



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recursos Naturales

“RUTA GASTRONÓMICA DEL ENCEBOLLADO COMO PARTE
REPRESENTATIVA DE LA IDENTIDAD GUAYAQUILEÑA”

PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIATURA EN TURISMO

BERMEO CEVALLOS LEONELA GUADALUPE

HERRERA PERALTA ASTRID CAROLINA

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2016

AGRADECIMIENTO

A Dios en primer lugar por darme la fortaleza necesaria para poder seguir adelante en mi vida profesional, muchas veces pensé que todo estaba perdido, sin embargo Él siempre estuvo presente.

A mi madre Celia Cevallos y a mi padre Luis Bermeo, quienes con su esfuerzo pudieron brindarme todo el apoyo necesario para culminar mi carrera profesional. Gracias a sus consejos he culminado una meta en mi vida, los amo.

A Kevin Bermeo, que a pesar de las peleas de hermanos siempre ha estado a mi lado y es un pilar fundamental en mi vida.

A novio; mejor amigo y compañero a la vez, porque en el último tramo de mi carrera se volvió una persona muy importante en mi vida, apoyándome y guiándome cada momento.

A los profesores de toda mi vida, a cada uno de ellos porque gracias a sus conocimientos y dedicación al momento de enseñar pude concluir mi carrera profesional. A todos, muchas gracias

Leonela Guadalupe Bermeo Cevallos

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a mis padres Rubén Herrera, Dora Peralta y Gonzalo Carrillo por su inmensa paciencia y comprensión, por dejar de lado sus sueños para que yo pueda hacer posible los míos, a mi tía Mechita quien en su momento fue como una madre, una mujer con un alma limpia pero sobre todo dispuesta a darse por los demás; a mi tío Joffre Peralta por ser especial e incondicional al estar presente en momentos importantes de mi vida.

A mis profesores pero en especial a mi profesora del pre Karina Govea por formar parte de esta experiencia en Espol, a todas las personas que conocí en mi segunda casa las que me enseñaron que lo que hace que la vida sea tan valiosa es que no dura siempre y que aunque fracasemos. ¿Qué mejor manera hay de vivir?

A mi hermana pero que en realidad es mi cuñada Karen Robalino por ser incondicional, por enseñarme no con palabras sino con ejemplo y finalmente a la princesa de la casa Camila Herrera por brindarme sonrisas y abrazos sinceros, porque cuando me veía que lloraba de frustración por mi proyecto me decía “No llore Tía”, gracias mi pequeña.

Astrid Carolina Herrera Peralta

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a Dios, porque después de tanto esfuerzo y sacrificio logro concluir esta etapa de mi vida con la ayuda de Él.

Se lo dedico a mi madre, porque ella ha estado cada momento apoyándome y guiándome cuando la necesitaba, a pesar de los momentos difíciles que hemos pasado pudimos seguir adelante cada vez más fuertes.

A mi padre quien, que a pesar de estar tan lejos siempre ha estado apoyándome y fue él quien me enseñó el valor del estudio, es la mejor herencia que pude recibir.

A mi hermano que muchas veces ha hecho el papel de padre, llamándome la atención y brindándome las fuerzas para seguir adelante.

Se lo dedico a mi familia en general y a cada persona que colaboró con un granito en la construcción de este sueño que aún no termina; mi vida profesional.

Leonela Guadalupe Bermeo Cevallos

DEDICATORIA

A Dios

Por permitirme llegar hasta este punto de mi vida, por ser mi fortaleza para no desmayar en mis momentos de frustración, con todo mi corazón y con gran humildad se la dedico primero a Él.

A mi Mama Dora Peralta

Por ser más que una madre, mucho más que una consejera, porque sencillamente es mi Ángel, quien lo dio todo para que yo alcance mis sueños porque muchas veces no entendí cuando me decía “No” pero hoy se lo agradezco infinitamente, porque cree en mí de una manera inexplicable. Te Amo

A mi Papá

Por enseñarme amar con el corazón, porque tu ejemplo rompió todas las barreras que pueden existir entre el cielo y la tierra. Porque tu ejemplo me impulsó a llegar hasta aquí, y aunque no podamos compartir estos momentos juntos, sé que disfrutas este logro.

A mi Esposo

Por ser mi persona favorita, mi compañero de vida, quien oraba conmigo cuando tenía que rendir mis exámenes, quien con paciencia se sentaba hablarme de lo duro que es la vida pero que con esfuerzo puedo llegar a cosas grandes; y lo que nunca voy a olvidar es una frase que me dijo “Un Título sin Dios no significa nada, pero un Título con Dios lo significa TODO”

A mi Hermano

Por enseñarme que la vida te enseña dos cosas a ser fuerte y a continuar, casi nunca se lo digo pero realmente admiro su fortaleza, su forma desmedida de dar, el empeño y responsabilidad con el que hace las cosas.

Astrid Carolina Herrera Peralta

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

M.Sc. RAFAEL ARCE BASTIDAS

DIRECTOR

M.Sc. GABRIEL CASTRO

TUTOR

M.Sc. FANNY MANNER

EVALUADOR

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponde exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

Leonela Guadalupe Bermeo Cevallos

Astrid Carolina Herrera Peralta

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----------|
| AGRADECIMIENTO | II |
| DEDICATORIA | IV |
| TRIBUNAL DE GRADO | VI |
| DECLARACIÓN EXPRESA | VII |
| ÍNDICE GENERAL | VIII |
| RESUMEN EJECUTIVO | X |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES | XI |
| ÍNDICE DE TABLA | XII |
| CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1 ANTECEDENTES..... | 1 |
| 1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.3 OBJETIVO GENERAL..... | 3 |
| 1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 3 |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN..... | 3 |
| 1.6 ALCANCE DEL ESTUDIO..... | 4 |
| 1.7 OBJETO DE ESTUDIO..... | 4 |
| 1.7.1 HISTORIA..... | 5 |
| 1.7.2 DATOS GEOGRÁFICOS..... | 5 |
| 1.7.2.1 LÍMITES..... | 6 |
| 1.7.2.2 SUPERFICIE..... | 6 |
| 1.7.2.3 PARROQUIAS URBANAS DE GUAYAQUIL..... | 6 |
| 1.7.2.4 CLIMA..... | 6 |
| 1.7.3 GASTRONOMÍA..... | 7 |
| 1.7.3.1 PLATOS TÍPICOS..... | 7 |
| 1.7.4 TRADICIONES Y COSTUMBRES..... | 10 |
| CAPÍTULO 2 REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 11 |
| 2.1 IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN LA COMUNIDAD RECEPTORA..... | 11 |
| 2.2 LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO..... | 12 |
| 2.3 LA GASTRONOMÍA COMO PARTE DE LA IDENTIDAD EN UN DESTINO..... | 13 |
| 2.4 PRINCIPALES DESTINOS GASTRONÓMICOS EN EL MUNDO..... | 13 |
| 2.5 RUTAS GASTRONÓMICAS COMO PRODUCTO TURÍSTICO..... | 14 |
| MARCO TEORICO..... | 15 |
| 2.7 IDENTIDAD..... | 16 |
| 2.8 IDENTIDAD CULTURAL..... | 16 |
| 2.9 CULTURA..... | 16 |
| 2.9.1 CARACTERÍSTICAS UNIVERSALES DE LA CULTURA..... | 17 |
| 2.10 TURISMO..... | 17 |
| 2.10.1 ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO..... | 17 |
| 2.10.1.1 GOBERNANZA..... | 18 |
| 2.10.1.2 COMUNIDAD RECEPTORA..... | 18 |
| 2.10.1.3 DEMANDA..... | 18 |
| 2.10.1.4 ATRACTIVOS..... | 19 |
| 2.10.1.5 INFRAESTRUCTURA..... | 19 |
| 2.10.1.6 EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES..... | 19 |
| 2.11 TURISMO GASTRONÓMICO..... | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 2.12 RUTA GASTRONÓMICA..... | 21 |
| 2.12.1 CARACTERÍSTICA DE LA RUTA GASTRONÓMICA..... | 22 |
| CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA APLICADA..... | 23 |
| 3.1 ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO..... | 23 |
| 3.2 ENCUESTA DE SASTIFACCIÓN..... | 23 |
| 3.3 ANALISIS DE OBSERVACION..... | 24 |
| 3.4 UTILIZACION DE LA HERRAMIENTA DE SISTEMA DE INFORMACION GEOGRAFICA ARCGIS..... | 24 |
| CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADO..... | 25 |
| 4.1 HISTORIA DEL ENCEBOLLADO: ANALISIS BIBLIOGRÁFICO POR JIMÉNEZ..... | 25 |
| 4.2 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS..... | 26 |
| 4.2.1 GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS..... | 27 |
| 4.3 SELECCIÓN DE RESTAURANTES..... | 29 |
| 4.4 SELECCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS..... | 30 |
| CAPÍTULO V PROPUESTA..... | 34 |
| 5.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA..... | 34 |
| 5.2 INTRODUCCIÓN..... | 34 |
| 5.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA..... | 34 |
| 5.3.1 DISEÑO DE LA RUTA..... | 34 |
| 5.3.1.1 UBICACIÓN..... | 34 |
| 5.3.1.2 INFRAESTRUCTURA..... | 36 |
| 5.3.1.3 ACCESIBILIDAD..... | 37 |
| 5.3.2 COMPONENTES DE LA RUTA..... | 37 |
| 5.3.2.1 GRAN ARRECIFE..... | 37 |
| 5.3.2.2 MANOLO PICANTERÍA..... | 38 |
| 5.3.2.3 PICANTERÍA CORDERO JR..... | 39 |
| 5.3.2.4 AQUÍ ESTÁ MARCELO..... | 40 |
| 5.3.2.5 EL PEZ VOLADOR..... | 41 |
| 5.3.2.6 LAS DELICIAS DE MARCELO..... | 41 |
| 5.3.2.7 PICANTERÍA AMPARITO..... | 42 |
| 5.3.2.8 MARISQUERÍA EL LECHÓN..... | 43 |
| 5.3.2.9 PICANTERÍA VALDANO..... | 43 |
| 5.3.3 MARCA DE LA RUTA..... | 44 |
| 5.3.4 ITINERARIO PARA EL PAQUETE TURÍSTICO DE LA RUTA DEL ENCEBOLLADO..... | 45 |
| 5.5 MAPA FINAL DE LA RUTA DEL ENCEBOLLADO..... | 46 |
| 5.6 FOLLETO DE LA RUTA..... | 47 |
| 5.7 PUBLICIDAD..... | 49 |
| 5.7.1 PÁGINA WEB..... | 49 |
| 5.7.2 REDES SOCIALES..... | 49 |
| 5.7.2.1 FACEBOOK..... | 49 |
| 5.7.2.2 TWITTER..... | 49 |
| 5.7.2.3 INSTAGRAM..... | 49 |
| 5.8 TABLA DE RESUMEN SOBRE LA RUTA DEL ENCEBOLLADO..... | 49 |
| CONCLUSIONES..... | 52 |
| RECOMENDACIONES..... | 53 |
| ANEXOS..... | 54 |
| REFERENCIAS..... | 62 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 65 |

RESUMEN EJECUTIVO

Guayaquil, es una importante ciudad del país que aún no se ha potencializado como destino gastronómico; el recurso está presente sin embargo existe un desaprovechamiento y esto es un problema para el turismo.

El presente proyecto busca el aprovechamiento del recurso gastronómico, en este caso utilizando el encebollado; mediante una ruta gastronómica.

En el primer capítulo se presenta la problemática, es decir el desaprovechamiento del recurso gastronómico para su correcta difusión y reconocimiento; los objetivos planteados para el desarrollo del proyecto, el alcance que tendrá el mismo y la descripción de la ciudad.

El segundo capítulo tiene la revisión de la literatura basada en diversos artículos científicos, donde se exponen las posturas del turismo gastronómico según varios autores y un marco teórico que permite el entendimiento del proyecto.

En el tercer capítulo se puede encontrar la metodología aplicada en el proyecto como la utilización de fichas de observación, encuestas de satisfacción, entrevistas a expertos y varias herramientas para obtener su finalidad.

El cuarto capítulo presenta los nueve restaurantes incluidos en la ruta como son: Gran Arrecife, Manolo Picantería, Picantería Cordero Jr., Aquí está Marcelo, El Pez Volador, Las Delicias de Marcelo, Picantería Amparito, Marisquería El Lechón y Picantería Valdano que son el resultado obtenido de las encuestas de satisfacción realizadas a clientes, la ficha de inventarios de atractivos turísticos y la utilización del Sistema de Información Geográfica ArcGis; a partir de ellos se realiza la ruta gastronómica incluyendo restaurantes conocidos y sitios de interés turístico de la ciudad.

La propuesta está en el quinto capítulo, allí está detallada cada parada que posee la ruta gastronómica con la respectiva descripción, incluyendo un mapa y folleto turístico con las actividades que son posibles realizar en cada parte de la ciudad.

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1 - Árbol de Problema
- Figura 2. - Plato Típico Arroz con menestra y carne.
- Figura 3 - Plato Típico Guatita
- Figura 4- Plato Típico Seco de pollo
- Figura 5- Plato Típico Caldo de Salchicha
- Figura 6- Plato Típico Caldo El Encebollado
- Figura 7 – Sistema Turístico de Sergio Molina
- Figura 8 - Nivel de satisfacción en la comida
- Figura 9 - Nivel de satisfacción en el servicio recibido
- Figura 10 - Nivel de satisfacción en la infraestructura del lugar:
- Figura 11 - Nivel de satisfacción en el ambiente del restaurante
- Figura 12 - Recomendación del lugar
- Figura 13 - Restaurantes que conforman la ruta gastronómica.
- Figura 14 – Calles de la ruta gastronómica.
- Figura 15 – Leyenda de los nombres de los restaurantes.
- Figura 16 – Mapa de la ruta gastronómica.
- Figura 17 – Sectores de la ruta gastronómica.
- Figura 18 –Mapa de los Sectores de la ruta gastronómica
- Figura 19 –Restaurante Gran Arrecife
- Figura 20 –Encebollado preparado en el restaurante Gran Arrecife
- Figura 21 –Restaurante Manolo Picantería
- Figura 22 –Encebollado preparado por el Restaurante Manolo Picantería
- Figura 23 –Restaurante Picantería Cordero Jr.
- Figura 24 –Encebollado preparado por el Restaurante Picantería Cordero Jr.
- Figura 25 –Restaurante El Pez Volador
- Figura 26 –Encebollado preparado por el Restaurante El Pez Volador
- Figura 27 –Encebollado preparado por el Restaurante Picantería Amparito
- Figura 28 –Restaurante Picantería Amparito
- Figura 29 –Encebollado preparado por el Restaurante Marisquería El Lechón
- Figura 30- Encebollado preparado por el Restaurante Picantería Valdano
- Figura 31 - Logo de la Ruta
- Figura 32 - Mapa final de la ruta del encebollado
- Figura 33 - Folleto de la Ruta parte frontal
- Figura 34 - Folleto de la Ruta parte interior.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Destinos gastronómicos en el mundo

Tabla 2 Jerarquización de acuerdo a la ficha de inventario de atractivos turísticos.

Tabla 3 Restaurantes idóneos para la creación de la ruta gastronómica.

Tabla 4 Jerarquía del mapa de la ruta gastronómica.

Tabla 5 Resumen de la ruta gastronómica.

CAPÍTULO # 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

A partir del siglo XXI la actividad turística se ha desarrollado con grandes cambios, debido a que los viajeros buscan lugares para disfrutar distintas experiencias, lo que origina nuevas tendencias; razón por la cual buscan destinos con el propósito de apreciar la gastronomía local. Un claro ejemplo es Portugal, relevante del turismo gastronómico cuya finalidad es la participación de eventos como el Festival Internacional Del Chocolate.

Según Saramango (2002), durante los últimos años se manifestó un turismo que empezó a buscar lugares públicos y restaurantes donde se pueda comer bien, con el mismo ánimo con el que se procuraban antiguamente las iglesias románicas. Este nuevo segmento dio origen al turismo gastronómico que con el pasar de los años adquiere mayor relevancia.

Las nuevas tendencias como carácter simbólico del lugar; pero también por la capacidad de generar para así dinamizar la economía y la cultura de las ciudades o países donde se la práctica.

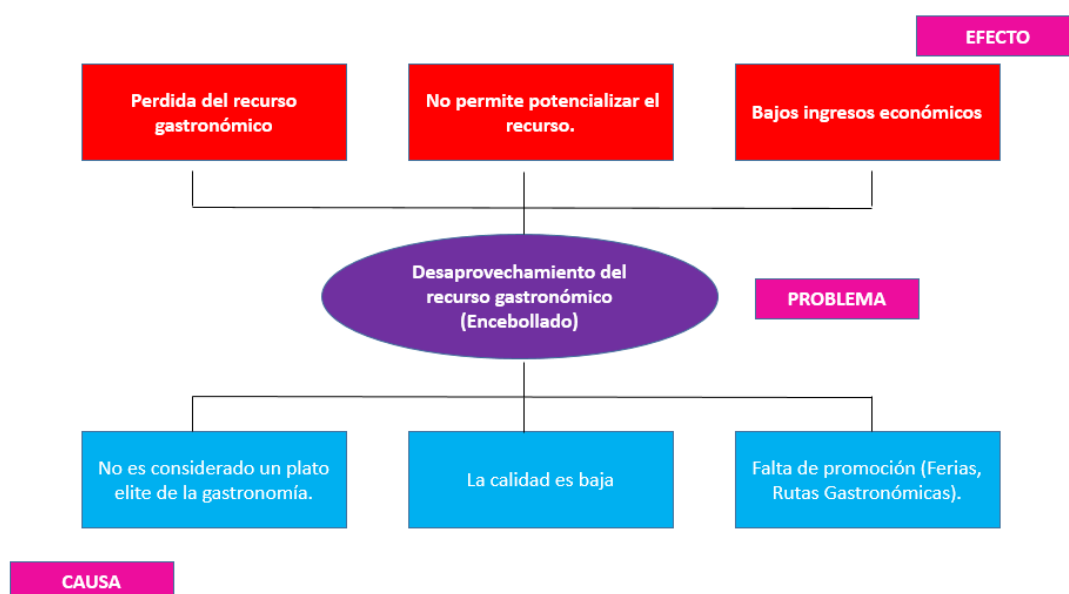
La motivación es necesaria para entender el turismo gastronómico, la mayoría de viajeros recurren a los establecimientos de comida para satisfacer las necesidades fisiológicas como lo mencionaba Maslow y su pirámide. Según Filds, (2002) tomando en cuenta las teorías de RitchieGoeldner y McIntosh (1990) identifica cuatro tipos de motivaciones asociadas al turismo como tipo físico, cultural, interpersonal y de estatus y prestigio.

Las rutas gastronómicas juegan un papel importante en la difusión de una ciudad como destino turístico. Guayaquil posee una riqueza alimenticia con variedad de platos; siendo el encebollado uno de los más representativos de su cultura e identidad.

El desaprovechamiento del encebollado como recurso gastronómico, tiene sus principales causas debido a que es considerado como un plato popular, existe un desinterés en la promoción y porque no se realizan ferias o exposiciones para la venta. Estas causas tienen efectos negativos ya que provocan falta de identidad en los ciudadanos, bajo reconocimiento del recurso y disminución en los ingresos económicos y turísticos.

Se pueden evidenciar las causas y efectos en el siguiente árbol de problemas ilustrado a continuación:

Figura 1- Árbol de Problema



Elaborado por Autoras.

El propósito de este proyecto es desarrollar la Ruta del Encebollado (Lugar, servicio, precio, confort); que permita a los turistas conocer los lugares más representativos de Guayaquil donde se pueda degustar este plato. La finalidad es difundir la ciudad como un destino turístico gastronómico.

1.2 Definición del Problema

En Guayaquil hay múltiples lugares que poseen gastronomía tradicional, destacándose el encebollado entre los alimentos que más representan la identidad sin embargo, **no es aprovechado para su difusión y sobresalir en el mundo como un nuevo destino gastronómico como Perú o México**, reconocidos mundialmente.

Ante esta problemática surge la pregunta: ¿Cómo se puede potenciar el recurso gastronómico para la correcta difusión del encebollado?

1.3 Objetivo General

Desarrollar la Ruta Gastronómica del Encebollado para el correcto aprovechamiento y difusión del recurso de manera que se pueda evidenciar la identidad de los guayaquileños.

1.4 Objetivos Específicos

- Establecer la relación que existe entre el Encebollado y cómo forma parte de la identidad del guayaquileño mediante revisión bibliográfica y entrevista a conocida historiadora de la ciudad.
- Determinar los lugares específicos en Guayaquil donde se degusta el Encebollado por medio de encuestas de satisfacción a los clientes en los restaurantes conocidos de la ciudad para escoger los que serán incluidos en la ruta.
- Diseñar la ruta con ubicación y descripción de los restaurantes y lugares aledaños, utilizando la herramienta de Sistema de Información Geográfica ArcGIS para evidenciarlo en un mapa.

1.5 Justificación

El turismo gastronómico es muy importante en destinos alrededor del mundo porque cientos de turistas visitan una ciudad o país para degustar su gastronomía y conocer su cultura; sin embargo **Ecuador necesita potenciarse como destino gastronómico** debido a que fue nominado por los World Travel Awards como “Mejor Destino Gastronómico” en varias ocasiones; a pesar de esto aún no ha sido galardonado.

La gastronomía tiene gran importancia en un destino y con la creación de la ruta del encebollado se pretende el involucramiento de la comunidad receptora con los turistas para así favorecer las relaciones personales entre ellos, a su vez con la afluencia de visitantes a la ruta se prevé un aumento en los ingresos económicos de la ciudad, debido a que los turistas gastronómicos suelen ser de clase media a alta y no escatiman en gastos al momento de comer.

El presente proyecto está diseñado para la conservación del patrimonio cultural material e inmaterial que se encuentra en cada tramo de la ruta gastronómica y promover conservación de la identidad del guayaquileño; con la implementación de la ruta se espera el aumento de manera significativa en la demanda de visitantes que acuden a la ciudad de Guayaquil, obteniendo mayor reconocimiento como destino gastronómico.

Con la implementación de la propuesta en un futuro, se puede obtener múltiples beneficios para el turismo en la ciudad de Guayaquil porque se obtendría mayor reconocimiento como destino gastronómico.

1.6 Alcance del Estudio

Al finalizar este proyecto se tendrá como propuesta la Ruta Gastronómica del Encebollado para fomentar esta tipología de Turismo y difusión de la cultura culinaria local; incluyendo los restaurantes que ofrecen el producto y los sitios de interés turísticos que se encuentran cercanos.

1.7 Objeto de Estudio

Guayaquil:

Guayaquil, es la capital de la provincia del Guayas y se encuentra entre las ciudad más grandes de América Latina, se encuentra ubicada en la región Costa de Ecuador entre el río Guayas y el estero Salado. Se encuentra dividida en 16 parroquias urbanas y posee la mayor densidad poblacional del país debido a la cercanía al océano y la presencia del Puerto Marítimo, cuenta con una población aproximada de 3.113.725 habitantes.

1.7.1 Historia

Culturas como la Huancavilca surgieron en la época Precolombina que estuvo dividido en cuatro períodos: Precerámico, Formativo, Desarrollo Regional e Integración. Esta cultura estaba caracterizada por dominar la comarca desde el siglo VII hasta tiempo después de la llegada de Colón a América.

La ciudad de Santiago se fundó en Quito el 15 de agosto de 1534; luego Sebastián de Benalcázar la reasentaría a inicios de 1535 a orillas del río Amay, conocido como río Babahoyo en la actualidad.

Al poco tiempo del reasentamiento fue devastada por los nativos; Hernando de Zaéra en Agosto de 1536 la trasladó a un sitio denominado Yagual, recibiendo el nombre de Santiago de la Culata.

Pizarro en el año de 1537 ordena al gobernador de Portoviejo, Orellana, que buscará un nuevo asentamiento para la ciudad debido a que fue deshabitada por las hostilidades de los lugareños. Este lugar estuvo cerca de la desembocadura del río Yaguachi y fue denominado como Santiago de la Nueva Castilla.

Cuando Benalcázar la trasladó a la Costa, anteriormente ya había sido reasentada en diferentes zonas que se encontraban en una región bañada por los ríos Daule y Babahoyo; así tomó el nombre de Santiago de Guayaquil.

En 1543 la ciudad fue nuevamente asentada en la desembocadura del río Yaguachi, hasta que se formó una guerra entre los Almagristas y Pizarristas y Francisco de Olmos traslada y reasienta la ciudad en las confluencias del río Daule y Amay, en las faldas de un cerro conocido como cerrito Verde, actualmente cerro Santa Ana.

Guayaquil culmina su proceso fundacional y organizacional el 25 de Julio de 1547, así lo certifican varios escritos descubiertos actualmente.

1.7.2 Datos geográficos

1.7.2.1 Límites:

Norte: Río Daule

Sur: Islas formadas a partir del Estero Salado

Este: Río Daule

Oeste: Cordillera Chongón Colonche

1.7.2.2 Superficie:

347 km cuadrados.

1.7.2.3 Parroquias urbanas de Guayaquil

La cabecera cantonal está compuesta por 16 parroquias urbanas que son:

- Ayacucho
- Bolívar-Sagrario
- Carbo-Concepción
- Febres Cordero
- García Moreno
- Letamendi
- 9 de Octubre
- Olmedo-San Alejo
- Roca
- Rocafuerte
- Sucre
- Urdaneta
- Ximena
- Chongón
- Pascuales
- Tarqui

1.7.2.4 Clima

La presencia de dos corrientes marinas, que son la cálida del Niño y la fría de Humboldt marcan dos períodos climáticos. Desde diciembre hasta abril es lluvioso y húmedo con una precipitación de 80%, mientras que desde mayo a diciembre es seco y fresco con 20%.

La temperatura oscila entre los 20 y 27°C, debido a la ubicación en la zona ecuatorial tiene una temperatura cálida la mayoría de los meses del año.

1.7.3 Gastronomía en Guayaquil

La gastronomía en la ciudad de Guayaquil es caracterizada por la variedad de productos que posee del mar, estos son aprovechados para la elaboración de platos típicos. Debido a su ubicación existe una mezcla de sabores y los principales insumos para su elaboración son: maní, plátano, mariscos, arroz, etc.

1.7.3.1 Platos típicos

Ecuador posee un territorio pequeño con respecto a otros países sin embargo es amplio en recursos culturales como tradiciones, cultura y gastronomía. Guayaquil, conocida por la calidez de su gente es una ciudad llena de alegría y color, y es esta diversidad lo que permite la elaboración de diferentes platos típicos formando parte de la tradición e historia de los ecuatorianos.

A continuación se menciona una recopilación de los platos más representativos de la ciudad, que se convierten en una mezcla de sabores, olores y colores para las personas que los degustan:

- Arroz con menestra y Carne

Es un plato costeño conocido como el más popular y tradicional, generalmente las personas lo comen en las noches. Existen muchas maneras de prepararlo; se lo puede hacer con garbanzo, frijoles o lenteja, la proteína que lo acompaña puede ser carne, pollo o chuleta; cabe recalcar que la forma tradicional es con carne asada y frejol canario.

Figura 2. - Plato Típico Arroz con menestra y carne.



Fuente: Platos típicos de Guayaquil – 5 de Agosto 2016

- Guatita

La guatita conocida por ser muy popular en Guayaquil, es un estofado de tripas de vaca, acompañado de papas y una salsa hecha con maní. Los guayaquileños dicen que este plato tiene el poder de disminuir la resaca, por lo general las personas que elaboran este producto lo ponen a disposición en forma de desayuno.

Figura 3 - Plato Típico Guatita



Fuente: Platos típicos de Guayaquil – 5 de Agosto 2016

- Seco de pollo

Es un plato típico de Guayaquil, sus ingredientes consisten en presas de pollo elaborado a modo de sopa, por lo general las personas lo preparan con chicha o con cerveza; el acompañante ideal es el arroz amarillo y maduro frito.

Figura 4- Plato Típico Seco de pollo



Fuente: Platos típicos de Guayaquil – 5 de Agosto 2016

- Caldo de Salchicha

Un plato tradicional de Guayaquil que contiene las tripas del cerdo, hierbabuena, arroz, cebolla colorada, harina, sangre de chancho, tomate, ajo, orégano y tres arduas horas de preparación. Para los Guayaquileños consumir este plato es una costumbre de fidelidad.

Figura 5- Plato Típico Caldo de Salchicha



Fuente: Platos típicos de Guayaquil – 5 de Agosto 2016

- Encebollado

Es considerado un plato esencial en la gastronomía ecuatoriana; y es elaborado a base de pescado como el albacora, yuca, cebolla colorada; puede ser acompañado de chifles, arroz o pan y consumido usualmente en la mañana. Este plato típico ganó popularidad en la década de los 70 y actualmente es muy reconocido a nivel nacional.

Figura 6- Plato Típico Caldo El Encebollado



Fuente: Platos Típicos de Guayaquil – 5 de Agosto 2016

1.7.4 Tradiciones y Costumbres

- Serenatas

Con el pasar de los años la tecnología ha desplazado esta costumbre, consistía en la contratación de dúos o tríos para cantarle a sus enamoradas o esposas al pie de su balcón, en ocasiones el enamorado acompañaba cantando a los músicos.

- Amorfinos

Recitar amorfinos acompañados por guitarra era una tradición en las fiestas populares, y eran dedicados a las jovencitas.

- Rodeos

Actualmente se los realiza en los pueblos de la Costa y asisten toda clase de personas y edades; los hombres participan domando a potros o en juegos que requieren capacidad y valentía mientras que las mujeres concursan para la elección de la criolla bonita.

- El encebollado como costumbre

Para los guayaquileños este alimento se convirtió en parte de su identidad, ya que es considerado como un plato para contrarrestar la “resaca” y por ese motivo es consumido al día siguiente de una borrachera.

CAPÍTULO # 2

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Previo a la realización de la Ruta Gastronómica del Encebollado se revisarán varios temas relacionados con el proyecto para así poder comprender el potencial que posee el recurso gastronómico para poder desarrollar rutas gastronómicas y conocer la manera en que influyen en la captación de turistas que desean obtener nuevas experiencias por medio del involucramiento con personas del medio local.

2.1 Importancia de la Gastronomía en la Comunidad Receptora.

“La gastronomía es incorporada a los nuevos productos turísticos y permite que se conozca la cultura local por medio de sensaciones y experiencias vividas en la degustación de los platos típicos regionales”. (Gandara, 2010).

Los turistas al momento de la degustación de un plato tienen una integración con la comunidad receptora; esto permite adquirir conocimientos sobre las características, el origen y la importancia que tiene aquel plato para los habitantes del destino. Así se relaciona la cultura del visitante con la de la comunidad receptora

Las manifestaciones de la cultura local se evidencian en el momento en que el turista obtiene un plato tradicional, es así en donde entra en contacto con los ingredientes, condimentos y formas de preparación; estos factores transmiten la identidad de la comunidad receptora por medio de su gastronomía.

“En el turismo gastronómico los aspectos culturales son de extrema importancia pues permiten al turista conocer parte de la cultura local a través de las danzas típicas y otros aspectos folclóricos de la localidad. Por lo tanto el ofrecimiento de platos a los visitantes y turistas, además de saciar el hambre, es un proceso que socializa culturas y fortalece la economía del lugar donde se desarrolla la actividad turística”. (Gandara, 2010).

La gastronomía es importante en un destino ya que genera recursos económicos para la comunidad y también se lo considera como prestador de servicios al turista; es decir se encuentra dentro de la oferta para el turista y a la vez es considerado como un recurso turístico cuando las personas viajan a un determinado lugar solo para conocer sobre su gastronomía.

2.2 La gastronomía como atractivo turístico

El atractivo es el elemento que desencadena el proceso turístico (Valls, 2004), es decir la gastronomía es un recurso tangible, sensorial y capaz de comunicar el patrimonio cultural inmaterial que hay en cada receta o hábito de la cocina en un destino.

Según Tikkanem (2007), la gastronomía mantiene una relación con el turismo a través de cuatro aspectos diferentes que son:

- **Atracción:** el destino puede utilizar el recurso gastronómico para promocionarse.
- **Componente del producto:** es decir que forma parte del producto turístico por ejemplo las rutas gastronómicas.
- **Experiencia:** llegando a lugares donde la cocina adquiere otro nivel y es un identificador del destino.
- **Fenómeno cultural:** debido a las ferias o festivales gastronómicos realizados en un lugar.

Un recurso gastronómico posee las características necesarias para ser identificado como patrimonio turístico y cultural, esto es atractivo para los consumidores que buscan trasladarse a otros lugares deseosos de conocer la identidad de un destino por medio de los gustos, sabores y hábitos alimenticios. (Hernandez, 2014).

A lo largo del viaje hacia un destino, la degustación de los alimentos típicos dan la posibilidad a los turistas de experimentar sensaciones y gustos diferentes a los que se encuentran acostumbrados; esto posibilita el acercamiento entre los viajeros y residentes, generando así un intercambio cultural.

Según Goncalves (2010) al degustar un plato típico, el turista y la comunidad local tienen una interacción que hace posible al visitante conocer el porqué de la conservación de ese plato, cómo y dónde se originó.

2.3 La gastronomía como parte de la identidad en un destino.

“La comida es una parte importante de la cultura. Implica unión con el pasado, es un legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas” (Roden, 2003).

La comida es un elemento de la cultura local y se lo considera como expresión de la historia, costumbres y tradiciones de cierta área geográfica. Según Richards (2002), la cultura culinaria es una importante fuente de identidad en la sociedad debido a que representa la autenticidad de un territorio y la comunidad.

La gastronomía posee el lado cultural que conecta a los seres humanos y la cualidad de llevar identidad propia de un lugar geográfico específico; pueblos en particular cuentan con hábitos culinarios considerándolos como parte de su identidad. (Lovera, 2015).

La cocina tradicional está considerada como un patrimonio intangible de los pueblos; y cada sociedad cuenta con tradiciones y costumbres que son utilizadas para el turismo para atraer visitantes que se encuentren interesados en las manifestaciones culturales y la identidad.

La alimentación es un elemento central en la cultura e identidad y se encuentra materializada en los productos, técnicas de cocina, platos, modos de consumo; de tal manera que los integrantes de una determinada cultura lo consideran propios y se distinguen de los demás.

Según Dominguez (2006), la cocina es uno de los elementos culturales que brinda identidad a una comunidad, pueblo o sociedad en general.

2.4 Principales destinos gastronómicos en el mundo.

En base a la National Geographic se considera que los 10 mejores destinos gastronómicos en el mundo están representados en el cuadro a continuación:

Tabla 1 – Destinos gastronómicos en el mundo

| No. | País | Gastronomía/Características |
|-----|------------|---|
| 1 | Italia | Condensar los aromas y sabores. |
| 2 | Grecia | Esencia mediterránea |
| 3 | España | Amplias posibilidades gastronómicas y gama de vinos. |
| 4 | México | Comida picante y más elaborada del mundo. |
| 5 | Francia | Uso de productos de gran calidad. |
| 6 | Perú | Originalidad de su gastronomía |
| 7 | Tailandia | Mezcla de sabores ácidos, salados, picantes y dulces. |
| 8 | Dinamarca | Copenhague ciudad con más estrellas Michelin. |
| 9 | Nueva York | Sinfín de posibilidades de comida internacional. |
| 10 | Japón | Elaboración de Sushi. |

Elaborado por Autoras

Cabe destacar que la comida de Francia es parte del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad declarada por la UNESCO; mientras que en América Latina, Perú recibió el World Travel Awards por la riqueza y diversidad de su gastronomía.

2.5 Rutas gastronómicas como producto turístico.

En la actualidad existen variedad de productos turísticos que se originan a partir de la cocina local y los alimentos típicos, como paquetes, propuestas, rutas.

Las rutas pueden ser consideradas bajo distintas perspectivas desde el ámbito turístico: como recurso, como destino o como producto; cuando es considerada como un producto turístico son ofertadas por operadores y es comercializada como “paquetes” en forma de circuitos o excursiones. (Torres, 2006)

Según Barrera (1999) las rutas gastronómicas son un itinerario que permite reconocer y apreciar de manera organizada los procesos productivos, la degustación de la comida y las expresiones de la cultura del destino; organizándose en torno a un producto en específico que la caracteriza y le otorga su nombre.

La ruta gastronómica como producto turístico se consume al mismo tiempo que se produce; la percepción de la calidad que tienen los consumidores es individual y va acorde a la personalidad y gustos de cada cliente.

Al producto turístico se le puede agregar, añadir o restar componentes; los componentes que sobresalen según Medina (2009) son:

- Recursos Turísticos.
- Accesibilidad.
- Guías especializados.
- Medios de transporte y comunicación.
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros.
- Equipamiento recreativo en diversos tipos.
- Comunidad local.
- Atractivos periféricos complementarios.

La satisfacción de las necesidades de los turistas con respecto al producto está condicionada a diversos factores que son: nivel cultural, edad, país de origen, lugar de residencia, estatus económico y social y la disponibilidad de tiempo; sin embargo el turista requiere más allá, es decir desea que el producto le ofrezca mayor comodidad, seguridad, garantía, precio, confiabilidad, pero sobre todo que la experiencia otorgada sea única y que le de placer al momento de contarla a sus allegados. (Salinas y Medina, 2009)

Marco Teórico

2.7 Identidad.

El concepto de identidad va ligado a la identificación personal y a la idea que se posee de uno mismo; son las circunstancias y características que la diferencian de los demás seres humanos.

El ser humano al nacer no posee identidad propia, esta se va formando conforme al medio social que lo rodea; es decir es un proceso de mutuo aprendizaje e interacción entre los individuos.

Según Laining (1961) define a la identidad como eso que uno siente que es “él mismo” en un lugar y tiempo, es aquello por lo cual se es identificado; ya sea en el pasado o futuro.

Las personas tienen la necesidad de construir su identidad individual y colectiva para así poder tener la sensación de seguridad y estabilidad que proporcionan.

Laining menciona que la identidad siempre está en proceso productivo, los cambios de identidad son una constante a lo largo de la vida de las personas; finalmente se dice que cada persona crea su versión identitaria.

2.8 Identidad Cultural

Según Diop (1982) la identidad cultural de un pueblo depende de tres factores principales: el histórico, el lingüístico y el psicológico.

La tradición se encuentra íntimamente relacionada con el factor histórico debido a que las formas de actuar en lo familiar, los valores culturales y éticos han regido por mucho tiempo en un lugar determinado. (Tella, 2001)

El segundo factor que determina la identidad cultural es el lenguaje; el hecho de que un grupo de personas lo compartan brinda cohesión; a pesar de esto cabe recalcar que el lenguaje sufre adaptaciones conforme se relacionan las personas y esto da cabida a que el léxico se modifique.

Y por último el factor psicológico, se refiere a las constantes culturales que a pesar de los cambios que se presentan se puede identificarlos a lo largo del tiempo.

2.9 Cultura

McCurdy (1975) Definen a la cultura como el conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar sus experiencias y generar comportamientos; y poseen tres aspectos que son:

- Conocimientos
- Comportamientos
- Artefactos

Según Geertz (1957) la cultura es la trama de significados en función de la cual los seres humanos interpretan su existencia y experiencia y la forma en la que conducen sus acciones.

La UNESCO define a la cultura como un conjunto de rasgos distintivos, afectivos, materiales y espirituales que caracterizan a una sociedad o grupo social; y engloba los modos de vida, los valores, creencia, los derechos fundamentales de los seres humanos y las tradiciones. (2001)

2.9.1 Características Universales de la Cultura

- La principal función de la cultura es adaptación al grupo; es decir conseguir la continuidad cuando haya la presencia de individuos nuevos.
- La cultura se encuentra en diferentes niveles de conocimiento: implícito y explícito.
- Capacidad de adaptabilidad: es decir se encuentra vulnerable a cambios.
- Es un sistema integrado donde cada parte se relaciona entre sí.
- Todos los miembros de un pueblo tienen los mismos patrones de cultura, esto es lo que les permite la convivencia.
- Se aprende por medio de otras personas; no es algo innato.
- Cada cultura tiene su comportamiento cultural; es decir es un sistema arbitral.
- Es un Código Simbólico; los miembros de cada cultura tienen sus propios símbolos por ejemplo la lengua y esto permite la comunicación entre ellos.

2.10 Turismo.

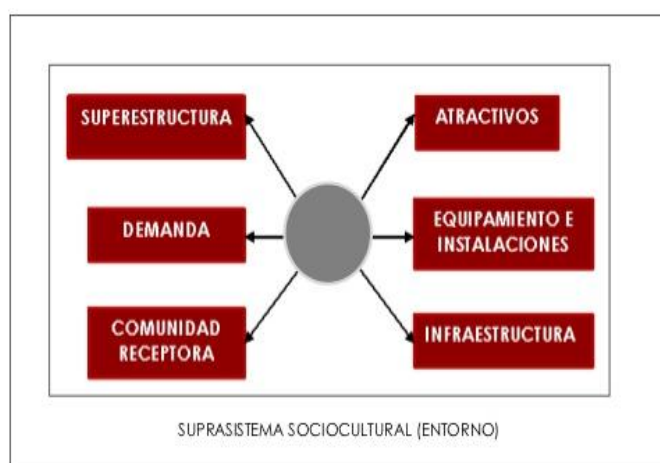
“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros” (OMT, 1994)

2.10.1 Elementos del Sistema Turístico.

El sistema turístico para Sergio Molina está compuesto por seis subsistemas que se relacionan e interactúan entre sí para llegar a un fin específico; y

estos subsistemas son: gobernanza, comunidad receptora, demanda, atractivos, infraestructura y equipamientos e instalaciones. (Molina, 1997)

Figura 7 – Sistema Turístico de Sergio Molina



Fuente: Elementos del Sistema Turístico de Molina – 10 de Agosto 2016

2.10.1.1 Gobernanza.

El sistema turístico está regulado por organismos oficiales y privados; es decir estos organismos son la gobernanza de un destino y pueden dividirse en dos:

- Organizacionales: Son los organismos del sector público, del sector privado y los gubernamentales.
- Conceptuales: Se refiere a las leyes, reglamentos, programas y planes que rigen en un lugar.

2.10.1.2 Comunidad Receptora.

Son las personas que habitan y residen en el lugar; se relacionan de manera directa o indirectamente con el turismo. (Molina, 1986)

2.10.1.3 Demanda.

Está constituida en si por los turistas y sus necesidades físicas y espirituales; y pueden ser las personas residentes de un país o personas extranjeras.

2.10.1.4 Atractivos.

Es decir son la principal motivación de un destino y se clasifican en: sitios naturales; museos y manifestaciones culturales; folklore; realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas y eventos programados.

2.10.1.5 Infraestructura.

Brinda apoyo al sistema turístico, es decir aporta de servicios básicos por ejemplo alcantarillado, redes telefónicas, vías, aeropuertos, etc.

2.10.1.6 Equipamiento e Instalaciones.

Es el conjunto de establecimientos que prestan servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan; por equipamiento comprende hoteles, restaurantes, discotecas, entre otros; mientras que las instalaciones pueden ser muelles, miradores, piscinas, etc.

2.11 Turismo Gastronómico.

El turismo gastronómico es un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona; y es instrumento que ayudará al posicionamiento de los alimentos regionales. (Agudo, 2010)

Millán y Agudo (2010) mencionan que la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, a festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos en donde se pueda degustar un plato es la motivación principal para la realización de un viaje de turismo gastronómico.

Después del Congreso Mundial de Turismo Gastronómico que se realizó por la Organización Mundial de Turismo en Chipre en el año 2000 se despertó el interés de los entendidos en la materia.

En los últimos años las personas comenzaron a desplazarse de sus entorno habitual con la finalidad de buscar restaurantes y lugares públicos donde se pueda comer bien; esto dio origen a lo que se conoce hoy en día como Turismo Gastronómico y que con el pasar de los años está tomando mayor importancia; en todas partes se puede observar que viajeros van a experimentar y probar nuevos sabores en nuevos destinos. (Saramango, 2002)

Las motivaciones de los seres humanos son primordiales al momento de comprender el turismo gastronómico; ya que basados en la pirámide de Maslow se contemplan las necesidades del ser humano a su vez las fisiológicas como la de alimentarse para sobrevivir, es por ello que los visitantes viajan a restaurantes para así poder satisfacer sus necesidades. (Oliveira, 2007)

Fields (2002) Identifica que el turismo se asocia a cuatro tipos de motivaciones gastronómicas que son:

- Físico: Estas motivaciones se dan debido a que el acto de comer es algo innato de los seres humanos convirtiéndose en una necesidad física y a su vez están relacionadas al ámbito de la salud, ya que los viajeros buscan obtener hábitos alimenticios saludables durante la estadía en diferentes destinos.

- Cultural: Mannel (2004) considera que la alimentación es un elemento esencial en la cultura de la sociedad y que los turistas pueden tener la oportunidad de conocerla mejor mediante la gastronomía del lugar; ya que al realizar estas visitas ellos pretenden conocer los hábitos, las formas de preparar los alimentos y la historia que hay detrás de cada plato.

- Interpersonal: En el momento que los turistas realizan viajes lo hacen acompañados; esto hace que se exista una relación interpersonal con sus amigos o familiares y disfruten su compañía mientras se alimentan; a su vez esto permite la creación de relaciones e interacciones con personas alejadas de su medio habitual.

- Estatus y Prestigio: para muchas personas el hecho de visitar lugares reconocidos, costosos y poder contárselo a sus conocidos hace que eleven su estatus; estas personas no escatiman gastos a la hora de concurrir a lugares lujosos con la finalidad de obtener reconocimiento y prestigio entre sus conocidos.

Existen tres aspectos esenciales con respecto al turismo gastronómico:

1. Los turistas gastronómicos tienen gastos medio elevados y no se sienten presionados por el valor de la comida presente en los restaurantes; es decir que por lo general son personas de buena situación económica.

2. Las personas que su principal motivación es la gastronomía de un destino son muy exigentes con la calidad y autenticidad de los platos de un lugar; por ello buscan llenar sus expectativas.

3. La promoción de esta tipología de turismo se basa principalmente en la búsqueda de internet, la consulta con guías por parte de los turistas; así también la información “boca a boca” tiene gran importancia.

El desarrollo de la gastronomía como producto turístico está avanzando y en la actualidad existen muchos países que cuentan con una prestigiosa gastronomía; tal es el caso de España, Francia, Italia y Portugal en Europa; en Asia están Japón y la India; por su parte en América Latina destinos como México, Perú, Uruguay y Argentina son reconocidos a nivel internacional.

2.12 Ruta Gastronómica

Según Arriola “Una ruta gastronómica es una modalidad de turismo que permite el descubrimiento organizado de un territorio en torno a un eje relacionado con el patrimonio alimentario y gastronómico local y regional” (2005)

Otro concepto es el de Barrera menciona que es un itinerario que permite reconocer de una manera organizada el proceso de la elaboración de un plato y la degustación de la comida regional conociendo así las expresiones de la identidad cultural de un lugar determinado. (1999)

Cada ruta tiene que ofrecer placeres y sensaciones que se relacionan con la comida, producción, elaboración, entretenimientos a su alrededor y actividades propias de la cultura del destino a las personas que la recorren.

Y cada ruta gastronómica se organiza centrándose en un elemento que le da el nombre; en el presente proyecto se refiere al Encebollado.

Según Barrera (1999), las rutas gastronómicas se organizan para diversos aspectos que son los mencionados a continuación:

- Rutas Gastronómicas por producto: Son las que se centran en un determinado producto.
- Rutas Gastronómicas por plato: Se organiza sustentando el plato preparado; es decir estas rutas son las que el plato final es el más importante.

- Rutas étnico-gastronómicas: El componente étnico de estas rutas es importante y por ello merece distinción.

2.12.1 Característica de la ruta gastronómica

Una ruta gastronómica consiste un recorrido, diseñado especialmente para turistas nacionales e internacionales con escenarios culturales y naturales reflejados en un mapa, con la finalidad de que los visitantes encuentren sitios específicos donde puedan degustar platos típicos, desde un punto de partida en una determinada dirección hasta un punto de llegada.

El turismo tiene su origen en dos acontecimientos importantes en la historia de la humanidad: el cambio del sedentarismo al nomadismo y los viajes religiosos, políticos y deportivos. Según Walter Hunziker – KurtKrapf (1942) menciona que “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio”. En resumen es algo que empezó desde el siglo XIX como resultado de la revolución industrial, cuya motivación principal eran las actividades de ocio, negocios, descanso o salud.

En la actualidad el turismo gastronómico se ha posicionado como una de las principales motivaciones de los viajeros, debido al interés que tienen en conocer la cultura culinaria de otros países. Uno de los lugares donde se empezaron a desarrollar fue en Europa, las cuales eran lideradas por famosos gastrónomos, entre los que se destaca Curnonsky Amberes conocido como el príncipe de la cocina francesa en 1927, quien viajó por diferentes lugares de Francia, clasificando los restaurantes defendiendo la cocina casera tradicional.

Guayaquil posee una gran diversidad gastronómica conocida por la calidad de sus mariscos, pescados, vegetales, entre otros, donde se expresan las tradiciones, mitos y costumbres y la fusión con otras culturas.

CAPÍTULO # 3

METODOLOGÍA APLICADA

Para llevar a cabo los objetivos planteados se empleará una metodología fundamentada en los siguientes pasos.

3.1 Análisis bibliográfico:

Es uno de los puntos con mayor relevancia ya que permitirá conocer la historia de este plato, las características, modo de consumo que ha tenido, donde se originó, el porqué de su nombre y como forma parte de la identidad del guayaquileño. Este proyecto se sustenta en investigación documental y bibliográfica para recolectar la información mencionada anteriormente, basada en teorías de diferentes autores; así mismo se realizará una entrevista a la conocida historiadora del país Jenny Estrada

3.2 Encuesta de satisfacción

A partir de una prueba piloto se realizará la visita a 25 restaurantes conocidos de la ciudad donde se expende el encebollado, para encuestar a un cliente en cada uno de ellos y así determinar el nivel de satisfacción con la finalidad de establecer los 9 lugares que serán incluidos en la ruta gastronómica.

La encuesta utilizada tendrá un espacio donde se ubicará el nombre del establecimiento; y constará de cinco preguntas con una escala de no satisfactoria a excelente.

La primera pregunta corresponde a la satisfacción que poseen los clientes con respecto a la comida que son servidos en el lugar, la segunda pregunta es para determinar cuan satisfechos se encuentran con la calidad del servicio recibido, la tercera pregunta es para saber que calificación le dan a la infraestructura del lugar, la penúltima es para conocer si están satisfechos con el ambiente percibido en el restaurante y por último se pregunta si se recomendaría el lugar visitado.

3.3 Análisis de Observación

Mediante la técnica de observación se procederá a completar la Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos con la finalidad de establecer los sitios de interés alrededor de la ruta gastronómica, con descripción y actividades que sean posibles realizar en estos lugares.

Luego se seleccionarán los sitios de interés turístico basando los resultados en dos factores:

- Sitios turísticos que estén cercanos a la ruta.
- Jerarquización de acuerdo a la ficha de inventario de atractivos turísticos, para ello se tomará en cuenta el cuadro a continuación:

Tabla 2 – Jerarquización de acuerdo a la ficha de inventario de atractivos turísticos.

| PUNTOS | JERARQUÍA |
|----------|-----------|
| 1 a 25 | 1 |
| 26 a 50 | 2 |
| 51 a 75 | 3 |
| 76 a 100 | 4 |

Elaborador por Autoras

3.4 Utilización de la herramienta de Sistema de Información Geográfica ArcGIS

Para la creación del mapa de la Ruta Gastronómica del encebollado se utilizará la herramienta de Sistemas de Información Geográficas ArcGis; el mismo que incluirá los restaurantes y los sitios de interés turísticos.

CAPÍTULO # 4

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Historia del Encebollado: Análisis Bibliográfico por Jiménez

Considerado un plato de la cultura popular guayaquileña que se originó en 1960 en el suroeste de la ciudad, específicamente en las afueras de las escuelas y colegios fiscales. Su contenido se encontraba en un balde y era servido con un cucharón de aluminio en un pequeño pocillo de hierro por el vendedor de oficio, un hombre con gorra y camiseta holgada a un precio de 4 reales. (Jimenez, 2014)

En la calle 29 de la parroquia Febres Cordero, considerada como la más representativa de la cultura y el folklore urbano, surge en la década de los años sesenta la iniciativa de expender el encebollado, basado en albacora, yuca y ají peruano, cocinado por separado. El plato fue una receta secreta de los comerciantes que a la vez eran los cocineros y administradores de su propio negocio; y se extendió por las esquinas de todos los barrios. (Jimenez, 2014)

Los vendedores empezaron a comercializar este plato al final de los partidos de fútbol que se realizaban en las calles, debido a la gran acogida que tuvo; adolescentes y jóvenes lo acompañaban de jugos naturales y el equipo perdedor pagaba los encebollados; se lo conocía como “enyucado” porque el ingrediente principal es la yuca. (Jimenez, 2014) .En una celebración de lujo no podía faltar el encebollado acompañado de melodías del Ruseñor de América Julio Jaramillo.

El encebollado nació en la parroquia Febres Cordero y con el pasar de los años se extendió hasta los barrios Letamendi, la Chala, Barrio Lindo y Cristo del Consuelo, es aquí donde aparecieron los primeros quioscos dedicados a la venta de este plato significando para muchos una fuente de ingreso.

Luego de la entrevista realizada a una conocida historiadora, se determina que el encebollado es parte de la identidad actual del guayaquileño, porque es un plato que tiene poco tiempo en la historia; aproximadamente 30 años.

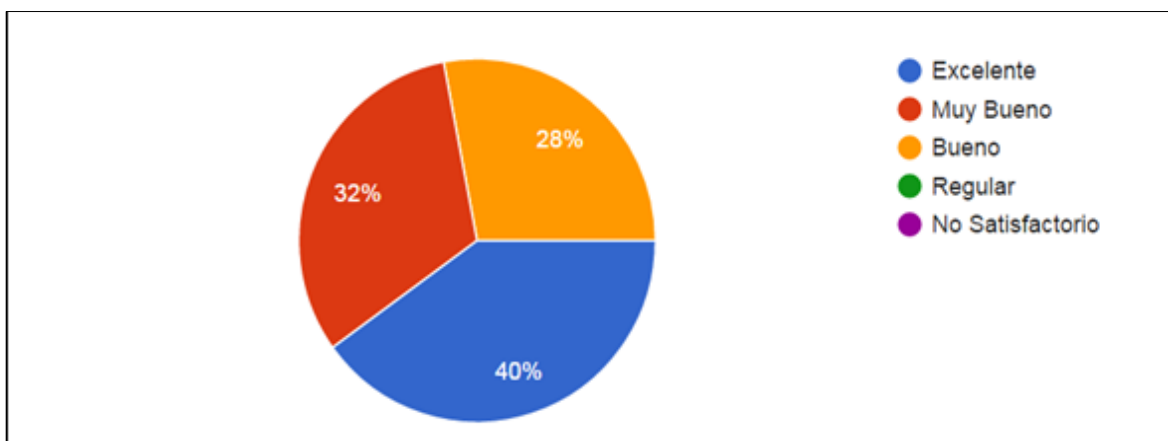
4.2 Resultado de las Encuestas.

Para la realización de las encuestas se hizo una prueba piloto con 25 restaurantes, se le realizó la encuesta a un cliente en cada uno de ellos y los lugares son mencionados a continuación:

1. Aquí está Marcelo
2. Ceviches de Marcelo
3. Cordero Junior
4. Corozo el Verdadero
5. El Arbolito
6. El pez volador
7. Encebollado Rosita
8. Gran Arrecife
9. La barca azul
10. La casa del encebollado
11. La Culata
12. Las delicias de Marcelo
13. Los ceviches de la Rumiñahui
14. Los encebollados de Víctor
15. Manolo Picantería
16. Marisquería el Lechón
17. Picantería amparito
18. Picantería Angelito
19. Picantería D'Danilo
20. Picantería Don Juan 1
21. Picantería Don Juan 2
22. Picantería Don Sebas
23. Picantería Pedrito
24. Picantería Valdano
25. Tito Encebollado

4.2.1 Gráficos de los resultados:

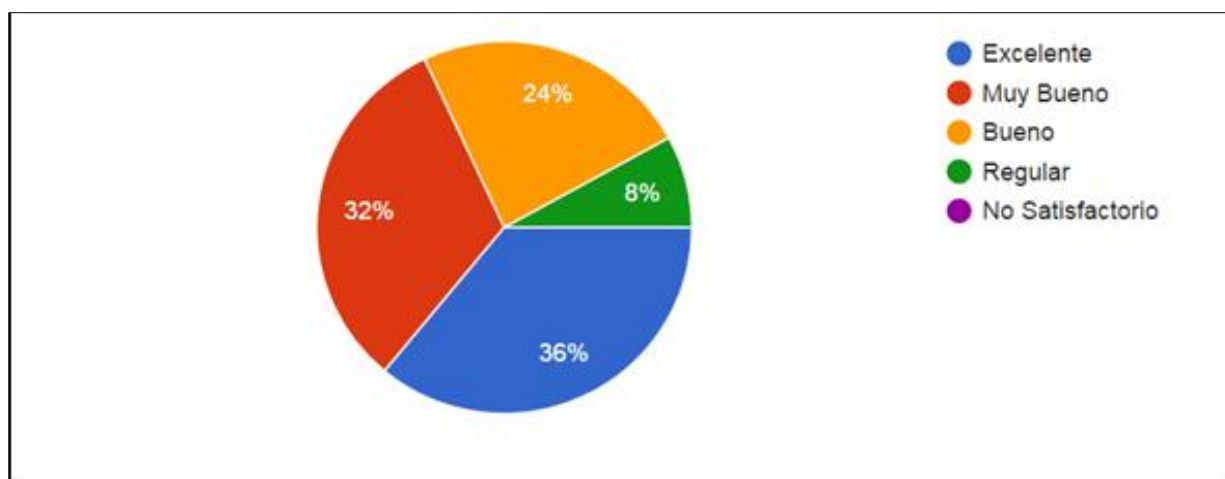
Figura 8- Nivel de satisfacción en la comida



Elaborador por Autoras

El 40% de la muestra considera que la calidad de la comida es excelente, el 32% es muy bueno y un 28% bueno.

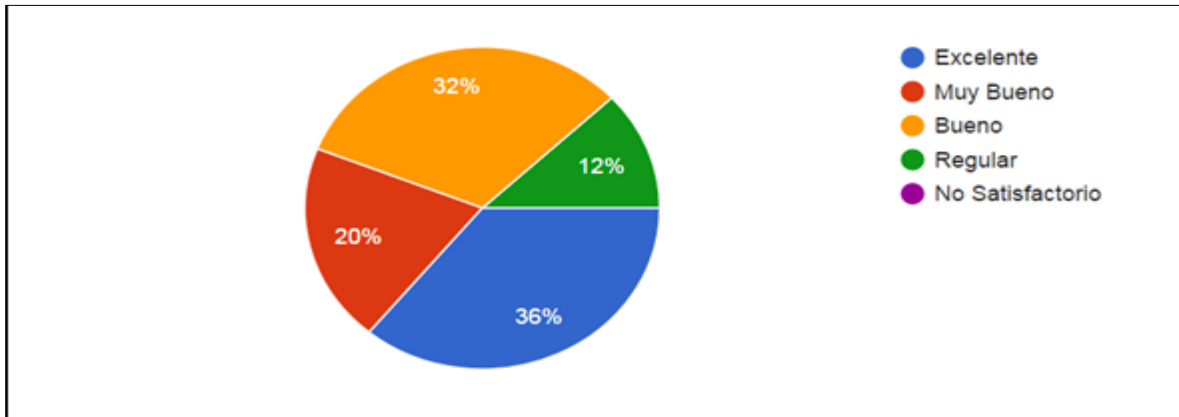
Figura 9- Nivel de satisfacción en el servicio recibido



Elaborado por Autoras.

De las 25 personas encuestadas, el 36% considera que la calidad del servicio fue excelente, el 32% que fue muy bueno, un 24% bueno y el 8% regular.

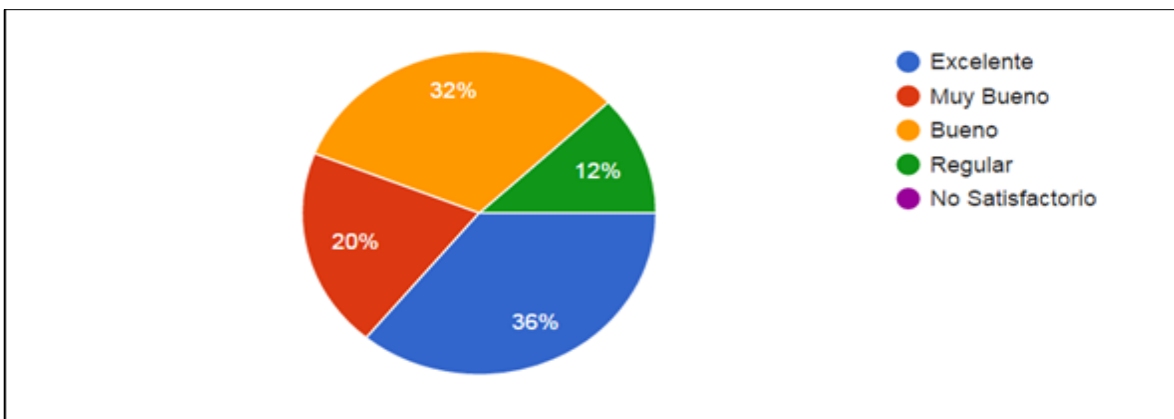
Figura 10- Nivel de satisfacción en la infraestructura del lugar:



Elaborado por: Autoras

El 36% de las personas encuestadas considera que la infraestructura del lugar es excelente, 32% muy bueno, 24% bueno y 8% regular.

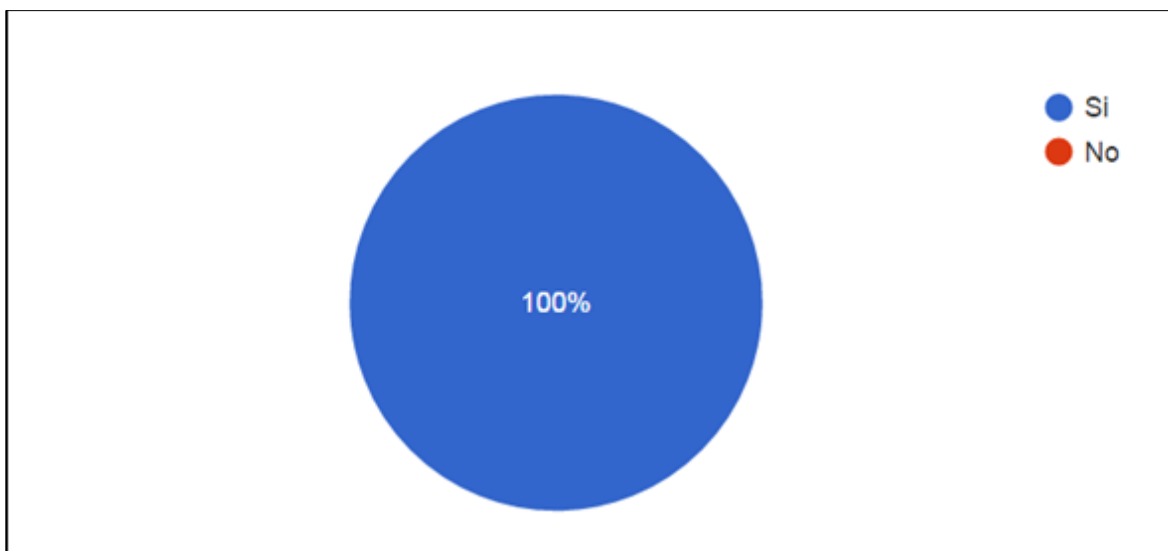
Figura 11- Nivel de satisfacción en el ambiente del restaurante



Elaboradora por Autoras

El 36% de las personas encuestadas consideran que el ambiente del restaurante visitado es excelente, el 20% muy bueno, el 32% bueno y el 12% regular.

Figura 12- Recomendación del lugar



Elaborador por Autoras

El 100% de las personas encuestadas consideran que pueden recomendar los restaurantes.

Las personas encuestadas consideran que varios restaurantes son idóneos por la calidad de la comida, la calidad del servicio, la infraestructura, el ambiente y estiman que si recomendarían los restaurantes para su inclusión en la Ruta Gastronómica.

4.3 Selección de restaurantes:

A partir de los resultados de las encuestas se seleccionaron 9 restaurantes que se consideran idóneos para la creación de la ruta gastronómica.

A continuación una tabla con los establecimientos y su respectiva ubicación:

Tabla 3 Restaurantes idóneos para la creación de la ruta gastronómica.

| No. | Establecimiento | Dirección |
|-----|-----------------|-----------------------------|
| | Gran Arrecife | Vacas Galindo 708 y Coronel |

| | | |
|--|-------------------------|--|
| | Manolo Picantería | Noguchi 1700 y San Martín |
| | Picantería Cordero Jr. | Calicuchima 327 entre Chimborazo y Chile |
| | Aquí está Marcelo | 10 de Agosto 1903 y Esmeraldas |
| | El Pez Volador | Aguirre 1800 entre Esmeraldas y José Mascote |
| | Las Delicias de Marcelo | Esmeraldas y José Vélez |
| | Picantería Amparito | 10 de Agosto 1421 y José de Antepara |
| | Marisquería El Lechón | Víctor Manuel Rendón 727 B y Boyacá |
| | Picantería Valdano | Padre Solano 204 y Baquerizo Moreno |

Elaborado por Autoras

4.4 Selección de Atractivos Turísticos:

Previo a la creación de la ruta se realizó la selección de los sitios de interés mediante la observación de lugares cercanos y la ficha de inventarios de atractivos turísticos, escogiendo de acuerdo a la jerarquía obtenida, se establecieron 15 que son los siguientes:

Tabla 4 Jerarquía del mapa de la ruta gastronómica.

| | |
|----------|-----------------------------|
| 1 | Puente Peatonal Isla Santay |
| 2 | Parque de la Armada |
| 3 | Parque Forestal |

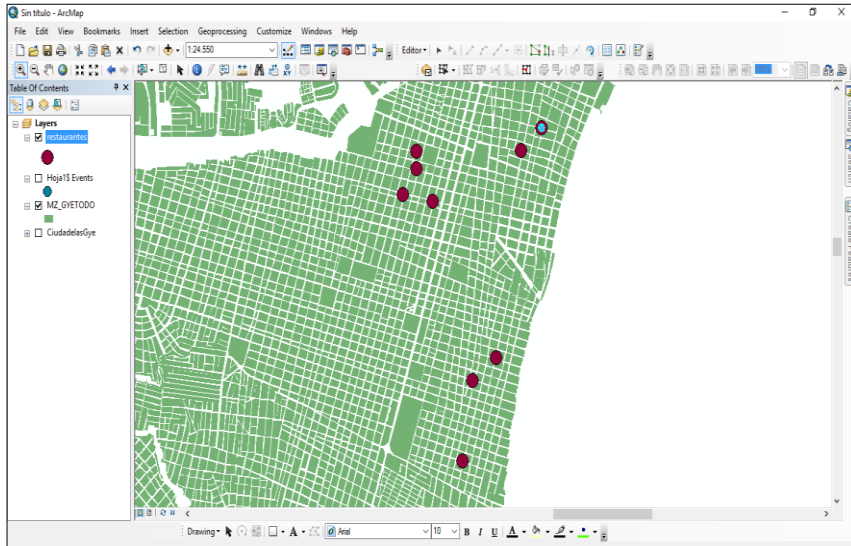
| | |
|-----------|----------------------------|
| 4 | Palacio de Cristal |
| 5 | Malecón 2000 |
| 6 | Colegio Vicente Rocafuerte |
| 7 | Malecón del Salado |
| 8 | Museo Presley Norton |
| 9 | Parque Centenario |
| 10 | Catedral de Guayaquil |
| 11 | Parque Seminario |
| 12 | Museo Nahim Isaías |
| 13 | Hemiciclo La Rotonda |
| 14 | Jardines del Malecón |
| 15 | Las Peñas |

Elaborado por Autoras

A partir de la ubicación de los restaurantes y los sitios de interés turístico se procede a la creación del mapa en la herramienta de Sistemas de Información Geográficas ArcGis.

Los puntos de color rojo son los restaurantes que conforman la ruta gastronómica.

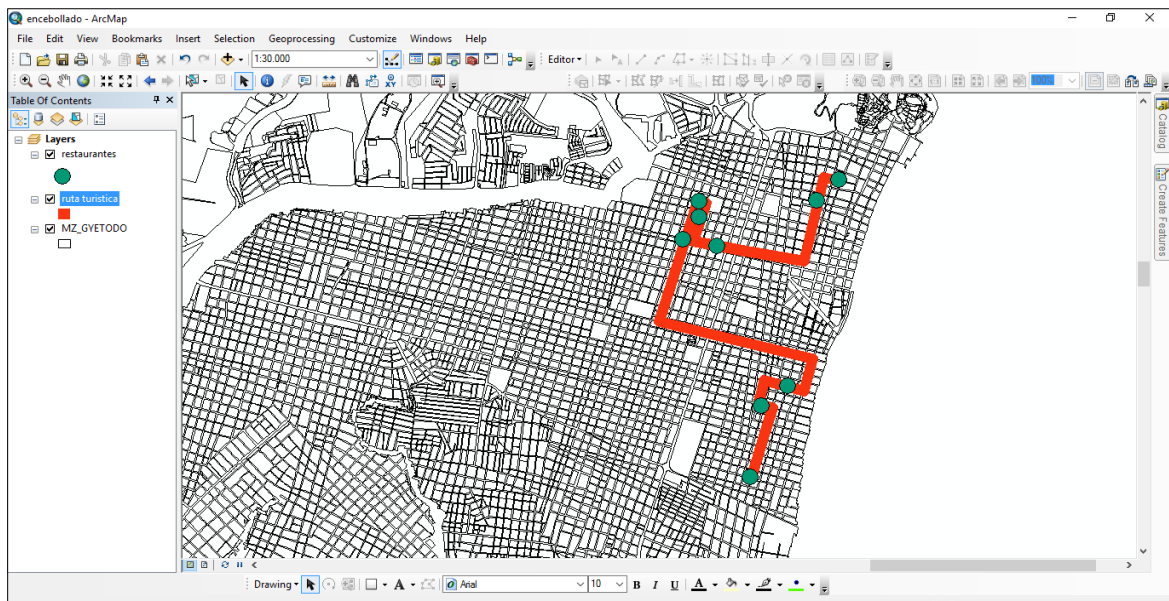
Figura 13- Restaurantes que conforman la ruta gastronómica.



Elaborador por Autoras.

- Se definen las calles y la unión de los puntos por donde cruzará la ruta tomando en cuenta las direcciones y sentidos de las vías.

Figura 14 – Calles de la ruta gastronómica.



Elaborador por Autoras.

CAPÍTULO # 5

PROPUESTA

5.1 Título de la Propuesta

Ruta Gastronómica del Encebollado

5.2 Introducción

La ruta gastronómica comprende la parte céntrica de la ciudad, por calles y avenidas principales como Calicuchima, San Martín, Esmeraldas, Avenida Quito, Aguirre, Chile, Boyacá, Padre Solano, etc. La misma que contiene diversidad de actividades gastronómicas, recreativas y culturales que forman parte de un eje dinamizador para el desarrollo turístico de la ciudad.

Para el diseño de la ruta se realizó el reconocimiento e inspección de los lugares involucrados, fueron segmentados geográficamente y escogiendo los sectores en los que la actividad turística y gastronómica se pueda llevar a cabo con eficiencia y seguridad para los visitantes.

5.3 Desarrollo de la Propuesta

“La Ruta del Encebollado” se ha proyectado para ofrecer un producto turístico con un alto nivel de calidad y servicio a un mercado potencial interesado en la gastronomía nacional.

En la ruta se realizarán las respectivas paradas en donde los visitantes tendrán la oportunidad de disfrutar de cada uno de los platos típicos, además de los atractivos cercanos que complementan a esta visita y pueden acoplarse al itinerario.

Es cierto que el componente principal de la ruta es la actividad gastronómica, pero también ofrece recursos para motivar a los turistas como atractivos naturales, culturales y recreativos.

5.3.1 Diseño de la Ruta

5.3.1.1 Ubicación

La ciudad está dividida en sectores, barrios y ciudadelas que forman parte de la arquitectura moderna. La intersección que la delimita es la avenida Quito y 9 de

Octubre estableciendo cuatro cuadrantes que son Sureste, Suroeste, Noreste y Noroeste.

La ubicación de la ruta gastronómica fue escogida debido a los recursos turísticos que se encuentran en el centro de la ciudad. A continuación se mostrará un listado de los sectores que comprenderá:

Figura 17 – Sectores de la ruta gastronómica.

| |
|--------------------|
| CENTRO |
| 9 de Octubre |
| Barrio Orellana |
| Bolívar |
| Cerro del Carmen |
| Cerro Santa Ana |
| La Bahía |
| Las Peñas |
| Malecón 2000 |
| Malecón del Salado |
| Olmedo |
| Pedro Carbo |
| Roca |
| Rocafuerte |
| Sucre |
| Urdaneta |

Elaborador por Autoras

Figura 18 –Mapa de los Sectores de la ruta gastronómica.



Elaborador por Autoras

5.3.1.2 Infraestructura

La infraestructura que comprende la ruta gastronómica está constituida por los siguientes sectores emblemáticos:

Avenida 9 de octubre: comienza en el Malecón del Salado hasta el Monumento de Bolívar y San Martín en el Hemiciclo de la Rotonda ubicado en el Malecón 2000; las edificaciones de esta importante calle de la ciudad son modernas y forman parte del nuevo Guayaquil, los principales atractivos son el Banco Central, La Casa de la Cultura, Parque Centenario, Parque Seminario, entre otros.

Barrio Orellana: La infraestructura que caracteriza este sector es de antaño debido a que es uno de los primeros barrios de la ciudad; donde anteriormente estaban las personas de clase media e intelectual.

Malecón del Salado: Está constituido por dos secciones que son la de la Universidad de Guayaquil y la del Tennis Club, tiene áreas recreacionales, patio de comidas y estacionamientos.

Barrio Las Peñas: Está ubicado en el cerro Santa Ana, la historia y la cultura están reflejados en este barrio porque es uno de los lugares más antiguos de Guayaquil, las casas apreciadas datan de más de un siglo; se lo considera como uno de los recursos turísticos más importantes de Guayaquil.

5.3.1.3 Accesibilidad

La demanda de turismo accesible crece significativamente a escala mundial; el centro de Guayaquil es considerado uno de los lugares con mayor congestión dependiendo de las horas pico que son a partir de las 8 de la mañana, 12 del día y 6 de la tarde.

La metrovía en Guayaquil es un medio de transporte conformado por terminales, paradas e infraestructura ubicadas por todos los sectores y cuenta con unidades que permiten el fácil y rápido acceso al centro de la ciudad, regulando así de forma ordenada el Sistema de Transporte Urbano Masivo.

La ciudad cuenta con un número considerable de buses que parten desde el centro hacia las afueras. Es importante mencionar que dentro del centro como tal no existen buses que recorren el interior así que de preferencia se puede tomar un taxi.

5.3.2 Componentes de la ruta:

La ruta comprenderá 9 restaurantes y 15 atractivos turísticos que se encuentran en los lugares aledaños.

5.3.2.1 Gran Arrecife

Se encuentra en las calles Vacas Galindo y Coronel, tiene capacidad para 120 personas, participó en reconocidos eventos como “Las Huecas del Sabor”, y la “Feria Raíces”; su propietario es el Señor Oscar Jordán Rizzo. El horario de atención es de lunes a domingos de 07:30 a 15:30, los sábados y domingos son los días que cuentan con mayor recurrencia. Gran arrecife tiene 10 años de antigüedad.

Figura 19 –Restaurante Gran Arrecife.



Elaborado por Autoras

Figura 20 –Encebollado preparado en el restaurante Gran Arrecife



Elaborado por Autoras

5.3.2.2 Manolo Picantería

Ubicado en Noguchi 1700 y San Martín con capacidad para 25 personas, su fundador es el Señor Manuel Vélez Salto tiene 12 años de antigüedad en esas calles. El horario de atención es de lunes a domingos de 07:00 a 15:30 de la tarde. La clientela del lugar asegura que la atención es muy buena.

Figura 21 –Restaurante Manolo Picantería



Elaborado por Autoras

Figura 22 –Encebollado preparado por el Restaurante Manolo Picantería



Elaborado por Autoras

5.3.2.3 Picantería Cordero Jr.

Se encuentra ubicado en las calles Calicuchima 327 entre Chimborazo y Chile, su dueño el Señor Agustín Cordero quien ofrece este servicio desde hace 37 años atrás define al encebollado como un plato light, su local tiene capacidad para 32 personas. El horario de atención es de Lunes a Domingos de 07:30 a 13:30, a pesar de que vende otros productos su especialidad es el encebollado de albacora.

Figura 5.7 –Restaurante Picantería Cordero Jr.

Elaborado por Autoras

Figura 23 –Restaurante Picantería Cordero.



Elaborado por Autoras

Figura 24 –Encebollado elaborado por el Restaurante Picantería Cordero.



Elaborado por Autoras

5.3.2.4 Aquí está Marcelo

Se encuentra ubicado en las calles Esmeralda y Diez de Agosto, su propietaria la señora Mariana Molina tiene 30 años desarrollando esta actividad, cuenta con un local dos pisos con capacidad para 150 personas en la planta baja y 150 en planta alta. El horario de atención es de lunes a domingos de 07:00 a 22:00; cuenta con una sucursal en Urdesa.

5.3.2.5 El pez Volador

Ubicado en Esmeraldas y José Mascote cuya propietaria es la señora Angélica Cujilán, quien empezó a expender este producto con su mamá desde hace 32 años. Angélica se siente orgullosa de formar parte de las 70 huacas, ya que piensa que de esa manera se reconoce el esfuerzo que demanda la elaboración de este plato. El local está abierto todos los días desde la 09:00 hasta las 15:00.

Figura 25 –Restaurante El Pez Volador



Elaborado por Autoras

Figura 26 –Encebollado preparado por el Restaurante El Pez Volador



Elaborado por Autoras

5.3.2.6 Las Delicias de Marcelo

Ubicada en las calles Esmeraldas y José Vélez, Su propietaria Ivonne Carrillo Gafster expende este producto desde hace 10 años, cuenta que con mucho

esfuerzo logró abrir otra sucursal en el norte de esta ciudad. El horario de atención es de lunes a domingo de 08:00 a 16:00.

5.3.2.7 Picantería Amparito

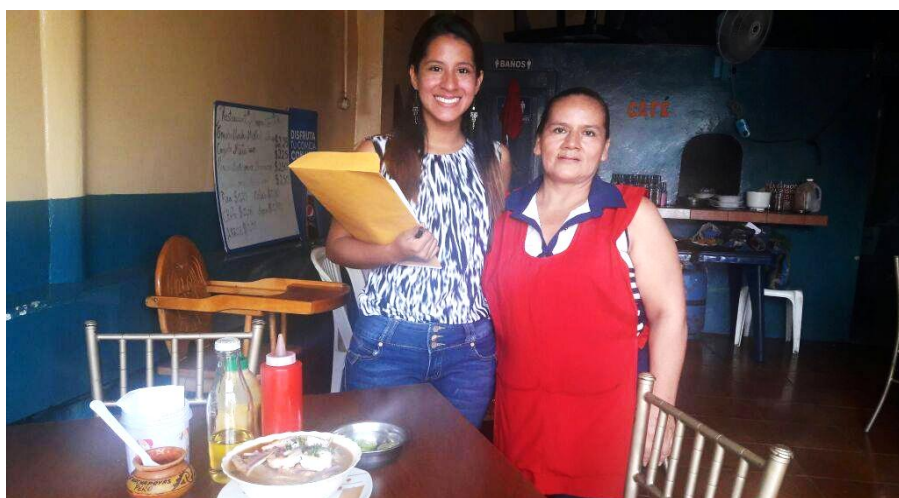
Se encuentra ubicada en las calles 10 de Agosto y Quito, la señora Amparo Maicelo Chávez con 23 años de experiencia en la preparación de este plato, participo en el reconocido evento “Las Huecas del Sabor”, el horario de atención es de lunes a domingo de 07:00 a 13:00, con capacidad para 18 personas.

Figura 27–Encebollado preparado por el Restaurante Picantería Amparito



Elaborador por Autoras

Figura 28 –Restaurante Picantería Amparito



Elaborador por Autoras

5.3.2.8 Marisquería El Lechón

Ubicado en Víctor Manuel Rendón 727 y Boyacá, su propietario el señor Jimmy Assán junto a su esposa la señora Gina Villa de Assán llevan 30 años en este negocio, conocidos por los sofisticados nombres que usan en sus platos, sin embargo su carta de presentación es el tradicional encebollado de albacora. El horario de atención es de lunes a domingo de 08:00 a 14:30, con capacidad para 60 personas.

Figura 29 – Encebollado preparado por Marisquería El Lechón



Elaborador por Autoras

5.3.2.9 Picantería Valdano

Ubicado en Padre Solano 204 y Baquerizo Moreno, su dueño Carlos Román a sus 12 años aprendió a preparar este plato, en sus inicios lo expendía en las

afueras del colegio Vicente Rocafuerte. En una de las entrevistas se le preguntó el ¿Por qué? del nombre Valdano dijo porque proviene de la palabra balde y así empezó, en un balde. Su local tiene capacidad para 55 personas y el horario de atención es de 09:00 a 15:00 de lunes a domingos.

Figura 30- Encebollado preparado por el Restaurante Picantería Valdano.



Elaborador por Autoras

5.3.3 Marca de la Ruta

Figura 31- Logo de la ruta



Elaborador por Autoras

El enfoque visual de “La Ruta del Encebollado” se ha desarrollado en base a un concepto minimalista para que de esa manera quede grabada en la mente de los turistas. A continuación se describirán los elementos que forman parte del logotipo.

Autobús Turístico: se consideró importante este recurso ya que le da al producto un valor agregado. En otras palabras el turismo se ve influenciado por el transporte, y al momento de viajar el tiempo ya no es un problema.

Albacora: al hablar del encebollado guayaquileño, la albacora es su ingrediente principal, razón por la cual se consideró que debería formar parte del diseño de la ruta, siendo así el recurso principal del enfoque visual.

Señalética: símbolo de ubicación indispensable para poder llegar a un lugar sin ningún problema, tomando en cuenta todos los puntos de referencia. Al momento de empezar un recorrido lo esencial es que en las calles exista un lenguaje visual que nos permita saber en dónde nos encontramos.

5.3.4 Itinerario para el paquete Turístico de La Ruta del Encebollado

Para el paquete turístico se ha considerado realizar un “Full Day” que traducido al español significa “Día Completo” denominación que le dan algunos establecimientos turísticos a las actividades de un solo día. En donde se brinda servicios de transporte, alimentación y recreación.

Full Day

07:00 Punto de encuentro en el Hotel

08:00 Visita al Parque Forestal

09:30 Ruta del Encebollado Picantería “Gran Arrecife”

10:30 City Tour por la ciudad, visitando cada uno de los locales que se encuentran dentro de la ruta

13:30 Almuerzo en el Pez Volador

14:30 Charla de la Historia del Encebollado en Picantería Valdano

16:00 Recorrido por el Malecón 2000

17:30 Visita al Barrio de Las Peñas

5.5 Mapa final de la Ruta del Encebollado

Figura 32- Mapa final de la ruta del encebollado



Elaborador por Autoras

5.6 Folleto de la Ruta

Figura 33- Folleto de la Ruta parte frontal

Programa de Actividades

FULL DAY

07:00 Recoger en el Hotel

08:00 Visita Parque Forestal

09:30 Ruta del Encebollado
Picantería "Gran Arrecife"

10:30 City Tour por la ciudad
Recorriendo cada uno de los puntos de la ruta.

13:30 Almuerzo Pez Volador

14:30 Charla acerca de la Historia del encebollado en Picantería Valdano.

16:00 Recorrido por el Malecón 2000.

17:30 Visita Barrio Las Peñas.

19:00 Retorno al Hotel

Hoteles

- Manso Boutique Hostel
Malecón 1406 y Aguirre
- Hotel Ramada
Malecón 606
- Unipark Hotel
Clemente Ballén 406 y Chile
- Hotel Malecón Inn
Calle Sucre 203
- Casa de Romero
Vélez 501 y Boyacá

Ruta Gastronómica del Encebollado

ELMANSO
RAMADA
Unipark Hotel

RUTA GASTRONÓMICA DEL ENCEBOLLADO

Elaborador por Autoras

La parte frontal del folleto contiene el nombre y logo de la ruta, a la vez información importante sobre los hoteles que se encuentran aledaños; y por último el programa de actividades, un "Full Day" que inicia a las 07:00 de la mañana partiendo desde el hotel donde se encuentran hospedados los turistas hasta las 19:00 que finaliza el recorrido dejándolos en el mismo lugar de partida.

Figura 5.18- Folleto de la Ruta parte interior.



Elaborador por Autoras

La parte interior del folleto consta del mapa donde se evidencia el tramo de la ruta con los puntos de paradas en cada uno de los restaurantes e imágenes de los sitios turísticos que se encuentran alrededor.

5.7 Publicidad

La promoción y publicidad de la ruta será por medio de varias herramientas como:

5.7.1 Página Web:

Estará diseñada para la captación de los turistas, se reflejarán promociones para los usuarios. Se podrán visualizar imágenes de los lugares de la ruta, los restaurantes que la conforman, un itinerario para los clientes, y sitios de interés a sus alrededores.

5.7.2 Redes Sociales:

5.7.2.1 Facebook: Esta página estará personalizada con la finalidad de llamar la atención de las personas que la visitan; su nombre será “Ruta del Encebollado”. La publicación de vídeos, frases e imágenes harán atractiva esta ruta.

5.7.2.2 Twitter: El nombre del perfil en esta red social será @RutadelEncebollado, donde los usuarios podrán compartir contenido sobre la ruta gastronómica.

5.7.2.3 Instagram: Es el más indicado para fomentar la visita de un destino debido a que la publicación de imágenes y fotos es muy llamativa para los usuarios de esta red social.

5.8 Tabla de Resumen sobre la Ruta del Encebollado

Tabla 5 Resumen de la ruta gastronómica

| | |
|------------------|---|
| Recorrido | La ruta comenzará en el Restaurante Gran Arrecife ubicado en las calles Vacas Galindo y Coronel, siguiendo a lo largo por Coronel hasta llegar a San Martín y girar nuevamente por la calle Rumichaca pasando por los restaurantes Manolo Picantería y Cordero Jr. luego hasta llegar por la calle 10 de Agosto hasta Aquí es Marcelo, en el centro de la ciudad tomará las calles Boyacá hasta Víctor Manuel Rendón donde se encuentra la Marisquería el Lechón y por último |
|------------------|---|

| | |
|-------------------------------|--|
| | en Padre Solano y Alfredo Baquerizo Moreno en la Picantería el Valdano. |
| Objetivo | La Ruta del Encebollado está enfocada en los turistas que gustan de conocer lugares donde se pueda apreciar la buena comida vinculando a la comunidad con el turismo. |
| Descripción de la Ruta | <p>Sitios de visita:</p> <p>Sitios de visita: 9 Restaurantes y 15 Atractivos turísticos.</p> <p>1. Gran Arrecife Se encuentra en las calles Vacas Galindo y Coronel.</p> <p>2. Manolo Picantería Ubicado en Noguchi 1700 y San Martín.</p> <p>3. Picantería Cordero Jr. Ubicado en Calicuchima 327 entre Chimborazo y Chile.</p> <p>4. Aquí está Marcelo Se encuentra en las calles Esmeralda y Diez de Agosto.</p> <p>5. El pez Volador Ubicado en Esmeraldas y José Mascote.</p> <p>6. Las Delicias de Marcelo Ubicada en las calles Esmeraldas y José Vélez.</p> <p>7. Picantería Amparito Se encuentra ubicada en las calles 10 de Agosto y Quito.</p> <p>8. Marisquería El Lechón Ubicado en Víctor Manuel Rendón 727 y Boyacá.</p> <p>9. Picantería Valdano</p> |

| | |
|------------------|--|
| | Ubicado en Padre Solano 204 y Baquerizo Moreno. |
| Distancia | 6 km |
| Tiempo | 3 horas aproximadamente. |
| Mapa | <p>RUTA GASTRONOMICA DEL ENCEBOLLADO</p> <p>Restaurantes nombre</p> <ul style="list-style-type: none"> Aquí Esta Marcelo El Pez Volador Gran Amacife Las Delicias De Marcelo Manolo Picantería Mariguero El Lechón Picantería Valdano Picantería Amparito Picantería Cordero Jr. <p>0 75 150 300 450 600 Meters</p> |

Elaborador por Autoras

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. A pesar de la diversidad culinaria que posee Guayaquil, existe deficiencia en la promoción del destino; lo cual se evidencia en la falta de información que existe sobre su gastronomía.
2. La finalidad del diseño de la Ruta Gastronómica del Encebollado es la difusión de la ciudad como un destino gastronómico.
3. Con la inclusión de los restaurantes en la ruta se pretende aumentar el nivel de visitantes en la ciudad.
4. El patrimonio material o inmaterial; en este caso la gastronomía, forma parte de la identidad del guayaquileño.

Recomendaciones

1. Los actores sociales deberían aprovechar los recursos que posee la comunidad receptora.
2. Preservación de la gastronomía popular por medio de la revalorización de la identidad guayaquileña.
3. Mayor publicidad a los recursos gastronómicos que posee la ciudad.
4. Implementar el desarrollo de emprendimientos que permitan mejorar la propuesta planteada.
5. Crear estrategias que motiven a los visitantes a realizar el recorrido de la ruta.

ANEXOS

- Entrevista realizada a la historiadora Jenny Estrada

(Narración) Jenny Estrada: VAMOS HABLAR DE LOS ALIMENTOS

Empecemos por el origen, el origen de este plato es el río, es la gente del río y el mar, básicamente llega a Guayaquil por los marineros es un poco en que los vapores hacían las rutas fluviales hacia el interior de la república por aquí se llegaba hasta Babahoyo antiguamente llamadas bodegas porque ahí se almacenaban los productos y de ahí la gente tomaba las recuas para ir por tierra a la Sierra; entonces la vida del río era de mucha importancia para Guayaquil y la gente del río eran personajes muy notables dentro de estos la marinería tenía un especial aprecio por la buena comida en las lanchas y en los vapores se comía rico, la sazón del cocinero de abordo era muy buena.

Por los años de 1960 la ciudad deja de ser puerto fluvial y se transforma en puerto marítimo, entonces estas costumbres de la gente del río desembarca a las carretillas que se paraban en las esquinas y vendían este plato muy propio de la gente que navegaba, el encebollado lo vendían en baldes tenían un fogoncito abajo, el balde estaba con el caldo siempre caliente, lo vendían y lo despachaban del balde a los platos de fierro enlozado era lo que se acostumbraba en esa época porque el plástico no existía, entonces los baldes no eran de plástico ni los platos tampoco, eran de fierro enlozado todavía lo pueden encontrar por las afuera del Mercado Central. El plato es típicamente costeño ¿Por qué razón? Porque contiene un pescado altamente apreciado, que es la albacora pescado de mar, es el atún y de ese plato usted lo combina con yuca, producto costeño.

Entrevistador (Herrera): ¿TENÍA OTRA DENOMINACIÓN EL ENCEBOLLADO EN EL TIEMPO DE ANTES?

Estrada: “No, unos dicen que se lo llamaba enyucado pero el enyucado es otra cosa, el enyucado es una ensalada de yuca con pescado seco y puesto a remojar con salsa de cebolla, en mi libro “Sabores de mi Tierra” ahí está la diferencia; yo no

incluyo al encebollado porque no es plato de tradición de casa, porque cuando usted lo quiere comer usted sale a la calle a buscarlo, no lo cocina en su casa; si fuera un plato de tradición y de historia de familias se haría dentro de las casas pero los mejores encebollados se encuentran en las calles y uno tiene ahí sus rutas, sus huaquitas o huequitos donde usted lo va a encontrar y donde usted lo probó y le resulta el más sabroso”

Entrevistador (Bermeo): ¿CUÁNTO COSTABA EN ÉPOCAS ANTERIORES EL ENCEBOLLADO

Estrada: “No lo recuerdo vivíamos en sucre y yo nunca comí en la calle, yo nunca comí este plato en la calle, en la actualidad en dos o tres partes lo he comido, pero no era costumbre salir a comer o sea la gente que tenía sus costumbres buenas en su casa no salía a comer cosas de la calle”

Entrevistador (Herrera): ¿DESDE QUE AÑO EXACTAMENTE EMPEZÓ ESTA TRADICIÓN?

Estrada: “Las tradiciones no tienen año, usted no puede fijar una fecha, no puede decir el día, tal hora nació esta tradición del encebollado en la ciudad, no, eso sería un error, podríamos hablar de épocas qué será hace uno 40 años para acá desde que la vida del río se transforma desde que nace puerto marítimo”

Entrevistador (Bermeo): ¿ESTE PLATO HA TENIDO UNA EVOLUCIÓN EN LA RECETA?

Estrada: “Hay gente que lo hace mixto, que le ponen camarón y pescado pero lo fuerte de esto es un buen refrito un buen caldo del pescado lo que en gastronomía lo llaman fumet hecho bien consistente y luego se separa el pescado, se lo desmenuza aparte la yuca se ha cocinado y se mezcla con el maní, el maní es una variante de Manabí, hay maní tostado y molido”

Entrevistador (Herrera): LOS LUGARES MÁS REPRESENTATIVOS DEL ENCEBOLLADO

Estrada: “Cada uno tiene un lugar donde le gusta, eso no es que usted va a marcar una ruta porque la inventaría y tiene que inventarla porque si va hacer este tema invéntese entonces no es que la ruta es por tradición sino que es por costumbre.

Para encontrar este plato por costumbre si empieza por el norte de la ciudad, acá ¿tiene el cerro un buen encebollado? No verdad. Tiene que buscarlo abajo por la calle Córdova, empieza y ahí hay un mercado donde es tradicional el encebollado y al frente del mercado hay un lugar donde tienen la yuca cocinada pero así en varias cantidades, si usted lo pone maní a este caldo usted lo convierte en sancocho de pescado pero esto es un fumet de pescado cocinado con una buena base que se la va a dar el refrito, la cebolla, el ajo o lo que usted le pone para darle sabor al caldo”

Entrevistador (Herrera): ¿SE LE PONE AJÍ PERUANO AL ENCEBOLLADO”

Estrada: “No, porque el ají peruano no es otra cosa que el pimentón, el pimiento marrón secado y molido pero eso no. Ají si, un buen ají, claro para el que le gusta”

Entrevistador (Bermeo): ¿CONOCE ALGUNA PERSONA QUE HA SEGUIDO CON ESTA TRADICIÓN DE VENTA DESDE ANTES?

Estrada: “No, cualquiera que ha llegado y ha querido sobrevivir se ha puesto un puesto de encebollado a vender; los primeros vendedores salieron en balde, en las manos a despachar en el plato, de allí las carretillas en determinados puestos

del malecón y después a las carretillas le sacaron las ruedas y se convirtieron en restaurantes de las esquinas, hay esquinas donde el encebollado es famoso; esa esquina que queda frente a Poligráfica hay un mercado por la Clínica Guayaquil, padre Aguirre se llama la calle y Baquerizo Moreno allí hay un mercado dentro del comedor del mercado le hacen un buen encebollado y al frente hay un restaurante donde es famoso el encebollado. De allí usted parte al centro de la ciudad y va encontrando los lugares frente al Correo hay otro famoso donde compran todos los del Municipio, en las calles Pedro Carbo y Clemente Ballén hay un patio de comidas que tiene un relojito allí es”

Entrevistador (Bermeo): ¿USTED CONSIDERA QUE ESTE PLATO FORMA PARTE DE LA IDENTIDAD DEL GUAYAQUILEÑO?

Estrada: “De la identidad reciente del guayaquileño, la nueva identidad digamos pero de la tradición de la época de nuestros abuelos no”

Entrevistador (Herrera): ¿POR QUÉ EL GUAYAQUILEÑO LO ADOPTA ASÍ?

Estrada: “Porque le gusta, la tradiciones se van modificando, no son una camisa de fuerza, se van modificando con el tiempo ¿Por qué es identidad? Porque se ha vuelto una tradición desde medio siglo para acá”

Entrevistador (Herrera): ¿LA CLASE ALTA O MEDIA ALTA NO CONSUME ESTE PLATO?

Estrada: “Mentira, usted ve a los ejecutivos jóvenes salir de la oficina e ir a comer encebollado, no será de la gente mayor porque no fue para nosotros un plato típico, nunca se hizo en la casa como el caldo de bolas, como el sancocho blanco que

es netamente guayaquileño, el sancocho de pescado es otra cosa. El enyucado también es guayaquileño porque es la yuca cocinada el pescado se lo deja remojo de un día anterior se lo cocina luego se prepara la ensalada, que es la yuca picada con un poquito del agua donde se cocina la yuca el pescado por encima y la sala de cebolla”

Entrevistador (Herrera): ¿EL ENCEBOLLADO FORMA PARTE DE LA CULTURA POPULAR?

Estrada: “Sí, pero más que de la cultura es parte de la gastronomía popular y es un plato callejero, nace callejero y luego se transforma en plato de restaurante popular, se vende en los mercados.

“Mi consejo para su ruta es que vayan caminando, vayan recorriendo y tomen nota de los precios y sabores, porque no es igual el de aquí y el de la otra cuadra”

Entrevistador (Bermeo): EL MAÍZ TOSTADO, ¿ES PARTE DEL ENCEBOLLADO?

Estrada: “No, el maíz no es del encebollado el maíz es un producto serrano, se le pone al ceviche como acompañante, cada cual lo modifica de acuerdo al gusto de su clientela porque no es un plato de la casa porque si fuera de la casa todo el tiempo lo haría de la misma manera. Porque como es un plato callejero en cada lugar le van adicionando algo que la clientela dice póngame esto de aquí, que rico que estuvo con esto y entonces se lo dejan con eso, esa es la diferencia de un plato de tradición que usted no lo puede alterar porque la gente se lo reclama

Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

| | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 1._ DATOS GENERALES | | |
| ENCUESTADOR: ASTRID HERRERA FECHA: 28 DE JULIO DEL 2016 | FICHA No. 001 | |
| 2._ UBICACIÓN | LATITUD: -2.16667 | LONGITUD: -79.9 |
| PROVINCIA: GUAYAS | CANTÓN: GUAYAQUIL | |

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS

PROVINCIA: GUAYAS

FECHA: 28/07/16

| NOMBRE DEL ATRACTIVO | CALIDAD | | ENTORNO Max 10 | ESTADO DE CONSERV. Max 10 | ACCESO Max 10 | SERVIC. Max 10 | ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max 5 | SIGNIFICADO | | | | SUMA | JERARQUIA 1-2-3-4 |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------|------------------------------|------------------|-------------------|-------------------------------------|----------------|-------------------|---------------|----------------|------|----------------------|
| | VALOR INTRINSECO Max 15 | VALOR EXTRINSECO Max 15 | | | | | | LOCAL Max 2 | REGIONAL Max 4 | NAC. Max 7 | INT. Max 12 | | |
| | ISLA SANTAY | 15 | | | | | | 15 | 10 | 9 | 10 | | |
| PARQUE DE LA ARMADA | 15 | 15 | 9 | 9 | 10 | 9 | 5 | 2 | | | | 74 | 3 |
| PARQUE FORESTAL | 15 | 14 | 9 | 8 | 10 | 9 | 5 | | 4 | | | 74 | 3 |
| PALACIO DE CRISTAL | 15 | 15 | 8 | 10 | 10 | 9 | 5 | | | 7 | | 79 | 4 |
| MALECON 2000 | 15 | 15 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 | | | 7 | | 81 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|----|----|----|----|----|----|---|---|---|---|--|----|---|
| MALECON DEL SALADO | 15 | 15 | 9 | 10 | 10 | 9 | 5 | | 4 | | | 77 | 4 |
| MUSEO PRESLEY NORTON | 15 | 15 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 | 2 | | | | 76 | 4 |
| PARQUE CENTENARIO | 12 | 14 | 8 | 8 | 10 | 9 | 5 | 2 | | | | 68 | 3 |
| CATEDRAL DE GUAYAQUIL | 15 | 14 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 | | | 7 | | 80 | 4 |
| PARQUE SEMINARIO | 15 | 14 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 | 2 | | | | 75 | 3 |
| MUSEO NAHIN ISAIAS | 15 | 15 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 | 2 | | | | 81 | 4 |
| HEMICICLO DE LA ROTONDA | 14 | 15 | 9 | 8 | 10 | 9 | 5 | | | 7 | | 77 | 4 |
| LAS PEÑAS | 15 | 15 | 10 | 8 | 10 | 10 | 5 | | | 7 | | 80 | 4 |
| ZOOLOGICO EL PANTANAL | 15 | 12 | 10 | 8 | 8 | 8 | 4 | 2 | | | | 67 | 3 |
| PARQUE HISTORICO | 15 | 13 | 8 | 7 | 8 | 8 | 4 | | 4 | | | 67 | 3 |
| PARQUE SAMANES | 15 | 14 | 7 | 8 | 8 | 8 | 4 | | 4 | | | 68 | 3 |
| ARCHIVO HISTORICO | 13 | 13 | 9 | 8 | 8 | 8 | 4 | 2 | | | | 65 | 3 |
| TORRE DEL RELOJ | 14 | 12 | 9 | 9 | 9 | 9 | 5 | 2 | | | | 69 | 3 |
| CEMENTERIO GENERAL | 15 | 12 | 7 | 7 | 8 | 8 | 4 | | | 7 | | 68 | 3 |
| BOSQUE PROTECTOR CERRO BLANCO | 13 | 13 | 7 | 7 | 7 | 7 | 4 | | 4 | | | 62 | 3 |
| CENTRO RECREACIONAL PUERTO HONDO | 12 | 12 | 8 | 7 | 7 | 6 | 4 | | 4 | | | 60 | 3 |

- **Modelo de encuesta**

Ruta Gastronómica del Encebollado

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para seleccionar los establecimientos que formarán parte de la Ruta Gastronómica.

Nombre del Establecimiento

1. Determine el nivel de satisfacción con respecto a la comida.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- No Satisfactorio

2. Determine la calidad del servicio recibido en el lugar.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- No Satisfactorio

3. ¿Cómo considera usted la infraestructura del lugar?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- No Satisfactorio

4. ¿Cómo considera el ambiente del restaurante?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- No Satisfactorio

5. Recomendaría este lugar

- Si
- No



Bermeo, L. Herrera, A.

lbermeo@espol.edu.ec; ascaherr@espol.edu.ec

"RUTA GASTRONÓMICA DEL ENCEBOLLADO COMO PARTE REPRESENTATIVA DE LA IDENTIDAD GUAYAQUILEÑA."

Creación de una ruta para aprovechar el recurso gastronómico y así ayudar a la difusión de la ciudad como un destino turístico gastronómico internacional.

Introducción

La ciudad de Guayaquil posee un amplio recurso gastronómico, destacándose el Encebollado entre los más conocidos a nivel nacional; sin embargo existe un desaprovechamiento del plato para su promoción y difusión a nivel internacional.

Metodología

Investigación Bibliográfica

- Revisión de Papers
- Páginas Web Oficiales

Encuestas de satisfacción a clientes

- Prueba piloto

Análisis de Observación

- Visitas a atractivos turísticos
- Ficha de inventarios de atractivos

Resultados

Selección de Restaurantes

| No. | Establecimiento | Dirección |
|-----|-------------------------|---|
| 1 | Don Amalio | Near Centro 100 y Central |
| 2 | Resto Pizarra | Aguilón 1100 y San Martín |
| 3 | Placerón Centro J. | Calles 100 y 120 entre Chimborazo y Oña |
| 4 | Mar del Norte | El de Agosto 1900 y Estación |
| 5 | El Rey Viejo | Agosto 1900 entre Chimborazo y San Martín |
| 6 | Los Delicias de Maricao | Estación y San Martín |
| 7 | Placerón Aguilón | 10 de Agosto 1400 y San de Agosto |
| 8 | Mariposa El León | Water Street, Avenida 1000 y Roca |
| 9 | Placerón Maricao | Roca 1000 y San Martín |

Selección de atractivos turísticos.

| | |
|----|-------------------------------|
| 1 | Parque Realista 100 Sur |
| 2 | Parque de la Unidad |
| 3 | Parque Pizarra |
| 4 | Parque de la Oña |
| 5 | Malecón 2000 |
| 6 | Complejo Histórico Realcruces |
| 7 | Malecón del Salado |
| 8 | Parque Pizarra Sur |
| 9 | Parque Chimborazo |
| 10 | Callejón de Guayaquil |
| 11 | Parque Simón Bolívar |
| 12 | Parque Simón Bolívar |
| 13 | Parque La Oña |
| 14 | Parque del Maricao |
| 15 | Las Peñas |

Sectores de la ciudad de Guayaquil

CENTRO
9 de Octubre
Barrio Orellana
Bolívar
Cerro del Carmen
Cerro Santa Ana
La Bahía
Las Peñas
Malecón 2000
Malecón del Salado
Olmedo
Pedro Carbo
Roca
Rocafuerte
Sucre
Urdaneta

Mapa de la ruta gastronómica.



Conclusiones

- Guayaquil cuenta con muchos recursos gastronómicos, pero la ciudad no posee la correcta difusión para ser reconocidos a nivel internacional.
- El patrimonio inmaterial forma parte de la identidad del guayaquileño.
- La inclusión de los restaurantes permitirá vinculación de los turistas con la comunidad receptora.

Referencias

- Oliveira, Simão. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752. Recuperado en 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012&lng=es&tlng=es.

REFERENCIAS

[1] Agudo, M. y. (2010).

https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fTIV-osan5gJ:https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_gastron%25C3%25B3mico+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

[2] Arriola. (2005).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4ZTmueT40ccJ:www.revista.cultura.com.pe/revistas/RCU_20_1_las-rutas-gastronomicas-como-estrategia-de-desarrollo-turistico-local.pdf+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

[3] Barrera. (1999).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_XB_w3s3AboJ:por.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/LAS_RUTAS_GASTRONOMICAS_1999.pdf+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

[4] Diop. (1982).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xr_Z0Hp85RwJ:www.monografias.com/trabajos13/sobrepata/sobrepata.shtml+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

[5] Dominguez. (2006).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:lxzrrztqxbcJ:www.scielo.org.mx/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS0188-45572009000300008&num=1&hl=es-419&gl=ec&strip=1&vwsr=0

[6] Fields. (2002).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fJFQrdu5CvAJ:www.scielo.org.ar/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS1851-17322007000300001+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

[7] Gandara, M. y. (2010).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:PpGto-SZ85IJ:www.scielo.org.ar/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS1851-17322010000500011&num=1&hl=es-419&gl=ec&strip=1&vwsr=0

[8] Geertz. (1957).

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:66WfcMEkG5oJ:pnglanguaes.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

[9] Goncalves, T. y.

(2010).<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aeVyhA8TNpkJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

[10] Hernandez, C. y. (2014).

[11] Hunziker, W. (1942).

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:viEMhkCxc04J:blog.espol.edu.ec/saylflor/files/2013/08/Ejercicio-8-Columnas-tabulaciones-y-sangr%25C3%25ADas1.docx+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

[12] Jimenez. (2014).

[13] Laining. (1961).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qumVJUAFu28J:ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/276/Restrepo_Montes_Monica_2004.pdf%3Fsequence%3D1+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

[14] Lovera. (2015).

[15] Mannel. (2004).

[16] McCurdy, S. y. (1975).

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:O-B8DxaPpN0J:www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v17n48/v17n48a9.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

[17] Medina, S. y. (2009).

[18] Molina. (1986).

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1042/1/TESIS%20ROMEL%2017%20mayo.pdf>

Molina, S. (1997).

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FyY5SHm4eOoJ:tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewFile/365/622+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

[19] Oliveira. (2007).

[20] OMT. (1994).

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:402AwZBCikMJ:www.ecoturismluisantonio.com/index.php/actividades+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

[21] Richards. (2002).

[22] Roden.

(2003).http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:w01W_jS0ZQcJ:www.scielo.org.ar/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS1851-17322011000300012&num=1&hl=es-419&gl=ec&strip=1&vwsrc=0

[23] Saramango. (2002).

[24] Tella, D. (2001).

[25] Tikkanem. (2007).

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bK20L95aO_gJ:tmstudies.net/index.php/ectms/article/download/255/380+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=e

[26] Torres. (2006).

BIBLIOGRAFÍA

[1] - Herrero, José. (2002). ¿Qué es cultura? Recuperado el 12 de Agosto de 2016, de <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>.

[2] - Hidalgo-Alcázar, Carmen, Sicilia, María, & Ruiz De Maya, Salvador. (2015). La Imagen de un Producto Turístico Rural a través del Acceso al Contenido Generado por otros Usuarios en Internet: Diferencias por Género. *Journal of technology management & innovation*, 10(3), 75-84. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242015000300009>

[3] - MascarenhasTramontin, RúbiaGisele, &GândaraGonçalves, José Manoel. (2010). Producción y transformación territorial: La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(5), 776-791. Recuperado en 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000500011&lng=es&tlng=es.

[4] - Meléndez Torres, Juana María, &Cañez De la Fuente, Gloria María. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 17(spe), 181-204. Recuperado en 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008&lng=es&tlng=es.

[5] - Nunes dos Santos, Cristiane. (2007). Somos lo que comemos: identidad cultural y hábitos alimenticios. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(2), 234-242. Recuperado en 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000200006&lng=es&tlng=es.

[6] - Oliveira, Simão. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y perspectivas en*

turismo, 20(3), 738-752. Recuperado en 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012&lng=es&tlng=es.

[7] - Salinas Chávez, Eros, & Medina Pérez, Norman. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2), 227-242. Recuperado en 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000200008&lng=es&tlng=es.

[8] - Torre, Genoveva Millán Vázquez De La, Morales-Fernández, Emilio J., & Naranjo, Leonor María Pérez. (2012). Análisis del Turismo Gastronómico en la Provincia de Córdoba. *Tourism & Management Studies*, (8), 78-87. Recuperado em 12 de agosto de 2016, de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582012000100009&lng=pt&tlng=