertinentes (Municipio, Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente) realicen los adecuados controles a los establecimientos turísticos del cantón, en especial medida a los establecimientos de alimentos y bebidas, y así garantizar al turista el correcto funcionamiento de los mismos.
3. Es necesaria la participación y una buena relación entre todos los actores sociales del cantón no solo para el desarrollo de la propuesta

presentada, sino de manera general para alcanzar el desarrollo gastronómico y turístico del mismo.

4. Se debe aprovechar la disposición de los prestadores de servicios para capacitarse y trabajar por el desarrollo gastronómico y general del cantón, debido a que los mismos son un factor clave para que el turista regrese y frecuente el destino.
5. Es necesaria la organización y ejecución de más eventos turísticos dentro del cantón, especialmente en temporada baja, los cuales deben ser oportunamente promocionados en los diversos medios de comunicación.
6. Se debe considerar que la retroalimentación es un punto primordial, aunque muchas veces obviado, al finalizar cualquier tipo de proyecto turístico ejecutado dentro de una comunidad. Solo a través de la misma se logrará una mejora evolutiva dentro del proceso.

ANEXOS

ANEXO I – ENTREVISTA



ENTREVISTA

TEMA DE TESIS: "DIAGNÓSTICO DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y CULINARIO DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL, PROVINCIA DEL GUAYAS Y PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO"

Objetivos:

- *Identificar los conocimientos que tienen los turistas sobre el patrimonio gastronómico y cultural del cantón Playas.*
- *Conocer la percepción de la demanda respecto a los servicios de alimentos y bebidas brindados en el cantón.*

Fecha: _____ Hora: _____ Número de encuesta: _____

Lugar de procedencia: _____

1. ¿Conoce usted alguna celebración tradicional del cantón Playas?
2. ¿Qué platos típicos del cantón conoce? ¿Cuál de ellos prefiere degustar cuando visita Playas?

3. ¿Qué opina sobre los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón?
¿Piensa que hay algo en lo que deberían mejorar?

4. ¿Qué piensa usted que se deba hacer para que el cantón Playas sea atractivo para los turistas?

ANEXO II – ENCUESTA



CUESTIONARIO

TEMA DE TESIS: “DIAGNÓSTICO DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y CULINARIO DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL, PROVINCIA DEL GUAYAS Y PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”

Número de encuesta: _____ Lugar de procedencia: _____

1. Edad:

- | | |
|---|---|
| Entre 18 – 30 años <input type="checkbox"/> | Entre 46 – 60 años <input type="checkbox"/> |
| Entre 31 – 45 años <input type="checkbox"/> | Entre 61 – 75 años <input type="checkbox"/> |
| Más de 75 años <input type="checkbox"/> | |

2. Sexo:

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| Femenino <input type="checkbox"/> | Masculino <input type="checkbox"/> |
|-----------------------------------|------------------------------------|

3. Estado civil:

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Soltero <input type="checkbox"/> | Casado <input type="checkbox"/> |
| Divorciado <input type="checkbox"/> | Unión libre <input type="checkbox"/> |
| Viudo <input type="checkbox"/> | |

4. Ocupación:

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Estudiante <input type="checkbox"/> | Profesional <input type="checkbox"/> |
| Comerciante <input type="checkbox"/> | Ama de casa <input type="checkbox"/> |
| Otro <input type="checkbox"/> | |

5. Motivo principal del viaje

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Vacaciones | <input type="checkbox"/> | Práctica de deportes | <input type="checkbox"/> |
| Visita a familiares | <input type="checkbox"/> | Probar la gastronomía | <input type="checkbox"/> |

6. Por lo general cuando viaja a Playas, ¿cuánto tiempo permanece en el cantón?

- Menos de 24 horas
- Uno a 2 días
- Tres a 5 días
- Más de 5 días

7. Durante su visita al cantón Playas, ¿de dónde generalmente adquiere sus alimentos?

- Cabañas en la playa
- Restaurantes fuera de la playa
- Patio de comidas del centro comercial
- Vendedores ambulantes
- Otros (Especifique) _____

8. ¿Cómo calificaría usted a la gastronomía ofrecida en el Cantón Playas?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|--------|--------------------------|
| Muy buena | <input type="checkbox"/> | Mala | <input type="checkbox"/> |
| Buena | <input type="checkbox"/> | Pésima | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> | | |

9. ¿Le interesaría conocer más acerca de la gastronomía típica de este cantón?

- Sí No ¿Por qué? _____

10. ¿Cuál de las siguientes formas sería más efectiva para que usted pudiera conocer acerca de la gastronomía típica de Playas?

(Estas serían realizadas en el cantón)

- Publicaciones escritas Ferias de gastronomía
 Vallas publicitarias Recorridos turísticos
 Otros (*Especifique*) _____

11. a ¿Ha escuchado o probado alguno de los siguientes platos?:

	ESCUCHADO		PROBADO	
	SI	NO	SI	NO
Caldo de chuhueco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ensalada de Zapata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sopa de ostión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ceviche de calamar gigante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ensalada de churito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.b A parte de estos platos, ¿conoce algún otro?

- Sí *Especifique* _____ No

12. Si los restaurantes ofrecieran alguno de los platos tradicionales antes mencionados, ¿estaría dispuesto a probarlos?

- Sí No

13. Según su percepción, ¿cuál de las siguientes mejoras sería la más importante en ser aplicada por los establecimientos de alimentos y bebidas?

- Mejorar el servicio/atención al cliente.
- Limpieza del local.
- Implementar control sanitario.
- Extender sus horarios de atención.

14. Según su percepción, ¿cuál de las siguientes mejoras sería la más importante en ser aplicadas en el cantón?

- Vías de acceso al cantón.
- Calles del cantón.
- Servicios básicos del cantón (alcantarillado, agua, luz)
- Ornamentación y limpieza del cantón.

BIBLIOGRAFÍA

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 2001. Código Ético Mundial para el Turismo: Por un Turismo Responsable. 5p. Disponible en: http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf
- ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. 2002. Constitución Política de la República del Ecuador. 9p. 35p. 110p. Disponible en: <http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. 2003. Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París. 3p. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 2013. Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/content/w68jr8/fulltext.pdf>

- BOHÓRQUEZ, Javier y MARIDUEÑA, Farid. 2013. Estudio de la situación actual del cantón General Villamil Playas y propuesta de reactivación del turismo a través del desarrollo de un plan integral. Magíster en Administración de Empresas. Guayaquil, Universidad Politécnica Salesiana, Unidad de Postgrados. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4304/1/UPS-GT000394.pdf>
- HUACÓN, Diana y MURRIETA, Margarita. 2010. Creación de una Guía Virtual Turística Gastronómica típica ancestral del cantón General Villamil Playas de la Provincia del Guayas. Licenciatura en Turismo. Guayaquil, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar.
- BRILLAT, Jean. 2001. Fisiología del Gusto. Barcelona España, Editorial Óptima. 15p. Disponible en: http://www.academia.edu/attachments/31706044/download_file?st=MTQxMDkxNjI5MSwxOTAuMjE0LjlyMS43Nw%3D%3D&s=popover
- SCHLUTER, Regina y WINTER, Gabriel. 2003. Turismo: Una perspectiva empresarial. Buenos Aires, Argentina, Centro de Investigación y Estudios Turísticos.
- NUNES DOS SANTOS, Cristiane. 2007. Somos lo que comemos: Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. Bahía, Brasil. 239p. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf>

- CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO. 2008. La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo: el caso de Tomás Jofré – Parte 1. Universidad Nacional de San Martín. Buenos Aires, Argentina. 18p. Disponible en: <http://www.unsam.edu.ar/escuelas/economia/cidetur/Estudio%20Tom%C3%A1s%20Jofr%C3%A9%20-Parte%201.pdf>
- DICCIONARIO de la Lengua Española, Editorial Espasa Calpe. 2005. [en línea] <<http://www.wordreference.com/definicion/gastronom%C3%ADa>> [consulta: 9 de octubre del 2013]
- NEW OXFORD AMERICAN DICTIONARY, Oxford University. 2001. [en línea] <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/gastronomy?q=GASTRONOMY>> [consulta: 9 de octubre del 2013]
- MONTESINOS, Antonio. 2012. Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible: Servicios, Rutas, Productos y Destinos. México D.F. Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. 85p.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. 2011. ¿Qué es el Patrimonio Cultural Inmaterial? 3p. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf>

- HALL, Michael y SHARPLES Liz. 2003. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets. New York, USA, Butterworth – Heinemann. 10p.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION. 2012. Global Report on Food Tourism, UNWTO, Madrid. 6-7p. Disponible en: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf
- KERLINGER, Fred. 1979. Behavioral research: A conceptual approach. New York: Holt, Rinehart, and Winston. 116p.
- BAPTISTA, Pilar; FERNÁNDEZ, Carlos; HERNÁNDEZ, Roberto. 2006. Metodología de la Investigación. 4º Edición. México D.F., Mc Graw-Hill. 164, 210, 310p.
- DANKHE, Gordon. 1989. Investigación y comunicación. En Baptista, Fernández y Hernández. Metodología de la Investigación. 4º Edición. México D.F., Mc Graw-Hill. 102p.
- SABINO, Carlos. 1992. El Proceso de Investigación. Caracas, Venezuela, Editorial Panapo. 65, 97, 98p. Disponible en: <http://es.slideshare.net/male2712/sabino-carlos-el-proceso-de-investigacion>
- BRIONES, Guillermo. 1995. Métodos y Técnicas de Investigación. Bogotá, Colombia, Instituto Colombiano Para el Fomento de la Educación Superior. 30p. Disponible en:

<http://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>

- BALESTRINI, Mirían. 2006. Como se Elabora el Proyecto de Investigación. 7° Edición. Caracas, Venezuela, Editorial BL Consultores Asociados. 137-142p Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/158963693/Como-Se-Elabora-El-Proyecto-de-Investigacion-Ballestrini-7ma>
- TAMAYO, Mario y Tamayo. 2003. El Proceso de la Investigación Científica. 4° Edición. México D.F., Editorial Limusa. 176P. Disponible en: http://www.imt.mx/images/files/SPC/Convocatorias/Formatos/Bibliografia/MARIO_TAMAYO_PROCESO_INVEST_CIENTIFICA.pdf
- ARIAS, Fidas. 2012. El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica. 6° Edición. Caracas, Venezuela, Editorial Episteme. 67, 68, 73, 74p. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/231204547/El-Proyecto-de-Investigacion-Fidas-Arias-2012-6ta-edicion>
- DICCIONARIO de la Lengua Española, Real Academia Española. 2001. [en línea] <<http://lema.rae.es/drae/?val=encuesta>> <<http://lema.rae.es/drae/?val=entrevistar>> <<http://lema.rae.es/drae/?val=cuestionario>> [consulta: 14 de marzo del 2014]

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 2004. Desarrollo sostenible del turismo.
- CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL. 2007. Relaciones con la comunidad y otros actores sociales: Manual de prácticas recomendadas para las empresas que hacen negocios en mercados emergentes. Washington D.C., USA. 27p. Disponible en: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/b7fe528048855c5a8ba4db6a6515bb18/IFC_StakeholderEngagement_Spanish.pdf?MOD=AJPERES