

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

DISEÑO DE UN CIRCUITO GASTRONÓMICO PARA LA  
DIVERSIFICACIÓN DE OFERTA DE LA EMPRESA “TURISTIKUEROS”.

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciado en Turismo**

Presentado por:

María Laura Basurto Cedeño

Verónica Cecilia Torres Suárez

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

## DEDICATORIA

Dedicamos el presente proyecto a la fundación "Bienvenido Guayaquil", por compartir su tiempo y conocimientos con nosotras, además de asesorarnos y ser una guía a lo largo de estos meses. También nos dedicamos este proyecto, como prueba de lo que podemos llegar a aportar a la sociedad, un poco más de cultura, recreación y conocimiento. Es un pequeño intento por transmitir lo que hace especial a nuestra ciudad.

.

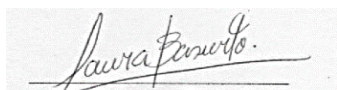
## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por habernos permitido llegar hasta esta, la última etapa universitaria y poner en nuestro camino a personas llenas de luz. A nuestros padres, por apoyarnos desde el inicio y darnos la oportunidad de viajar, conocer este bello país y sobre todo formarnos como profesional y seres humano. Agradezco a nuestros amigos y profesores, por su ayuda desinteresada, críticas constructivas y buena voluntad.

Finalmente, pero no menos importante, a la fundación “Bienvenido Guayaquil” y la agencia “Turistiqueros”, por darnos apertura y apoyo para realizar conjuntamente este proyecto.

## DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; María Laura Basurto Cedeño y Verónica Cecilia Torres Suárez 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"

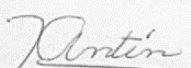


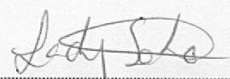
María Laura Basurto  
Cedeño



Verónica Cecilia Torres  
Suárez

## EVALUADORES

  
-----  
**Nombre del Profesor**  
MBA. Ivonne Martin Moreno

  
-----  
**Nombre del Profesor**  
M.Sc. Lady Soto Navarrete

## RESUMEN

La Agencia de Desarrollo y Promoción de Destinos “Turistiqueros”, se enfoca en la búsqueda y gestión de nuevos productos turísticos con el fin de diversificar su oferta. Es por ello, que el presente proyecto tiene como principal objetivo el desarrollo de un circuito gastronómico en la ciudad de Guayaquil que permita conocer la cultura y tradiciones de la urbe a través de un enfoque culinario.

La metodología aplicada fue cualitativa y cuantitativa, específicamente se elaboró una encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros para delimitar el mercado meta; se desarrollaron entrevistas a expertos para direccionar el enfoque de la propuesta, así como para obtener información apropiada que ayude a identificar las principales características de este recorrido.

Se obtuvieron resultados favorables por parte de los visitantes locales, llegando a la conclusión que el diseño de este circuito gastronómico contribuye a la revalorización de la comida típica de la ciudad, fomentando el rescate del patrimonio alimentario ecuatoriano. Con la puesta en práctica de este proyecto se beneficiará a las pequeñas y medianas empresas familiares que se dedican al servicio de la restauración, diversificando la oferta turística dentro de la ciudad de Guayaquil.

**Palabras Clave:** Circuito Gastronómico, Cultura, Turismo, Restaurantes.

## **ABSTRACT**

*The "Turistiqueros" Development and Promotion Agency focuses on the search and management of new tourism products in order to diversify its offer. For this reason, the main objective of this project is to develop a gastronomic circuit in Guayaquil city that allows visitors to get to know the culture and traditions of the city through a culinary approach.*

*The methodology applied was qualitative and quantitative, specifically a survey was prepared aimed at national and foreign tourists to delimit the target market; Expert interviews were conducted to direct the approach of the proposal, as well as to obtain appropriate information that helps to identify the main characteristics of this route.*

*Favorable results were obtained by local visitors, reaching the conclusion that the design of this gastronomic circuit contributes to the revaluation of the typical food of the city, promoting the rescue of the Ecuadorian food heritage. With the implementation of this project will benefit small and medium family businesses that are dedicated to the service of restoration, diversifying the tourist offer within the city of Guayaquil.*

*Keywords: Gastronomic circuit, Culture, Tourism, Restaurants.*

# ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	5
RESUMEN.....	I
<i>ABSTRACT</i> .....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS .....	VI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	9
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
CAPÍTULO 1.....	11
1.    Introducción .....	11
1.1    Descripción del problema .....	12
1.2    Justificación del problema.....	12
1.3    Objetivos.....	13
1.3.1    Objetivo General .....	13
1.3.2    Objetivos Específicos .....	13
1.4    Marco teórico .....	13
1.4.1    Turismo .....	13
1.4.2    Gastronomía .....	14
1.4.3    La alimentación en el ámbito turístico cultural.....	15
1.4.4    Circuito turístico.....	15
CAPÍTULO 2.....	17
2.    Metodología .....	17
2.1    Actores involucrados.....	17
2.2    Entrevistas Primera Fase.....	18



2.3	Revisión bibliográfica .....	18
2.4	Design Thinking .....	19
2.4.1	Entrevistas Segunda Fase .....	19
2.4.2	Prototipo de baja resolución .....	20
2.4.3	Prototipo de alta resolución .....	20
2.5	Estudio de mercado .....	22
2.5.1	Tamaño de la muestra .....	22
2.5.2	Encuestas .....	23
2.6	Componente financiero.....	24
CAPÍTULO 3.....		25
3.	Resultados Y ANÁLISIS.....	25
3.1	Análisis de la Encuestas .....	25
3.2	Estudio Financiero .....	28
3.2.1	Costos Fijos y Variables.....	28
3.2.2	Balance de Maquinarias.....	28
3.2.3	Punto de Equilibrio .....	29
3.2.4	Capital de trabajo .....	30
3.2.5	Modelo CAPM.....	31
3.2.6	Flujo de Caja .....	32
3.3	Prototipo de baja.....	33
3.4	Prototipo de alta.....	34
CAPÍTULO 4.....		37
4.	Conclusiones Y Recomendaciones.....	37
4.1	Conclusiones .....	37
4.1.1	Sobre el diseño del circuito .....	37
4.1.2	Sobre el mercado objetivo.....	38

4.2	Recomendaciones .....	38
4.2.1	Sobre el circuito.....	38
4.2.2	Sobre el estudio de mercado .....	39
BIBLIOGRAFÍA .....		40
APÉNDICE.....		42
Apéndice 1: Entrevistas .....		43
Apéndice 2: Itinerario .....		59
Apéndice 3: Información del guión.....		61
Apéndice 4: Ficha informativa.....		64
Apéndice 5: Ficha informativa de los participantes .....		65
Apéndice 6: Estudio de mercado .....		69
Apéndice 7: Modelo de encuesta.....		90
Apéndice 8: Facturas .....		94
Apéndice 9: Prototipo de alta.....		98

## **ABREVIATURAS**

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

OMT American Society for Testing and Materials

MINTUR National Association of Corrosion Engineer

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 3.1 Bosquejo a mano. Elaboración Propia (2018) .....	33
Ilustración 3.2 Diseño en Google My Maps. Elaboración Propia (2018) .....	34
Ilustración 3.3 Degustación de tortillas de verde y yuca. ....	35
Ilustración 3.4 Visita Sánduches Don Pepe .....	35
Ilustración 3.5 Participantes en La Culata.....	36
Ilustración 4.1 Factura de Picantería La Culata. ....	94
Ilustración 4.2 Factura de Ambigú Café. ....	95
Ilustración 4.3 Factura Amador´s Restaurant.....	96
Ilustración 4.4 Factura Sánduches Don Pepe.....	97
Ilustración 4.5 Visita a Ambigú Café. ....	98
Ilustración 4.6 Preparación del plato.....	98
Ilustración 4.7 Degustación Sánduches.....	99
Ilustración 4.8 Amador´s Resturant.....	99
Ilustración 4.9 Degustación Seco de Gallina .....	100
Ilustración 4.10 Interpretación acerca del Encebollado.....	100
Ilustración 4.11 Degustación del Encebollado. ....	101

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Componentes de un circuito. Fuente: Elaboración Propia (2018) .....	16
Tabla 2.1. Grupo de entrevistados. Elaboración Propia (2018) .....	18
Tabla 3.1 Valoración de los encuestados. Elaboración Propia (2018).....	27
Tabla 3.2 Costos Fijos. Fuente: Elaboración Propia (2019).....	28
Tabla 3.3 Costos Variables. Fuente: Elaboración Propia (2019) .....	28
Tabla 3.4 Balance de Maquinarias. Fuente: Elaboración Propia (2019) .....	29
Tabla 3.5 Punto de Equilibrio. Fuente: Elaboración Propia (2019) .....	29
Tabla 3.6 Capital de Trabajo. Fuente: Elaboración Propia (2019) .....	30
Tabla 3.7 Modelo CAPM. Fuente: Elaboración Propia (2019) .....	31
Tabla 3.8 Flujo de Caja. Fuente: Elaboración Propia (2019) .....	32
Tabla 4.1 Itinerario del Operador. Elaboración Propia (2018).....	59
Tabla 4.2 Itinerario del Turista. Elaboración Propia (2018).....	60
Tabla 4.3 Paquetes de otras operadoras. Elaboración Propia (2018) .....	74
Tabla 4.4 Paquetes de otras operadoras. Elaboración Propia (2018) .....	76

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1 Género. Elaboración Propia (2018).....	84
Gráfico 4.2 Edad. Elaboración Propia (2018). .....	84
Gráfico 4.3 Lugar de procedencia. Elaboración Propia (2018).....	85
Gráfico 4.4 Realización Circuito. Elaboración Propia (2018). .....	85
Gráfico 4.5 Lugares donde han realizado un recorrido gastronómico. Elaboración Propia (2018). .....	86
Gráfico 4.6 Interés. Elaboración Propia (2018).....	86
Gráfico 4.7 Preparación de platos. Elaboración Propia (2018).....	87
Gráfico 4.8 Importancia. Elaboración Propia (2018) .....	87
Gráfico 4.9 Duración del recorrido. Elaboración Propia (2018) .....	88
Gráfico 4.10 Precio. Elaboración Propia (2018) .....	88
Gráfico 4.11 Redes Sociales. Elaboración Propia (2018).....	89

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Mapa de Actores. Fuente: Elaboración Propia (2018).....	17
Figura 2.2 Matriz Desing Thinking. Elaboración Propia (2018).....	19

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

En la última mitad del siglo XX, se ha producido un cambio estructural en el modo de apreciar la comida por parte de los turistas. Si antes, los viajeros no estaban interesados en probar alimentos desconocidos y existentes en las regiones que visitaban, ahora buscan nuevas experiencias y tratan de degustar platos con colores y sabores locales. La búsqueda de nuevas sensaciones convierte a este negocio en una tentativa para la introducción de nuevos productos en el mercado (Barrera, 2006) y una oportunidad para dinamizar y diversificar la actividad turística, impulsando el desarrollo económico de una localidad.

Cabe mencionar que los elementos considerados como patrimonio no representan al 100% dicha cualidad. Primero, porque los componentes característicos de una cultura alimentaria se adaptan e insertan a una nueva realidad, con tiempo e ideas “actualizadas” durante el proceso de patrimonialización. Segundo, la selección de dichos elementos la realiza la sociedad perteneciente a la “nueva realidad”, considerando sus preferencias, gustos y costumbres, en lugar de la sociedad donde se originaron estos productos. Y como último punto, porque al existir esta adaptación se aleja de la verdadera recuperación a la que se pretende llegar.

Una localidad logra desarrollarse con la puesta en valor de sus recursos, ya sean estos: humanos, naturales, culturales, entre otros, junto con la intervención de sus actores públicos y privados. Las acciones y proyectos que se lleven a cabo influyen en el crecimiento económico, participación social y conservación del patrimonio.

Por otro lado, el emprendimiento se ha incorporado a la cultura ecuatoriana como concepto transformador de la economía, al ser un dinamizador por sus efectos a corto, mediano y largo plazo sobre la riqueza de sus habitantes. (Landsdale, Abad, Vera, 2012). “Emprende turismo”, es la actual iniciativa para fomentar esta actividad en Ecuador. Su requisito es tener un proyecto en actividades turísticas como:



servicios de alimentos y bebidas, alojamiento, intermediación, operadores turísticos, transporte turístico; todo relacionado con experiencias en turismo o turismo sostenible, enmarcados en generar desarrollo económico y socio ambiental. (Ministerio de turismo, 2018)

Las sociedades requieren de emprendedores que contribuyan al desarrollo económico del país, a través de la generación de empleo, y al afianzamiento del patrimonio gastronómico.

### **1.1 Descripción del problema**

El desarrollo de actividades turísticas en Guayaquil ha permitido la generación de nuevas fuentes de ingresos, llegando a promocionarla a nivel nacional e internacional. Además, es el punto de acción para emprendedores pertenecientes a otras provincias que llegan para compartir sus propuestas innovadoras en el área de restauración y satisfacción del público.

Uno de los recursos que destaca a la ciudad pero que no ha sido considerado como parte de la oferta turística de la misma, es la gastronomía, por lo que se busca generar una propuesta que permita a los visitantes locales y turistas extranjeros degustar y conocer de la cultura culinaria guayaquileña. Una mejor forma de que los ciudadanos se vinculen con su cultura, es a través de los conocimientos del Patrimonio Alimentario de la región y es necesaria su potencialización.

### **1.2 Justificación del problema**

Para la implementación de este circuito se trabajará en conjunto con la Agencia de Desarrollo y Promoción de Destinos “Turistiqueros”, la cual gestiona y asesora proyectos relacionados al turismo. Dentro de los trabajos que ha desarrollado no cuentan con uno relacionado a la difusión de la comida local, por lo que este circuito es presentado como una alternativa para diversificar su oferta.

Este circuito es una alternativa que permite conocer la cultura y tradiciones de la urbe a través de un enfoque culinario, visitando los establecimientos que han emprendido y participado en la feria “Raíces”.

Actualmente, se está promocionando con mayor fuerza la cocina guayaquileña mediante congresos, ferias, exposiciones, entre otros. Como, por ejemplo, la feria anual “Raíces” en donde participan emprendedores de diferentes puntos del país en el sector de la restauración. Además de la apertura del Mercado del Río, ubicado en el Malecón 2000, como una nueva e innovadora oferta turística que comprende la comida típica y gourmet en un solo espacio.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Diseñar un circuito gastronómico en la ciudad de Guayaquil, con el fin de promocionar su cultura desde un enfoque culinario, en base a la revisión de los platos típicos de la página web “Guayaquil es mi destino”.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Seleccionar los platos típicos más representativos que conformarán el circuito gastronómico.
- Realizar un estudio de mercado que permita la identificación del grupo meta.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto mediante la elaboración de un flujo de caja determinando la rentabilidad.

### **1.4 Marco teórico**

#### **1.4.1 Turismo**

Según la OMT, (OMT, 1994) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros”. Básicamente, esta actividad ha estado presente desde los orígenes del hombre, ya sea por motivos de caza, enfrentamientos, comercio,

religión o alguna otra actividad que impulsó el traslado de su lugar de origen. En la época de la Ilustración, los jóvenes elitistas debían viajar a Italia y Francia por motivos culturales, políticos, diplomáticos, militares, entre otros, a esto se le conocía como “Grand Tour”. Más adelante, después de la industrialización se produjeron grandes cambios en la sociedad como: aparición de nuevos medios de transporte, desarrollo de los medios de comunicación, las relaciones comerciales o estudios profesionales, bajo precio del petróleo, los trabajadores reciben vacaciones pagadas, aumento del tiempo libre y disfrute del mismo, razón por la cual las personas se esparcían a diferentes destinos para sus vacaciones.

Es por ello, que el buen desarrollo de la actividad turística en una localidad consigue mejorar el sector económico de la misma, mediante la generación de empleos y a su vez, influye positivamente en el desarrollo social. El turismo no solo beneficia a aquellos actores involucrados directamente en él, sino también al resto de sectores económicos; los gastos del turista incluyen el servicio de alojamiento, alimentación, transporte, compra de souvenirs, actividades de entretenimiento, recreación, cultura.

#### **1.4.2 Gastronomía**

“Entiéndase por gastronomía el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación. Tiene por objeto velar por la conservación del hombre empleando los mejores alimentos.” (Brillat-Savarin, 2001) Este estudio tiene relación con varios componentes: la historia natural y cultural, con la cocina, el comercio, e incluso con materias como la física y la química, en pocas palabras, la gastronomía se vincula con elementos culturales teniendo como centro a la comida.

El estudio de la gastronomía permite al hombre descubrir un mundo de nuevas sensaciones, ayuda a entender las características propias de los alimentos, además del clima y lugares propicios para sembrarlos u obtenerlos, para una mejor manipulación y aprovechamiento de los mismos, algunos es mejor consumirlos antes de que se desarrollen por completo, por ejemplo: espárragos

(vegetal) o los lechones (animal). La clave radica en saber combinar los ingredientes, en donde los sabores, aromas y consistencia de cada uno de ellos no se opaquen entre sí.

### **1.4.3 La alimentación en el ámbito turístico cultural**

Según la RAE, la palabra cultura es “el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”, en otras palabras, es la forma de expresar o manifestar la vida tradicional de un pueblo. En las prácticas alimentarias de una región u otra, se puede apreciar las diferencias en la manera de adquirir, preparar y consumir los alimentos, lo que es comestible para unos, no lo es para otros. Los alimentos, así como la religión y el lenguaje, identifican a una determinada comunidad y ayudan a reconocerla y relacionarse con ella.

El vínculo de este elemento con el turismo ha permitido el aprovechamiento de los recursos regionales para destacar la cocina típica de una zona y difundir la autenticidad de la misma. A pesar de que no siempre es el primer factor que influye en un viaje turístico, agrega valor a la visita de un lugar y es una opción atractiva para que el turista interactúe y se integre con la cultura y espacio local, saberes y sabores dentro del contexto histórico en que surgió el plato. (Mascarenhas & Gándara, 2010).

### **1.4.4 Circuito turístico**

El circuito turístico no es un producto en sí, sino la base para la elaboración de diferentes tipos de productos turísticos. Un circuito se diferencia de una ruta por su composición: la ruta empieza en un punto A y termina en un punto B, es decir, su estructura es lineal, mientras que, un circuito inicia en un punto A finalizando en el mismo, añadiéndole un valor agregado tal como: conectividad, accesibilidad, atractivos, entre otros.

Un circuito turístico comprende 4 elementos:

El espacio o territorio	<p>Puede ser considerado local (ciudad) o regional (más de una localidad).</p> <p>Modalidad para recorrer el circuito: peatonal o con ayuda de los medios de transporte.</p> <p>Tener en cuenta dónde se encuentran los atractivos a visitar.</p>
Patrimonio cultural (o natural)	<p>Es el bien o manifestación, ya sea artística, natural (accidentes geográficos, flora, fauna) productiva, cultural (arquitectura, tradiciones, costumbres) que motiva al turista a viajar.</p>
Temática	<p>Puede ser general (información global sobre el lugar o atractivo) o cuando se escoge un tema en específico (mayor nivel de especialización sobre el lugar). También puede tratarse sobre cultura o geografía (Ruta Jesuítica en Paraguay)</p>
Capacidad de innovación	<p>De ésta depende que la empresa sea competitiva (adaptación a las nuevas tendencias, gustos y movimientos de la demanda, uso de la tecnología para crear un producto más atractivo y complementar la operación del mismo)</p>

**Tabla 1.1 Componentes de un circuito. Fuente: Elaboración Propia (2018)**

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo metodológico del presente trabajo se mencionan las actividades que se realizaron para la planificación y gestión del presente proyecto analizando los siguientes puntos:

### 2.1 Actores involucrados

Se procedió a identificar a aquellos que se encontraban relacionados directa e indirectamente con el proyecto, como se observa en el Ilustración 2. Esta fue de gran utilidad ya que nos permitió organizar el rol que cumplía cada uno y en qué momento era necesaria su intervención para el desarrollo del proyecto.

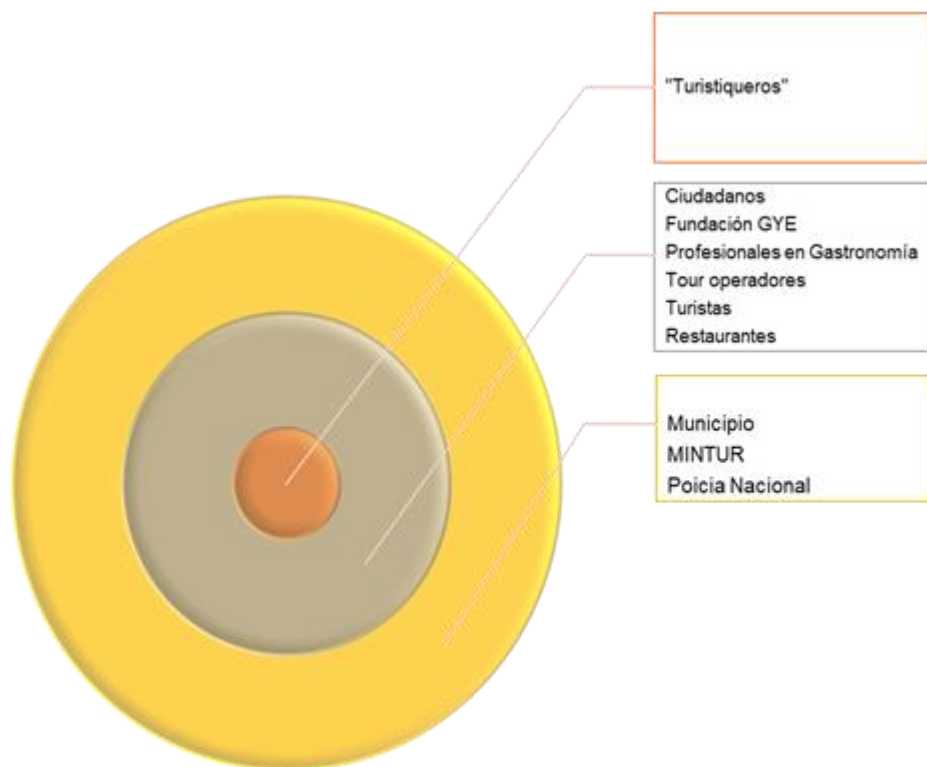


Figura 2.1 Mapa de Actores. Fuente: Elaboración Propia (2018).

## 2.2 Entrevistas Primera Fase

Una vez seleccionados los actores que intervendrían en el proyecto, se organizaron reuniones a conveniencia. Lo que se había planeado como una sesión de preguntas y respuestas, se tornó en una agradable plenaria en la que aportaron ideas y observaciones de manera objetiva e imparcial sobre algunos aspectos relacionados al diseño del circuito, datos adicionales y recomendaciones.

<b>Entrevistados</b>	<b>Número de personas entrevistadas</b>
Turistiqueros	1
Fundación Bienvenido GYE	3
Escuela de los chefs	1
Empresa Pública de turismo de Guayaquil	1

Tabla 2.1. Grupo de entrevistados. Elaboración Propia (2018)

## 2.3 Revisión bibliográfica

Con base a información recopilada en papers, revistas científicas y páginas web, se pudo estudiar más a fondo temas como: turismo, gastronomía, la relación entre ambos conceptos, qué es un circuito y características del mismo y casos de estudio de otras regiones o países, en donde se hayan realizado circuitos o rutas gastronómicas que hayan tenido éxito; esto, con el fin de agrupar los datos más relevantes que aporten en el diseño del circuito donde se potencialice y promocióne la cultura, tradiciones y emprendimientos de la urbe porteña.

## 2.4 Design Thinking

Se empleó la herramienta de Design Thinking, puesto que ayuda al momento de la creación de nuevos productos y servicios que puedan satisfacer de una forma óptima las necesidades del público, involucrándolos en el mismo proceso de creación. Primero fue necesario empatizar con el público, permitir que opinaran y sugirieran libremente sobre la idea del proyecto para definir el problema e idear posibles soluciones. La clave fue fomentar su participación y aceptar sus ideas. Además, ayudó a interpretar los resultados obtenidos, con el fin evaluar y realizar un bosquejo del mismo.



Figura 2.2 Matriz Design Thinking. Elaboración Propia (2018).

Generalmente esta metodología abarca los siguientes ítems mencionados a continuación:

### 2.4.1 Entrevistas Segunda Fase

El objetivo de estas entrevistas fue recopilar información de profesionales en el área de la gastronomía, operación turística, dueños de restaurantes, y nuestro cliente. Los datos obtenidos sirvieron para delimitar las



principales características de este circuito, su estructura y dinámica, así como los impactos negativos y positivos que tendría la aplicación del mismo. (Apéndice: 1)

#### 2.4.2 Prototipo de baja resolución

El prototipo de baja es el primero que se realizó para el desarrollo de este proyecto, para ello se bosquejó este de dos formas:

- Se bosquejó, es decir, se realizó un dibujo del sector donde se realizó el circuito, añadiendo a su vez los restaurantes que se escogieron para este.
- Y después de realizado el bosquejo a mano, se procedió a diagramar el recorrido en la herramienta Google My Maps, donde se obtuvo una visión más detallada de las calles de la ciudad, determinando dónde y cuál sería el punto de encuentro.

Gracias a estos dos prototipos realizados se pudo determinar donde se encuentran ubicados restaurantes visitados y el tiempo aproximado de duración del mismo.

#### 2.4.3 Prototipo de alta resolución

Antes de llevar a cabo el prototipo de alta, se realizaron los siguientes pasos:

- Se identificó a los restaurantes que formaron parte de este (tabla 2.2), estos fueron seleccionados gracias a las entrevistas realizadas a profesionales del área, y a la guía de “Guayaquil es mi destino”.

<b>Restaurantes</b>	<b>Información de contacto</b>
Ambigú Café	Nombre del dueño: Edgar Palmar. Dirección: Luis Urdaneta #502 y Boyacá.

	Teléfono: 0980675906
Sánduches Don Pepe	Nombre del dueño: Alexandra Muñoz. Dirección: Ximena y Padre Solano. Teléfono: 04-2303023
Amador Restaurant	Nombre del dueño: Yoconda Cruz. Dirección: Luis Urdaneta #104 y Rocafuerte. Teléfono: 0988252246
Restaurante La Culata	Nombre del dueño: Maité Riccardi. Dirección: General Córdova y Mendiburu. Teléfono: 0960693367

Tabla 2.2 Nombre de restaurantes que forman parte del circuito. Elaboración Propia (2018)

- Se procedió a seleccionar aleatoriamente al grupo de personas que fueron parte del recorrido. (tabla 2.3)

<b>Nombres de Participantes</b>
Cedeño Padilla Ricardo
Mendoza Santos Alex
Figueroa Samaniego Genessis
Avila Gavilanes Joselyn
Vanegas Alman Michelle

Tabla 2.3 Participantes del circuito. Elaboración Propia (2018).

- La elaboración del itinerario (Apéndice: 3), el cual consistió en delimitar el punto y hora de encuentro, la duración del mismo.

- Se redactó en un documento información acerca de los ingredientes más importantes de los platos a degustar (Apéndice: 4).
- Crear una ficha informativa (Apéndice: 5), el objetivo de esta ficha fue conocer si alguno de los participantes escogidos tiene algún problema de salud, esta fue entregada a cada uno de los ellos.

Con esto, finalmente, después del recorrido se obtuvo una retroalimentación acerca de la funcionalidad, interacción, diseño del circuito y opiniones y reacciones de los usuarios.

## 2.5 Estudio de mercado

Se procedió a delimitar nuestro grupo objetivo: turistas nacionales e internacionales, con edades entre los 18 hasta 50 años, porque a partir de los 50 las personas llegan a tener más problemas de salud, lo que repercute en que sean más cuidadosos con la comida.

Es por ellos, que el presente estudio tuvo como objetivo la identificación del mercado meta, es decir, personas interesadas en realizar un recorrido gastronómico, para conocer la cultura y tradiciones de la urbe a través de:

### 2.5.1 Tamaño de la muestra

Para poder determinar el número de personas a las cuales se les realizó la encuesta se tomó en consideración las cifras de los turistas que ingresan a la ciudad, las cuales fueron obtenidas en la página de “Guayaquil es mi Destino” esta reflejó un valor de 2'111.260 turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a la urbe en 2017, por ello se aplicó la ecuación de tamaño de la muestra:

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

Estableciendo que:

N: tamaño de la población

n: tamaño de la muestra

z: valor obtenido en base al nivel de confianza

$\alpha$ : desviación estándar o nivel de error previo

e: límite de error aceptado

Basándonos en un nivel de confianza del 90%, margen de error de 10% y 0,10 como desviación estándar poblacional o nivel de error previo tenemos los siguientes resultados:

$$n = \frac{1,65^2 0,10^2 2'111.260}{0,10^2 (2'111.260 - 1) + 1,65^2 0,10^2}$$

$$n = \frac{5747905.35}{2111261.72}$$

$$n = 272$$

## 2.5.2 Encuestas

Se diseñó una encuesta (Apéndice: 8), que buscaba medir el mercado meta, que se aplicó al grupo objetivo ya establecido. Las mismas, fueron aplicadas de forma mixta, es decir, en físico y on-line. Las encuestas físicas fueron hechas en los siguientes puntos turísticos de la ciudad como: Parque Seminario, Malecón Simón Bolívar y el Cerro Santa Ana; mientras que las encuestas on-line fueron desarrolladas en la aplicación de Google Forms, y distribuidas a los jóvenes de intercambio estudiantil de ESPOL y muestra aleatoria simple.

## **2.6 Componente financiero**

Finalmente, se realizó un estudio de viabilidad financiera, para determinar la rentabilidad económica a largo plazo. El mismo incluyó la elaboración de un presupuesto con los diferentes servicios que se ofrecerán intermediación (guianza turística), transportación y seguridad; fue prioritario demostrar el rendimiento económico del mismo, aplicando distintos indicadores de solvencia y liquidez.

Y finalmente se investigaron las diferentes fuentes de financiamiento a través de bancas privadas, públicas y cooperativas financieras, entre otras, las mismas que fueron seleccionadas gracias al buró de crédito.

# CAPÍTULO 3

## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 3.1 Análisis de la Encuestas

En base al estudio de mercado realizado, el cual se encuentra detallado en el (Anexo: 6) se analizaron los resultados obtenidos en las encuestas desarrolladas a extranjeros y turistas nacionales, identificando a nuestro mercado meta y su interés por un circuito gastronómico en la ciudad.

La primera sección se basó en preguntar a los encuestados datos generales como el género, edad y el lugar de procedencia:

- El género femenino fue el que mayor participación tuvo en la encuesta con un porcentaje de (54,6%) mientras que el género masculino fue de (45,4%). (Apéndice 6: Gráfico 4.1).
- Se preguntó en qué rango de edad se encontraba el encuestado, y el mayor porcentaje recayó en jóvenes entre 18 a 25 años (67%), seguido de, el grupo de 26 a 35 años (22,3%). El menor porcentaje se ubicó en el rango de 36 a 50 años. (Apéndice 6: Gráfico 4.2)
- En relación a la procedencia, se determinó que, del total de la población encuestada, el mayor grupo de respuestas provino de la población nacional (84%) y un (12%) correspondió a turistas internacionales provenientes de Suramérica y el (4%) al mercado europeo. (Apéndice 6: Gráfico 4.3)

En la segunda sección, se preguntó si alguna vez habían realizado un circuito gastronómico en otro sitio.

Las respuestas fueron las siguientes:

- El 87,9% aseveró el no haber realizado ninguna ruta o circuito gastronómico
- El 12,1% afirmó haber realizado un circuito gastronómico. (Apéndice 6: Gráfico 4.4)

- Antes las aseveraciones positivas se repreguntó sobre el lugar donde lo habían realizado. El resultado de este ítem fue el siguiente: Guayaquil, Argentina, España y Brasil. (Apéndice 6: Gráfico 4.5)

Con el propósito de obtener una respuesta significativa se contextualizó al entrevistado acerca de las características claves de un circuito gastronómico. La pregunta se formuló con la finalidad de conocer la voluntad de participar en esta actividad turística.

Los resultados obtenidos fueron:

- El 92,7% sí estaría dispuesto.
- El 7,3% no estaría dispuesto. (Apéndice 6: Gráfico 4.6)

En la tercera sección, estuvo compuesta por cinco preguntas. La primera se relacionó con la disposición de interactuar en la cocina de uno de los restaurantes del circuito.

Las respuestas de los encuestados, en esta pregunta fueron:

- El 72,2% respondió que sí a preparar un plato.
- Mientras que el 27,6% respondió que no. (Apéndice 6: Gráfico 4.7)

La segunda pregunta estuvo vinculada con criterios de saneamiento ambiental. Donde los encuestados valoraron la segunda pregunta de la sección 3 (Apéndice 6: Gráfico 4.8), de la siguiente forma:

<b>Criterios</b>	<b>Valoración más importante por parte de los encuestados</b>
“Limpieza”	La mayoría de los encuestados respondieron que la limpieza es un factor <i>Muy Importante</i> .
“Relación Precio-Calidad”	El 47% de los encuestados lo considera <i>Muy Importante</i> , mientras que el 49% lo considera como un aspecto <i>Importante</i> .
“Rapidez del Servicio”	El 47% de los encuestados considera <i>Muy Importante</i> la rapidez del servicio,

	mientras que el 49% lo considera <i>Importante</i>
“Calidad del servicio”	El 59% considera como un aspecto <i>Muy Importante</i> para solicitar los servicios de alimentación de una hueca, mientras que el 39% lo considera <i>Importante</i> .
“Tipo de Comida”	El 33% de los encuestados lo considera como <i>Muy Importante</i> , mientras que el 48% considera este aspecto como <i>Importante</i> .

**Tabla 3.1 Valoración de los encuestados. Elaboración Propia (2018).**

La tercera pregunta consistió en conocer la duración del circuito, donde se obtuvo lo siguiente:

- El 50,5% respondió que prefiere un recorrido de 1 a 2 horas.
- El 41,8% prefiere que el recorrido tenga una duración de 3 a 4 horas respectivamente. (Apéndice 6: Gráfico 4.9).

En la cuarta pregunta, se quiso conocer sobre el precio que estarían dispuestos a pagar:

- El 70,3% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$25 a \$35 por el circuito gastronómico.
- El 27,1% estaría dispuesto a pagar entre \$36 a \$45.
- Mientras que, el 2,6% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de \$46. (Apéndice 6: Gráfico 4.10).

Y como última pregunta, con el fin de conocer los medios de comunicación para comercializar este circuito, se evidenció un gran número de respuestas en redes sociales como:

- Facebook 72,9%



- Instagram 61,2%, y Twitter 8,1% y;
- Sin embargo, aún existe un grupo de personas que les gustaría recibir información a través de correo electrónico 23,8% y página web 13,6%. (Apéndice 6: Gráfico 4.11).

## 3.2 Estudio Financiero

### 3.2.1 Costos Fijos y Variables

Para el presente proyecto se identificó a la publicidad como costos fijos, mientras que, para los costos variables se delimitó al transporte, alimentación e interpretación debido a su variabilidad, obteniendo la siguiente información:

<b>COSTOS FIJOS</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Publicidad</b>	1	350	\$ 350,00
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>			\$ 350,00
<b>COSTOS FIJOS ANUALES</b>			<b>\$ 4.200,00</b>

Tabla 3.2 Costos Fijos. Fuente: Elaboración Propia (2019)

<b>COSTOS VARIABLES</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Alimentación</b>	4	\$ 10,00	\$ 40,00
<b>Transporte</b>	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>Interpretación</b>	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>COSTOS VARIABLES TOTALES (Por Viaje)</b>			<b>\$ 210,00</b>
<b>COSTOS VARIABLES MENSUALES</b>			<b>\$ 2.520,00</b>
<b>COSTOS VARIABLES ANUALES</b>			<b>\$ 30.240,00</b>
<b>COSTOS VARIABLE UNITARIO</b>			<b>\$ 21,00</b>
<b>Proyección clientes por recorrido</b>	<b>10</b>		

Tabla 3.3 Costos Variables. Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 3.2.2 Balance de Maquinarias

Con respecto al balance de maquinaria se consideró la adquisición de un equipo de cómputo y a su vez de un botiquín que se usarán durante los recorridos.

<b>BALANCE MAQUINARIAS</b>			
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Computadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>\$ 400,00</b>
<b>OTROS</b>			
Botiquín	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>TOTAL OTROS</b>			<b>\$ 30,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			<b>\$ 430,00</b>

Tabla 3.4 Balance de Maquinarias. Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 3.2.3 Punto de Equilibrio

Realizando el análisis del punto de equilibrio se pudo identificó que se deben vender 2100 recorridos al año.

<b>Datos</b>	
Precio venta	\$ 23,00
Costos fijos	\$ 4.200,00
Costos variables	\$ 30.240,00
C.V.U	\$ 21,00
<b>PUNTO EQUILIBRIO</b>	<b>2100</b>

Tabla 3.5 Punto de Equilibrio. Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 3.2.4 Capital de trabajo

Se obtuvo como resultado que como capital de trabajo se deberá contar con \$2870 dólares americanos.

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
precio		23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23
venta q		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
ventas \$		6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00
ingreso mensual	0	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00	6.900,00
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Costos Fijos	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Costos Variables	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00
Total Egresos	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	2870,00

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Ingreso Mensual	0	6900	6900	6900	6900	6900	6900	6900	6900	6900	6900	6900
Egreso Mensual	-2870,00	2870,00	2870,00	2870,00	-2870,00	-2870,00	-2870,00	-2870,00	-2870,00	-2870,00	-2870,00	-2870,00
Saldo Mensual	-2870,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00	4030,00
Saldo Acumulado	-2870,00	1160,00	5190,00	9220,00	13250,00	17280,00	21310,00	25340,00	29370,00	33400,00	37430,00	41460,00

Tabla 3.6 Capital de Trabajo. Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 3.2.5 Modelo CAPM

A continuación, se utilizó el modelo CAPM. Consiste en conocer el porcentaje de rentabilidad de un proyecto dentro del mercado, éste nos ayudó a determinar la tasa de descuento que se utilizó en el flujo de caja y conocer el riesgo del proyecto.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} R_i &= R_f + B (R_m * R_f) \\ R_i &= 10,60\% + (0,96 * 7,50\%) \\ R_i &= 0,1780 \end{aligned}$$

**En donde:**

**Ri:** rentabilidad exigida por el inversionista.

**Rf:** Corresponde al suma del riesgo de Estados Unidos más el de Ecuador.

**B:** beta de la empresa o sector comparable.

**Rm:** rentabilidad del mercado.

<b>Bu</b>	0,96
<b>Rf</b>	10,60%
<b>Rm</b>	7,50%
<b>tasa</b>	0,1780

Tabla 3.7 Modelo CAPM. Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 3.2.6 Flujo de Caja

El presente proyecto contará con inversión propia, durante un periodo de evaluación de 5 años. Con esto para el flujo de caja, se utilizó la tasa obtenida con el modelo CAPM, obteniendo un VNA de \$4.328,68. Después de realizar los cálculos respectivos, obteniendo una TIR del 60%.

Años	0	1	2	3	4	5
Capacidad		3600	3670	3670	3670	3670
Precio		\$23,00	\$23,00	\$23,00	\$23,00	\$23,00
Ingresos		\$82.800,00	\$84.414,60	\$84.414,60	\$84.414,60	\$84.414,60
Costos Variables		\$(75.600,00)	\$(77.074,20)	\$(77.074,20)	\$(77.074,20)	\$(77.074,20)
Gastos Publicidad		\$(4.200,00)	\$(4.200,00)	\$(4.200,00)	\$(4.200,00)	\$(4.200,00)
Depreciación Computadora		\$(133,33)	\$(133,33)	\$(133,33)		
Utilidad ventas computadora (1-3)						\$160,00
Utilidad antes impuestos trabajadores		\$ 2.866,67	\$3.007,07	\$3.007,07	\$3.140,40	\$3.300,40
15% utilidad trabajadores		\$430,00	\$451,06	\$451,06	\$471,06	\$495,06
Utilidad antes impuesto a la renta		\$2.436,67	\$2.556,01	\$2.556,01	\$2.669,34	\$2.805,34
25% impuesto a la renta		\$ 609,17	\$ 639,00	\$ 639,00	\$ 667,33	\$ 701,33
UTILIDAD NETA		\$1.827,50	\$1.917,01	\$1.917,01	\$2.002,01	\$2.104,01
Depreciación Computadora		\$133,33	\$133,33	\$133,33		
Valor en libros computadora						-
Capital de trabajo	\$(2.870,00)					\$2.870,00
Inversión	\$(430,00)					
<b>FLUJO CAJA</b>	<b>\$(3.300,00)</b>	<b>\$1.960,83</b>	<b>\$2.050,34</b>	<b>\$2.050,34</b>	<b>\$2.002,01</b>	<b>\$4.974,01</b>
VNA	\$4.328,68					
TIR	60%					

Tabla 3.8 Flujo de Caja. Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 3.3 Prototipo de baja

Para este prototipo se diseñó el circuito de dos formas:

- La primera fue un bosquejo a mano donde se colocaron los locales que iban a formar parte del mismo como se lo muestra a continuación:

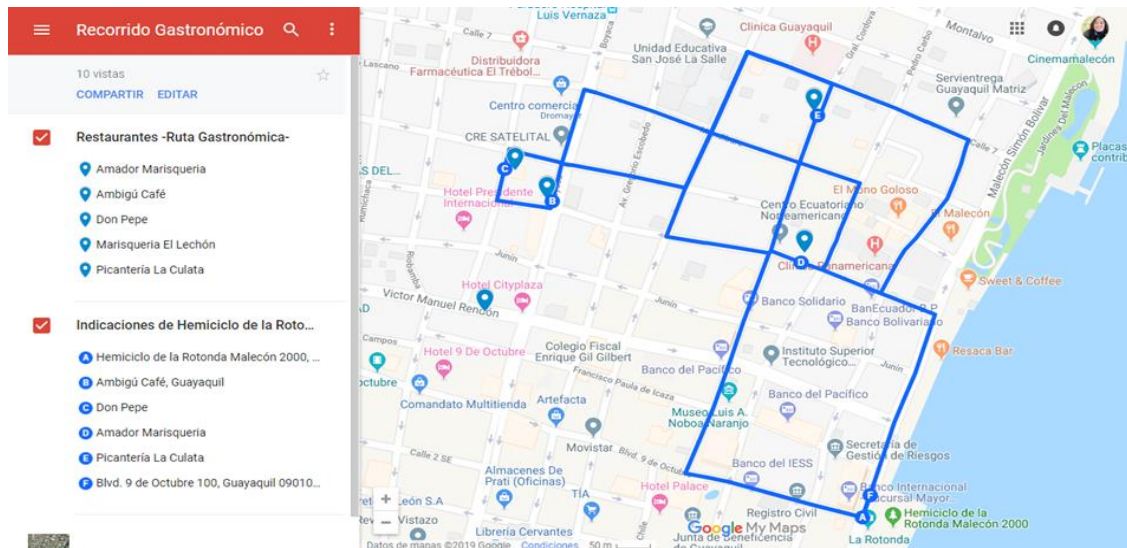


**Ilustración 3.1 Bosquejo a mano. Elaboración Propia (2018)**

El circuito está compuesto de la siguiente manera:

1. El primer lugar a visitar es “Ambigú café”, seguido de “Don Pepe”, “Amador Restaurant” y “Picantería La Culata”.
2. La duración del recorrido fue de dos horas, empezando a las 9:45 AM y terminando a las 11:45 AM.
3. El tiempo aproximado de estancia en cada restaurante es de media hora.
4. En cada parada se compartió información acerca del plato a degustar y sobre el local.
5. El medio de transporte utilizado para llegar a los diferentes puntos, fue una van.
6. Los dueños de un restaurante no comunicaron su ausencia durante el desarrollo del circuito.
7. Los participantes comentaron que no conocían los restaurantes, que les agradó la atención, la comida y que regresarían en un futuro.

- El segundo diseño, se lo elaboró en la herramienta de Google My Maps, la cual consistió en establecer los puntos en el Maps y automáticamente se diseña el recorrido:



**Ilustración 3.2 Diseño en Google My Maps. Elaboración Propia (2018)**

Los resultados que se obtuvieron en el prototipo de baja fueron los siguientes:

- El 95% de los restaurantes seleccionados estuvieron dispuestos a participar en este circuito.
- Una mejor visualización de la distancia entre los locales.
- Guía para tener una mejor orientación durante el recorrido, teniendo en cuenta el tráfico vehicular, calles aledañas, tiempo y ruta más corta.
- La cantidad de locales que se había escogido al principio, se redujo por motivos de duración del circuito, estancia y degustación de platos en los mismos.

### 3.4 Prototipo de alta

Los resultados que se obtuvieron en el prototipo de alta fueron los siguientes:

- A pesar de que se acordó el día y horario de visita con los dueños de los locales, uno de ellos estuvo ausente durante la misma sin previo aviso. Esto ocasionó un retraso en el recorrido y mala impresión en los participantes.

- Conocimiento de nuevos locales ubicados en el centro de Guayaquil con ambiente acogedor, buen servicio y platos con buena sazón y precios asequibles al cliente.



**Ilustración 3.3 Degustación de tortillas de verde y yuca.**



**Ilustración 3.4 Visita Sánduches Don Pepe**





**Ilustración 3.5 Participantes en La Culata**

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

En la ciudad de Guayaquil, la cocina ha contado con la presencia de la familia desde sus inicios. Muchas de las recetas que se conocen hoy en día, son la base de negocios que se han mantenido generación tras generación; empezando con implementos rústicos como los hornos de leña, tinajas y pailas, y las tácticas empíricas que las abuelas y madres compartían. Actualmente, el municipio de Guayaquil ha decidido apostar por la gastronomía con un enfoque turístico, a través de ferias, congresos y conferencias, para potencializar y revalorizar la cultura y tradiciones de la ciudad. Los municipios y las empresas privadas deben considerar a la gastronomía como un componente importante en la promoción de tradiciones y conocimientos del área geográfica en la que se encuentran.

Con los resultados que se muestran en el capítulo anterior, se comprueba un alto nivel de interés en el circuito gastronómico por parte de los guayaquileños y aquellos pertenecientes a otras provincias validando el objetivo general planteado. Así mismo, los objetivos específicos fueron todos validados con los agentes involucrados en el desarrollo del circuito. A continuación, se establecen los siguientes puntos:

#### 4.1.1 Sobre el diseño del circuito

- Los portales oficiales de gastronomía, charlas con profesionales en el área e historiadores, son fuentes útiles que aportan información tanto técnica como empírica acerca de la cultura culinaria.
- Es necesaria una minuciosa investigación acerca de los platos “típicos” de la ciudad, que comprenda características tales como su origen, ingredientes, preparación y modificaciones que se han dado a lo largo del tiempo.
- Contemplar el diseño de 3 circuitos gastronómicos durante el día, el primero por la mañana, el segundo en la tarde y el tercero de noche, debido a que el guayaquileño come por horarios. Esto, para una mejor comprensión sobre la cultura guayaquileña.

- La duración del circuito debe ser mayor a 2 horas, de forma que el ritmo no sea acelerado, considerando el espacio entre las comidas que se degusten.
- Hay interés por parte del público para preparar un plato típico, pero dependerá del espacio y aprobación del restaurante para la realización del mismo.
- Turistas que provienen de Europa y se encuentran dentro del rango de edad estipulada en el proyecto, no se sienten atraídos en participar en el circuito, esto se debe a que son más independientes en sus viajes o solo están de paso por la ciudad. Es por ello, que se enfoca en turistas nacionales y turistas que provienen de países vecinos.

#### **4.1.2 Sobre el mercado objetivo**

- Nuestro mercado objetivo está conformado por los jóvenes guayaquileños, hombres y mujeres, en un rango de edad entre los 18 y 25 años.
- Las redes por las que se debe publicitar el circuito son Facebook e Instagram.

## **4.2 Recomendaciones**

### **4.2.1 Sobre el circuito**

- Mejorar la comunicación con los encargados de los restaurantes para evitar posibles inconvenientes como ausencia por parte de ellos en el local, demora al momento de servir los platos; además, llegar a un acuerdo para que nos faciliten un espacio en donde se pueda estacionar el auto en el que van los clientes.
- Controlar el tiempo de duración en cada local, considerando que uno de los clientes desee pedir algo por su cuenta y consumirlo en ese instante o esperar a su preparación en caso de no estar listo, el tiempo de espera en caso que se retrase algún cliente, tiempos muertos, es decir, lo que toma llegar de un restaurante a otro y al estacionar el auto.
- Investigar exhaustivamente sobre las tradiciones y comida representativa de la ciudad, facilitando la selección de platos y locales, el contraste entre lo antiguo y lo actual y comprensión de los cambios en la cocina guayaquileña.
- Acudir a profesionales en el área para una mejor organización y composición del producto.

#### **4.2.2 Sobre el estudio de mercado**

- Analizar las nuevas ofertas de la competencia e identificar las estrategias aplicadas en la venta de sus productos.
- Conocer los gustos y medios de comunicación preferidos del mercado objetivo, para adoptar estrategias de venta, publicidad o mejora del producto.
- Actualizar las respuestas del mercado, con un nuevo estudio, para conocer gustos e intereses, y decidir sobre la posible modificación de la dinámica del circuito.

# BIBLIOGRAFÍA

Alcívar Vera, I. (2018). Turismo en la economía del Ecuador. Obtenido de Entorno Turístico: <https://goo.gl/RrNT8v>

Alejandro, A. (15 de mayo de 2014). Sánduche de chancho, una delicia para disfrutar al paso. El Universo. Obtenido de Gran Guayaquil, El Universo: <https://goo.gl/xnsEMQ>

Barrera, E. (2006). Itinerarios culturales y rutas del patrimonio. Obtenido de Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo: <https://goo.gl/XVphA6>

Bermúdez, S. (4 de septiembre de 2017). Encebollado: el origen. Obtenido de Mundo Diners: <https://goo.gl/AATZdG>

Brillat-Savarin, J. A. (2001). En Fisiología del gusto (pág. 40). Rambla Catalunya: Óptima.

CESLA. (2018). Informe de situación y perspectivas de la economía en Ecuador. Obtenido de CESLA (Centro de Estudios Latinoamericanos): <https://goo.gl/CHcakc>

Chan, N. (2005). En N. Chan, Circuitos Turísticos (págs. 93-98). Paraguay: Ediciones turísticas.

Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2(2), 193-213. Obtenido de <https://goo.gl/LTu4yA>

Falcón, J. (2014). Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico aplicadas al caso de Argentina. Obtenido de Dialnet: <https://goo.gl/KhBwuo>

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio alimentario. Dixit, 24(1), 4-16. Recuperado el 25 de noviembre de 2018, de Dixit: <https://goo.gl/eixtsB>

Guayaquil Travel. (2018). Tour de huecas. Obtenido de Guayaquil Travel: <https://goo.gl/CAMkpm>

Lansdale, D., Abad, C., & Vera, D. (2012). Impulsores claves para establecer el ecosistema dinámico de emprendimiento en Ecuador. Polémika, 9(1), 18-25. Recuperado el noviembre de 2018, de <https://goo.gl/28cRrm>

Mascarenhas, R., & Gándara, J. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. En Estudios y perspectivas en turismo (Vol. 19, págs. 776-791). Obtenido de Estudios y Perspectivas en Turismo.

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (11 de julio de 2016). Seco de gallina criolla. Obtenido de <https://goo.gl/HHh5GF>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (11 de julio de 2016). Tortilla. Obtenido de <https://goo.gl/pift8k>

Ministerio de Turismo. (15 de Agosto de 2018). Emprende Turismo, una iniciativa para fomentar el turismo en Ecuador. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://goo.gl/gK1o58>

MINTUR. (2017). La importancia del turismo en la economía del Ecuador. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://goo.gl/YacDpd>

Real Academia Española. (Noviembre de 2018). Cultura. Obtenido de Real Academia Española: <https://goo.gl/L8HJkX>

Sancho, A. (1998). En WTO, Introducción al turismo (págs. 11-12). WTO.

# APÉNDICE

## Apéndice 1: Entrevistas

**E1:** Jorge Aicart Tutivén, investigador histórico

**E2:** Gabriel Paredes Villegas, folklorista

**E3:** Doctor Fernando Mancero

**Laura Basurto:** Nuestra idea de proyecto es hacer un circuito gastronómico como tal, para promocionar en sí, lo que es Guayaquil, su cultura y tradiciones a través de la comida. De cierta forma, lo vemos como un recurso muy importante pero que no se está aprovechando adecuadamente.

**E1:** Por ejemplo, el tigrillo eso es un plato, digamos, a base de guineo y eso es propio del altiplano orense y de Loja. Pero acá nosotros tenemos pues el *cachoebuey*, eso prácticamente se ha perdido, está extinto. Y lo nuestro lo hemos dejado, el *carequeso* o el *manguengue*, todo eso es base de verde asado. Y también se perdió el bolón porque ahora se hace a base de patacones fritos, una vez que va desapareciendo el fogón y todo.

**E3:** Va cambiando, se va modificando la receta original.

**E1:** El desayuno era normal, o sea, 10 verdes a asar. Entonces inmediatamente cogían la piedra o mazo, le ponían un litro de leche, le ponían una libra de queso cuajada, entonces son calientes, no heladas. Entonces mi mamá le picaba y le ponía un poquito de cebolla colorada o cebolla blanca y orégano. Y de ahí pues con un café puro, o café con leche. Oiga, eso era un manjar.

**E2:** Ese digamos era un bolón, el que se acostumbraba a comer.

....

**E1:** Oiga, y por ejemplo, eso de huecas, eso es nuevo.

**E2:** Hay que evitar usar el término. Se llaman *huecos*, *agachaditos*.

**E1:** Uno decía “he descubierto un agachadito” porque siempre estas personas ponían, por ejemplo, puestos pequeñitos.

....

**Verónica:** La finalidad de esta reunión es generar ideas en base a sus comentarios, contrastar ciertas ideas, hasta corregir la información que se introduce, la palabra *hueca* por ejemplo.



**E2:** La palabra *encebollado* también. No es encebollado, es *picante de pescado*. Por eso usted ve que se llaman Picanterías y no Encebolladería.

**E1:** Había un festival en Santa Lucía, yd ice tenemos platos típicos... fritada. Yo pensé que me iban a brindar un bollo de pescado, caldo de bola, un ayampaco, algo nuestro. Y luego dice "bollo de tilapia". La tilapia depredó la fauna nuestra, porque la tilapia dice que es el pez que Jesús multiplicó en el mar de Galilea. Entonces aquí se trajeron porque ese pez se reproduce rápido. En el primer año, esas piscinas se desbordaron y ese pez se escapó. Los únicos pescados que no se dejan comer son la vieja y el huanchiche.

**E2:** si ustedes quieren ver un lugar como les dice el abogado, hay uno que existe tal cual, en el que ustedes pueden hacer tomas, pero tienen que irse en la noche, tipo 10, 11 de la noche. Junto en la entrada del hospital Roberto Gilbert en la atarazana. Ahí, que está la entrada y el banco bolivariano hay una casa en la que se ponen a vender. Encuentran el fogón, la olla el banquito, no es nada formal, es todo informal.

.....

**Laura Basurto:** yo quisiera ahondar un poco más en cómo era antes, un poco más acerca de los términos.

**E2:** El agachadito era digamos desprestigiado, porque cuando uno dice *agachadito* es como quien dice "es porque eres turro, eres chiro"

**E3:** las normas ya no permiten esa forma tan precaria.

**E1:** Los agachados deberían tener una subvención del gobierno, porque ahí va a comer la gente pobre. Entonces ahí usted veía un tallarín con puro achiote. Lo que más se brindaba, y como era gente de la sierra y era barato, eran caldos, sopas, arroz con jugo, el quaker. Hay que rescatar ese mérito de los agachados. ¿Sabe qué es lo maravilloso de esto? Que comía lo que usted quiera. A veces me decían: "vamos a los agachados del mercado central", y se come rico, (solo que están los cargadores) y eso es fresco.

**E1:** En el campo, cuando no había papa se utilizaba la yuca. Había mucha variedad de ensaladas de frejoles, que son tan ricas, locros sancochos, esas cosas. El caldo de pescado, otra cosa es la sopa. Todo está en la espesura, pero ahí yo soy profano estoy hablando es en memoria que yo oía de mi madre y de las abuelas.

**E3:** Mejor dicho, el caldo tiende a tratar de sacar la esencia de lo que haces, incluso a nivel gourmet usan los caldos, para bases diferentes, (los fondos) de carne, de pescado, en fin. Tienden a extraer el sabor de los elementos que están ahí. En cambio, la sopa es

una fusión, que no es que se la hierva, no es una cosa que va a requerir tan larga cocción, es una unión de diferentes elementos.

**E1:** Por ejemplo, yo nunca en mi vida, escuché “patacones”. Siempre era “chifle” o las tajadas de verde, que eso es, con la paila que se estaba haciendo los chicharrones, esas cosas. Y de ahí el bolón es que se hacía con verde asado no con patacón.

**E3:** o sea, también se puede abordar de que Guayaquil es una metrópoli nacional, entonces donde viene la gastronomía de todos los rincones del país y se asienta, y muchas veces, tal cual y otras, se adapta al gusto y a los ingredientes que se encuentran aquí. Pero claro, ustedes podrían aclarar esta característica, el sitio, la visión que tiene de lo que ofrece, en fin, se me ocurre.

**E1:** La característica de la comida costeña, aunque la papa es el producto reina inclusive en el campo, yo me acuerdo, que cuando no había papa se hacían estofados con yuca, la papa en muchas sopas o caldos era insustituible, pero aquí, la gastronomía nuestra es a base de verde de yuca, porque era lo que el campesino era lo que podía coger en el momento. Entonces usted encuentra una variedad de platos con verde, como el bollo, caldo, sango, cazuela, ayampaco, sudado.

**E2:** Explíqueles qué es el ayampaco. En caso de que venga con un extranjero.

**E3:** Yo mencionaba es la incongruencia de la mucha comida típica con el clima en que vivimos; costumbres aberrantes de consumir demasiada grasa, demasiado frito, en este calor. Cuando en los de 4 estaciones, tiene comida para cada época del año, muy grasosa en invierno porque necesitan soportar el frío, necesitan mucha grasa y muy ligera y fresca en verano, pues porque se acalora. Y allí esta ese gazpacho de los españoles, que viene la sopa hasta con un pedazo de hielo. Entonces para el extranjero e una sopa o un caldo de pata en marzo a la 1 de la tarde, que deben ser unos 38 grados y sirven esa barbaridad y que lo mandan a calentar. Es una incongruencia

**E1:** Eso tiene que estar bien caliente. Vea y otra cosa que le llamaba la atención, yo soy muy curioso. Había dos restaurantes de comida estándar y a veces llegaban extranjeros. Y les llamaba la atención que la carta “sopa de camarón” o sopa de queso”. Arroz con guata o arroz con pescado frito. Les llamaba la atención la variedad y lo barato. Después decía jugo colada y un guineo y entonces el precio. Recién estaba la dolarización entonces eso también les llamaba la atención. Y en la comida internacional nuestra, la gourmet, y que ahí se luce pues.

**E3:** Hay otra cosa, y es la ausencia en la gastronomía ecuatoriana, es casi la ausencia total de ensaladas no existen ensaladas típicas. O sea, digamos lechuga, tomate. Ensalada de aguacate. Ahora, la clásica es nada más el tomate lechuga y cebolla.

**E1:** cómo le llamaría a la de veteraba, arverja, huevo duro troceado, zanahoria y una salsita de cebolla.

**E2:** Por ejemplo, el revolver está mal, por ejemplo, revolver la yerbita con las comidas. En el momento que se revuelve cambian los sabores. Y de la yerbita hay que abusar, la gente no abusa de la yerbita. Y, es más, cuando ustedes preparan una ensalada en su casa, por ejemplo, si son 3 o 4 vegetales, nunca los mezclen, pónganlos por capas y encima pongan la yerbita, la sellan y la ponen a guardar hasta que sea la hora de comer. Por eso la ensalada era lo primero en hacer, en las casas, en la mañana lo primero que hacían era la ensalada y ponían a hacer el caldo, a preparar los alimentos. Entonces cuando sale la ensalada, al momento que la destapas y tienes esa yerbita encima te da ganas de comerte toda la bandeja al momento, entonces ahí es cuando recién se mezcla.

**E1:** Lo que llama la atención, es que en nuestra dieta si no hay arroz, no es almuerzo.

**E3:** ¡Claro! El segundo es arroz, “qué hay de arroz” uno pregunta, arroz con qué. O por ejemplo *el café*, uno no dice “¿qué hay de desayuno?”, uno dice *el café*.

**E1:** Y eso está tan arraigado que yo me acuerdo que decía mi mamá cuando un niño ya para comer, mira ya comí arroz; y yo hubiera peleado que el arroz y el plátano eran nuestros, y eso no es así, por ejemplo, el plátano, eso viene de la india, el arroz del oriente, lo traen los árabes.

**E3:** Ahora es característica nuestra como en algunos países latinoamericanos, la guarnición es el arroz, siempre, tanto en Europa como en el cono sur no se come arroz si no de vez en cuando. La guarnición es el pan, entonces si viene un estofado, por decir así, el pan lo remojan.

....

**E1:** Hay platos que también hay que rescatar, los moros. Eso tiene un fondo histórico, porque son morenos y son mezclados. Entonces los españoles tuvieron una guerra de reconquista para botar a los moros, entonces inclusive por eso hay apellidos “Matamoros” Y también se acuerda que cuando un niño no era bautizado, se decía “era moro ese niño” y yo oía que se decía que una lechuza le cogía y luego decían: “deja ver si tienes la lechuza que te ha rallado”. No se olvide que el moro es una cosa deliciosa, de garbanzo, fréjol, y ahí le ponía un quesito y al lado un estofado.

**E2:** Ahora en cambio el moro te lo venden con carne, chuleta, costilla. Por ejemplo, el fréjol, el fréjol rojo cuando lo lavaban quedaba el agua teñida y esa agua se usaba para cocinar el arroz y salía con esa pigmentación rojiza, eso es algo que también se ha perdido, se está perdiendo y la gente no sabía de dónde venía esa mezcla. Ahora eso, tú se lo ves hacer a los chefs y la gente “oooh” y es normal en las casas.

**E1:** yo como abogado tenía muchos amigos en esas invasiones en el campo y yo le decía a mi mujer “oye aquí nosotros no merendamos, pero en esos lugares donde hay mucha gente, pero es la más generosa y hacen merienda”; aquí pues le dejan de la mañana un poquito y allá es otra cosa. Y entonces me decían “pero quédese para la merienda”. Ellos iban a un mercado y conseguían, aquí hay variedad de pescado baratísimo, pero no es pues robalo, botella, bueno, entonces que asado, cocinado, delicioso, y también no faltaba la sopita de queso, eso también es barato y la colada de harina de plátano. Es que la harina de plátano aún ellos la elaboran artesanalmente. Lo pelan al verde y lo ponen en el techo, entonces eso queda ya seco, tostado y ahí pues con una maquina lo muelen y le ponen canela y ahí pues sale la harina, con eso mi abuela dio a mis hijos, y eso era delicioso. El quaker, por ejemplo, al quaker se le ponía con panela (que viene envuelta en hojas secas)

**E1:** En casa ya no se hacen muchas cosas, verá, cuando yo era niño, decían “oye ¿qué hacemos? Hazte algo rápido, hazte un caldo de bola. No y eso hay que quemarse las manos, entonces eso era delicioso, y decían los montubios yo me acuerdo cuando iba al campo, y cuando no tenían que comer, comían gallina. Porque ellos pues pasaban la canoa con legumbres, carne y esas cosas, el pescado sí lo cogían en el río. Y también algo que ya no se destila en la casa, era el sancocho de mondongo, caldo de mondongo con la masa de verde, yuca, la cebolla colorada y un choclo. Antes se comía la ubre, ahora ya no, entonces vea se hacía, arroz con ubre, lampreado, estofado.

Y lo que ha desaparecido también, estos huequitos, es el clásico ajicero, en las casas ya casi no veo, en frasco. Yo me acuerdo que, en la zona nuestra, se hacía con ají de gallinazo y suero de vaca, y ponían grosella, pero había gente que le gustaba mucho el ají.

Algo que siempre hubo en las casas, de postre era un maduro asado con la corteza quemada. Una miel sale de él, bien dulce. El azúcar natural que se negrea. Yo veía es la paciencia de estas mujeres, y también algo que nos estamos olvidando y que eso era delicioso, la chucula, la torta de maduro con la base de la chucula, o sea, tierno. Habría

muchos postres, pero esos que le menciono. Porque hay una diferencia entre el maduro y el pintón. Entonces había personas que le gustaba el pintón.

El mestizaje no solo fue racial, entonces la mezcla de estos productos, por ejemplo, ellos trajeron las aves de corral, el ganado, la leche, el queso, el limón. Lo nuestro es la yuca. Además de cambiar el sabor, cambiaron los colores, y los españoles se llevaron de nosotros, la papa. Y después la papa es la comida nacional de tantos países de Europa. La comida de ellos sí es totalmente distinta.

**E2:** Lo de ellos son comidas rápidas, además son recetas importadas. Ustedes deberían más bien armar una propuesta de ruta gastronómica, pero identificando dónde están esos platos más originales, con pocas modificaciones, porque ese es el problema, la gente le hace cambios y por este mismo concurso de las huecas ponen algo “típico” y es lleno de condimentos, sazones.

.....

**E1:** El maní es el producto reina, es el que da sabor y hace a la comida única, usted le pone maní rallado a un arroz y eso es una cosa deliciosa, pero no a todo se le pone maní.

**E2:** Ahí es cuando vinieron las fusiones, las creaciones, y la han distorsionado, entonces no tienen esa base.

**E3:** Ahí está el ejemplo de Perú, creo yo. Ellos no han respetado nada, la comida es súper fusión. El ceviche de allá, ya no lo marinan como antes. Ahora está “gourmetizado”, internacionalizado entonces cogen un pescado grande, hacen los cubos, y le echan el limón y en ese rato revuelven y ya está y le echan las, eso no existía antes, no se usaba, estas algas secas, le hacen un garnish de todo para la foto. Y está más cerca de ser un sushi, que ser algo propiamente peruano. Nosotros en cambio, en esa medida, somos más nacionalistas, decimos: “No, eso no es nuestro”, pero ellos sí han adoptado a la comida extranjera como propia.

....

**E1:** Y rescatando, nosotros tenemos aquí un producto reina que es el maní, por ejemplo, una papa con maní, me atrevería a decir: “qué delicioso”, o, por ejemplo, una guata, que no lleva maní no es guata. (---) ¿Qué es lo que más había en el campo? Pescado. Entonces ponían un pescado seco, arroz, pedazo de verde, porque la gallina y esas cosas, la gente joven la criaba para venderla con sus huevos, en alguna ocasión especial

quizás la hayan puesto, pero yo recuerdo que ponían un buen pedazo de pescado seco, arroz con dos huevos duros, un pedazo de verde asado y un bototo de agua.

Aquí teníamos una ventaja, que eso me lo hacía ver alguien que el campesino cuando hay cosecha tiene abundancia, el que siembra arroz, tiene abundancia de arroz, el que siembra maíz tiene abundancia de choclo, por ahí hacían sango de choclo, torta de choclo, huma, choclo frito, el choclo asado. Entonces había abundancia, dentro de la pobreza del campesino. Y por ejemplo, hay muchas comidas que no pueden dejar de tener maní.

**E2:** El maní tostado era un piqueo de la cerveza.

**E1:** Lo que sí venían era con la vara de queso y mortadela. Sino que decían, la gente era bien mala, que la mortadela era de perro. Era mentira, era para hacerles dar asco. Entonces aquí se podría clasificar en sopas, caldos, arroces, bebidas, la clásica, y ojo, por ejemplo, aquí había una bebida que se llamaba agrio de piña, que hasta ahora se hace. Se compraba la piña y se le sacaba la cáscara y de ahí ponían a fermentar eso y después se le ponía agua. También había el comibebé y el refresco de melón, recuerden que aún no llegaba el melón americano sino el de tajada.

....

**E2:** El verde mientras más amasado y manipulado con la mano, tiene mejor término. Cuando pides una cazuela que está en la paila de barro y tiene la costra encima, es exactamente lo mismo. Hay mucha gente que lo ve y lo bota, hay otros que se lo come así, pero uno tiene romperlo y mezclarlo para que vuelva a coger su textura.

**E1:** Qué diferencia hay entre un sango, una cazuela, o sea, hay diferencias, la cazuela tiene esa costrita, y también es más densa, y el sango es más ligero.

**E2:** Por ejemplo, el sango siempre, yo personalmente, considero que en el caldo siempre debe tener carne de pecho, con grasa.

**E1:** Y ahí es que viene el maceado, porque no era ni caldo de verde ni sango, era un término medio. No era una mazamorra.

**E3:** Ahora que dicen esto, era una costumbre, yo no sé si continúe, siempre las madres en el hogar, algunas, incluso mi abuela, se jactaba de que era una buena mujer, y pues no sé, de que abrían la carne, una libra, y ahora tú vas a un restaurante tratan de darte uno grueso porque supuestamente en el interior tienen no sé qué, no sé cuánto, no sé si era por la pobreza, de que se trataba de que la carne rinda más.

## ENTREVISTA 2

**Verónica:** ¿Para ustedes qué es la comida típica?

**E3:** Comida típica es una comida que es característica de una determinada zona, ciudad o entorno geográfico que normalmente corresponde a los productos que se dan y de ahí pues la gente ha adaptado a la disponibilidad del entorno, determinadas recetas, se transforman en típicas, por eso, típico de la zona. Pero pues estamos en un país que ya, tanta movilidad hay muchas cosas que aparentemente son típicas, pero no cumplen con lo que les he dicho, sino que tranquilamente pueden venir de otros lados, los productos, sin embargo, se consumen mucho en determinadas zonas, e inicialmente, las cosas de cerdo, eran muy típicas de la Sierra, pero se consumen en todo el país. Y ceviches, ahora se hacen en la Sierra también, y todo el país, y con variaciones algunas más o menos aberrantes.

**E1:** Por ejemplo, ahí, en las fiestas de Quito, y que sorprende como dice el doctor, una de las comidas típicas ahí es la corvina, y ya con todos estos adelantos, el transporte, etc., por ejemplo, yo preguntaba siempre a la gente que cuál era la comida típica de los gringos, porque yo veo mucha comida italiana, pero mire, es por la gran migración italiana. Según lo que uno lee, había unos comedores de pollo de papa, una comida muy sencilla. Por ejemplo, aquí hace 40 años no se conocía la "pizza", la comida mexicana como esos burritos. Y por ejemplo hay muchos cambios, primeramente, lo que viene aquí a borrar patas arriba, es la revolución industrial. Y la comida típica, como bien dijo el doctor, es lo que hay aquí. Por ejemplo, el encebollado no es de nosotros, es Manabita, el tigrillo es de Zaruma.

**E3:** Hay situaciones que se van haciendo típicas por presión de algún modo, porque ahora seguramente tienen en la cabeza que cuando van a desayunar, desayunan bolones de verde, cosas así, ¡eso no! Eso habrán desayunado en el campo, pero en Guayaquil no se desayunaba eso, era solo pan con queso, mortadela, mantequilla lo normal, independientemente que les parezca más típico o no, pero eso es el desayuno. Ahora hay esta adaptación de que se come un montón de verde con la fórmula que sea, además del tigrillo y eso es conocido y ha tomado hasta una especie de naturalización aquí.

**E1:** Y ahora otra cosa que se ha perdido, siempre aquí en la mesa de todas las familias, siempre el postre era el maduro, entonces ponían a asar un maduro, se hacía chucula y

le traen una Coca Cola Light. No era una costumbre que todos los días se coma un bolón, eso era un sábado, domingo, porque para hacer un bolón hay que trabajar pues.

**Verónica:** ¿podría decirme o especificarme esos platos que se comían en el desayuno, almuerzo, etc.?

**E3:** Ahora, en realidad no se decía desayuno, sino café. “vamos a tomar el café” ya se entendía que era el desayuno, era porque siempre tomábamos café, ahora no toman café porque dicen que es malo, no sé qué no sé cuánto. Todos nosotros crecimos con café. Nadie consumía “confle”

....

**Verónica:** ¿Y cuáles eran las sopas que se comían en el almuerzo?

**E3:** Las mismas de ahora, pero algunas están desapareciendo en la casa porque son muy laboriosas. A veces una ensaladita, algún postre, pero no siempre.

**Verónica:** ¿Y el acompañante del arroz o sólo era la sopa y el arroz?

**E3:** No, no. No el arroz pelado pues, digo “el arroz” porque así es como le decíamos al segundo. Ahí va un seco, estofado, de los secos, de todas las variedades, de estofados de otras carnes, corazón, fritada, lengua.

**E1:** Y es que también dependía de la economía ¿no? A veces se hacía caldo de carne, se sacaba la carne y la utilizaban como acompañante en el arroz, con huevo y así. Por ejemplo, de la gallina, según la situación, hacían el caldo de gallina, dejaban una presita pero el resto la doraban.

**E3:** Pero ojo, es gallina, no pollo, eso era lo que comíamos. El fin de semana era que se hacían estos caldos de gallina.

**E1:** Pero hay que mencionar que esto pasa porque la pareja ya trabaja, antes se quedaba la señora en casa y podía hacer esas maravillas, esos dulces, yo veía también en la casa que compraban 3 atados de cangrejo y las señoras sacaban con la uña eso.

**E3:** ¡Ah! Otra cosa que había eran las mermeladas, de las frutas.

**E1:** Por ejemplo, si comía naranja le decían “no bote la cáscara”, de la sandía, de la naranja, toronja. Sino que le digo, había que quedarse en esa paila.

**E3:** Ahora pues ya se ha sistematizado aquello y se lo puede comer en los restaurantes, pero siempre fue así, nunca fue muy sofisticado ni había mucho cuidado en la presentación.

**E1:** Por ejemplo, antes algo que era costumbre, pero ahora veo que el arroz con menestra se lo come al medio día, pero eso era en la noche.



**E3:** es que estamos hablando de épocas, en las que había un cierto tipo de código para comer, tal cosa se come a tal hora y así, sino te hacía daño, pero mentira. Esas costumbres, increíblemente se siguen conservando en el Perú, porque es un país muy conservador, en todos los aspectos. No comen lentejas de noche, los mariscos tampoco, etc., siguen así con las cosas de las abuelitas. Había una frase que decía: “Antes de leche todo, después de leche nada”, porque supuestamente se te cortaba, seguramente estaban hablando de leches enteras de esas de la vaca que siempre son más sensibles.

**Verónica:** ¿Y de noche qué se comía?

**E3:** Eso en Guayaquil era un común denominador y comía todo el mundo lo mismo todos los días, el arroz con menestra. Antes se cocinaba de noche, pero ahí no era variado. No como ahora que a veces de lo que se come de tarde, se guarda un poco para de tarde.

Ya sea carne asada, carne frita, apanada, algunos le incluían puré también, y así era siempre. Pero las sopas, era la sopa de queso, velito de ángel y orégano. Se entendía que era algo de poco trabajo, porque hacerla es relativamente sencillo.

**Verónica:** ¿y se utilizaba más la lenteja o el fréjol, o cualquier grano?

**E1:** Era de fréjol, de garbanzo, de lenteja, menestra de papa, verde, y también, se hacía el moro, que también iba de noche, (también en el día) iba con un bistec de carne o estofadito.

**E3:** Y el moro casi siempre de lenteja, también existía el moro de fréjol de palo o el pinchuncho pero eso poco.

**E1:** Por ejemplo, el pinchuncho, es el único que se da en la costa, los demás son de la Sierra. Entonces el fréjol de palo había que saberlo preparar.

**Verónica:** Bueno, con lo que ustedes perciben ahora con los platos que hemos mencionado, podrían decirnos las modificaciones que se han ido dando o creen que se han mantenido con la misma preparación y código que se comía antes.

**E3:** El cambio que ha habido es que no se hacen en casa, y obviamente al no hacerse en casa no tiene el gusto característico del hogar.

**E1:** Claro, porque la comida de restaurante es comida de negocio. La comida de casa es de casa. Y también hay ciertas comidas que debían ser batidas con molinillo por ejemplo un sango. Por ejemplo, la chucula, eso era el verde cocinado, para que quede grumito, pero ahora con una licuadora, no le digo que es malo, pero no es lo mismo.

**E3:** Ahora, hay que rescatar el hecho de que los jóvenes van abandonando las costumbres de comer, desde mi época es así, y éramos súper alienados, a pesar de que ahora no lo parezca, entonces comíamos hamburguesas, etc., pero todos nosotros luego, volvemos a lo nacional, y de algún modo la comida nacional está más viva que nunca, porque tanto jóvenes como adultos, gustan de ella con enorme pasión, independientemente de que lo hagan en casa o no, pero sí existe una gran fidelidad por la comida nacional. Las comidas extranjeras que se hacen aquí han tenido que también adaptarse a los gustos de aquí, se me ocurre, el KFC, que vende arroz con menestra.

**Verónica:** ¿Cómo ven ustedes el número de restaurantes en la ciudad? ¿Está disminuyendo o no?

**E1:** No, la mayor parte de los restaurantes, es que, si no, no venden, es comida popular. La comida popular es un poco más barata; entonces, por ejemplo, un buen plato de carne o de sopa (que son dos cosas distintas.) Y con el segundo, por reglar general el restaurante le pone bastante arroz, debido a que el arroz es lo que llena. Entonces una variedad de sopas que ni en la casa las comía. Sopa de torreja, sopa de pescado bien preparada y a precio muy cómodo; pero hecho, digamos, por señoras que saben y conocen del negocio.

**E3:** Hoy en día una hamburguesa y una cola rara vez remplazan a un almuerzo, hasta el más joven no se da por satisfecho con eso. Como golosina lo pueden comer, pero no como comida principal, querrás comer un almuerzo bien puesto.

**E1:** Quien no tiene un familiar en Estados Unidos y decían allá llevamos un sánduche, una hamburguesa, pero la comida fuerte es de noche. Acá todavía estamos enseñados al almuerzo y la merienda.

**E3:** Es lo mejor, es más sano en realidad. El organismo está más adecuado para hacer la digestión a lo que te acuestas.

**E3:** Lo que tampoco veo que ha variado es la categoría de bueno, en unas cosas sí y en otras no, la carne para nosotros siempre fue más prestigiosa. En la semana se comía carne y era un plato importante. Y para nosotros, el ahora comer pollo, normalmente, es lo que percibo, no sé ustedes, es un poco de segunda, cuando en la casa ya no quieren cocinar compran pollo, un pollo asado. De algún modo es un plato de segunda, no es elegante. Vuelvo a referirme al Perú, allá el pollo es una cosa maravillosa como ellos no tienen cabaña vacuna, ellos casi solo consumen pollo.

**E1:** La mesa siempre fue un motivo de unión. En ciertas familias, las recetas se pasan de en generación. Mi mamá hacía un estofado de ubre y le ponía una ramita de canela, apenitas. Le daba un sabor único y siempre usaba orégano en un estofadito.

**Verónica:** ¿Cree que un circuito gastronómico podría influir o impulsar el consumo de la comida típica aquí en la ciudad?

**E3:** Pienso que sí, de algún modo las recientes inauguraciones son una especie de circuitos gastronómico sólo que concentrado en un sitio ya que son una manera de incentivar el consumo, como el Mercado del Río o como Guayarte. Que debería llamarse Guayarte culinario porque de arte no hay nada.

**Verónica:** ¿Qué opina de Guayarte?

**E3:** La verdad yo fui y quise salir corriendo de ahí porque era un escándalo, era un sitio estresante.

**Laura Basurto:** No he estado viendo muy buenas críticas porque justo vi en las redes sociales que los artistas o arquitectos se quejan, ya que lo que hicieron fue exagerar ciertas construcciones y no son lo que realmente dicen.

**E3:** Hubo un problema de renombre. Además, la plaza donde se construyó era una plaza muy linda, muy bien concebida y la han llenado de barbaridades a tal punto que uno se siente abrumado de tanta luz, aparatos y el monumento que tiene en la estrada está tapado, metido en un hueco. Es una cosa espantosa. Hay un escándalo y parece una bahía entera. Dijeron que sería un lugar para mentes emprendedoras pero lo que más abunda son restaurantes de otras franquicias ya conocidas.

**Verónica:** ¿Estarían dispuestos a participar en un circuito gastronómica y cuáles serían sus expectativas con respecto al mismo?

**E2:** Yo no me ofrezco la verdad, no soy muy cultor de la comida en general. No conozco de “huecos” de comida en la calle. La ruta gastronómica que se realice debe ser accesible, que estén cerca las cosas una de otra son puntos importantes que tener en cuenta.

**E1:** Por la bahía había unos centros de comida como un circuito gastronómico que preparaban platos como el caldo de pescado, y el sudado de pescado que naturalmente es con maní pero que ahí le ponían verde.

**E1:** “El grillo” era un salón de ceviche que quedaba por Luque y Carchi, era un negocio familiar donde usted desayunaba ceviche y en la tarde iba a comer melloco y podías

pedir corvina. Pero al ser un negocio familiar en la esquina el hijo del fundador de “El grillo” rescató algo del restaurante.

**E3:** Yo tengo la teoría de que hay comidas internaciones que están tan arraigadas en las costumbres locales que ya viene a ser como típicas. Así lo catalogo el Perú que es un Meca gastronómica.

**E1:** Hay un lugar por mi casa donde vende un caldo de toro y la gente lo consume mucho, es un plato típico poco conocido.

**E1:** La comida manabita es como la nuestra. Dicen que los manabitas son los serranos de la costa. En Manabí se conserva como asar las tortillas y verdes en las tinajas, los hornos de leña. En Manabí los desayunos eran como un almuerzo, servían, tortilla, arroz, plátano, queso, leche, pescado frito, etc. Manabí cuenta con el producto “reina” el maní, el maní le da sabor a cualquier plato.

**Laura Basurto:** ¿Qué platos ustedes dirían que digan “esto es Guayaquil”?

**E2:** Para mí el cangrejo, eso es único, la cangrejada representa una especie de liturgia o rito. No sólo es el hecho de comer el cangrejo; sino todos los procedimientos para realizar una cangrejada, como matar al cangrejo, como comprarlos, o las diferentes cosas que le pueden echar. También al momento de servirlo cuenta con su propia vajilla y como comer cangrejo. Comer cangrejo se hace en comunidad, en familia. El proceso de la cangrejada provoca una gran unión familiar. Además, la cultura del cangrejo viene desde lo sacrificado que es atrapar cangrejos y algo que nosotros no nos damos cuenta, pero que, si lo hacen los extranjeros, es la manera muy particular de hacer los atados, son cuadrados que pareciera que los meterás en una mochila y eso no hay en otras partes. Es todo un proceso, un ritual desde el manglar a la mesa. Si se habla de “slow food” esta es la más lenta. Podría concluir que el cangrejo es el máximo exponente de la gastronomía, no sería una comida común, pero si es una comida muy festiva.

### **ENTREVISTA 3**

#### **ESCUELA DE LOS CHEFS**

##### **Entrevistado 1: Christian Moreno**

**E1:** O sea, tienen que buscar huecas que tengan esencia. Deberían comprar el libro “Guayaquil a fuego lento”. Porque ahí están todo lo que nosotros recorrimos, está una

parte esencial de Guayaquil en huecas, en comida popular como le decimos aquí; están las más representativas por producto y por tradición. Lo que nosotros conseguimos con Santiago lo llevamos haciendo 5 años, hace 5 años, cuando empezamos este tema nadie nos daba ni el hola. Fue difícil porque íbamos a una hueca y no nos paraban bola, pensaban que les iban a quitar la receta, y son gente que tienen recelo porque algunos no tienen permisos o su local no va acorde a lo que debe ser un establecimiento de comida, muchas cosas. Al principio fue duro, pero luego le fueron entendiendo y hoy la feria Raíces, se convierte en lo que ustedes ya saben, una feria que abarca muchísimos locales de comida popular de Guayaquil y sus entornos, y también de provincias.

Les voy a comentar lo que hicieron unas compañeras de la hija de Santiago Granda. Ella un día vino y me dijo “quiero hacer algo con Huecas” y le digo que por qué no hacía una ruta, más o menos, lo que ustedes dicen. Lo que hicieron fue, contrataron una chiva y llevaron a 15 personas en esa chiva, invitados, con un guía, que conoce ya el producto local y en una noche en 3 horas, los llevaron a las huecas nocturnas. Estuvo súper bueno, porque conocer el lugar, miraron el producto cómo es, y no es que probaron un plato completo, una tortilla entera, es una picadita, porque ir a 5 huecas es durísimo.

A mí me encantó esa idea, pero se nos hace difícil por el tema tiempo, pero yo creo que, si ustedes lo hacen a pie, o como sea, es una muy buena idea, porque la gente busca ese producto distinto que no está en un lugar como Samborondón o Urdesa, el extranjero no viene a este país a comer spaguetti, no viene a comer pizza, viene preguntando por tu producto.

**E1:** ¿Tienen caldo de salchicha?

**Verónica:** Pensamos en ponerlo, pero...

**E1:** Lo que pasa es que no deben pensar por gusto de ustedes, el único plato guayaquileño es el caldo de salchicha, si ustedes no ponen el caldo de salchicha es como que ustedes van a la Sierra y no comen loco. Ustedes están obligadas a poner el caldo de salchicha; y el encebollado, aunque no es de Guayaquil, pero lo tomamos como propio. El desayuno guayaquileño o es el bollo, es la guata o es el caldo de salchicha, hay 5 platos relacionados para el desayuno de Guayaquil. Entonces ustedes no pueden permitirse dejar afuera y deben escoger un horario, porque las huecas funcionan por horarios, por ejemplo, el caldo de salchicha hasta las 11 de la mañana, 12, ya no vende.

**Laura:** Sí, porque en la guía, dice que Llulán no abre después de las 12, 2 de la tarde.

**E1:** Es que nadie le compra, ni una cola, entonces el guayaquileño, en el tema de huecas, es muy selectivo de horario, en la noche la menestra, con chuzo, o sea, eso es fijo, mira, a medio día, rara vez un jugo, un bolón, una humita. No es como que diga, “Voy a vender cangrejos a medio día”, no te lo van a comprar, el guayaco come cangrejos de noche. Entonces eso tiene que analizar también. La ruta que ustedes vayan a hacer, tiene que ser por horario o las sugerencias que quieran hacer, por horario.

**Verónica:** Si yo quiero poner cangrejo, pero, o sea, cómo hago que dure todo el día.

**E1:** Por eso te decía, debes hacerlo por horario, en la mañana tienes esta ruta, en la noche ésta. Ustedes tienen que darle las dos opciones, porque si ustedes dicen, el cangrejo, el plato guayaquileño por excelencia. La cangrejada es típico guayaco, ya pues vayan a almorzar un cangrejo a ver si les dan, no lo van a almorzar, peor desayunar. Pero ustedes pueden poner como alternativa, un horario en la noche, tarde-noche, los asados, la costilla, el chuzo, la carne en palito, pescado frito, ahora se ha puesto de moda, el moro en la noche. Yo les aconsejo que hagan una ruta en la mañana.

(.....)

**Laura:** Justo tuvimos una entrevista la semana pasada con un grupo de personas y les pregunté cuál es el plato más representativo de Guayaquil, o que ellos consideran un plato guayaquileño como tal y sin pensarlo 2 veces dijeron “el cangrejo”, porque el cangrejo es como que... tienes el mangle, alrededor de Guayaquil, aparte es tradición familiar, el tiempo que se toma la preparación.

**E1:** Porque mira, por donde está el barrio Garay, hace muchos años atrás, ahí se cogía el bagre blanco. Ese barrio es muy viejo, lleno de tradición. ¿Han ido a comer al “morocho del abuelo”? El morocho tampoco es ecuatoriano, pero se arraigó muy fuerte en la Costa y ese local es pequeño, donde hacen su propio morocho y venden una variedad de sánduches, unas 6, y te vende un sánduche cubano que es enorme y lo vende en \$2,50. Es un buen producto y la gente no lo conoce. Él estuvo con nosotros en la feria y es un buen lugar para agregar, lo malo es que abre a partir de las 4 de la tarde.

**Laura:** Claro, es que el morocho no se lo consume en el día, o sea, si ya en Guayaquil ya hace calor, consumir un morocho en la noche, ahí ya pasa, porque bueno, un poco más fresco.

**E1:** Por ejemplo, con Santiago pasamos 2 años, recorriendo y buscando huecas que tengan esa raíz emblemática de lo que es la cocina guayaquileña. La mayoría de platos ecuatorianos se adaptan a la Sierra y a la Costa; el caldo de pata no es igual aquí que

en la Sierra, entonces ustedes deben hacer énfasis también en eso. Al ser una ciudad tan grande Guayaquil, ha logrado aglutinar a muchísima gente con sus costumbres. Ustedes han escogido un tema súper amplio, súper bueno, tiene mucha esencia. Entonces si tienen la oportunidad de hacerlo, háganlo. Lo más importante de esto, desde mi punto de vista, es que lo hagan por horario y la persona que esté guiando debe decir, bueno, yo quiero que me hagas la demostración con este horario.

## Apéndice 2: Itinerario

<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Sitios</b>	<b>Generales del prestador</b>
<b>09H45</b>	Punto de encuentro y salida desde el Malecón 2000.	Guayaquil	
<b>10H00</b>	Llegada hacia el restaurante “Ambigú Café”. (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño).	Guayaquil	Nombre del dueño: Edgar Palmar. Dirección: Luis Urdaneta #502 y Boyacá. Teléfono: 0980675906
<b>10H25</b>	Salida hacia sánduches “Don Pepe”.	Guayaquil	
<b>10H30</b>	Llegada a sánduches “Don pepe” (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño)	Guayaquil	Nombre del dueño: Alexandra Muñoz. Dirección: Ximena y Padre Solano. Teléfono: 04-2303023
<b>10H50</b>	Salida al restaurante “Amador”	Guayaquil	
<b>11H00</b>	Llegada al restaurante “Amador” (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño).	Guayaquil	Nombre del dueño: Yoconda Cruz. Dirección: Luis Urdaneta #104 y Rocafuerte. Teléfono: 0988252246
<b>11H25</b>	Salida hacia el restaurante “La Culata”.	Guayaquil	
<b>11H45</b>	Llegada al restaurante “La Culata” (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño).	Guayaquil	Nombre del dueño: Maité Riccardi. Dirección: General Córdova y Mendiburu. Teléfono: 0960693367
<b>12H20</b>	Regreso al Malecón 2000.	Guayaquil	

**Tabla 4.1 Itinerario del Operador. Elaboración Propia (2018)**



<b>Actividades</b>	<b>Sitios</b>	<b>Generales del prestador</b>
Punto de encuentro y salida desde el Malecón 2000.	Guayaquil	
Llegada hacia el restaurante “Ambigú Café”. (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño).	Guayaquil	Nombre del dueño: Edgar Palmar. Dirección: Luis Urdaneta #502 y Boyacá. Teléfono: 0980675906
Salida hacia sánduches “Don Pepe”.	Guayaquil	
Llegada a sánduches “Don pepe” (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño)	Guayaquil	Nombre del dueño: Alexandra Muñoz. Dirección: Ximena y Padre Solano. Teléfono: 04-2303023
Salida al restaurante “Amador”	Guayaquil	
Llegada al restaurante “Amador” (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño)	Guayaquil	Nombre del dueño: Yoconda Cruz. Dirección: Luis Urdaneta #104 y Rocafuerte. Teléfono: 0988252246
Salida hacia el restaurante “La Culata”.	Guayaquil	
Llegada al restaurante “La Culata” (degustación de plato estrella e interpretación por parte del dueño)	Guayaquil	Nombre del dueño: Maité Riccardi. Dirección: General Córdova y Mendiburu. Teléfono: 0960693367
Regreso al Malecón 2000.	Guayaquil	

Tabla 4.2 Itinerario del Turista. Elaboración Propia (2018)

### Apéndice 3: Información del guión

**Tortilla:** La tortilla puede ser de maíz, yuca, trigo, verde o de papa. En este caso, degustaremos la de verde (**Asia**). Éstas tienen forma de discos aplastados, se rellenan con queso la mayoría de ellas. Las tortillas son elaboraciones muy tradicionales y diversas tanto en la Costa como en la Sierra. Las tortillas de verde son tradicionales en la Costa, aunque también se preparan en el noroccidente de Pichincha.

Hay tortillas de camarón, variante de las de verde, son frecuentes aquí en la Costa en provincias como Guayas y Manabí. En Manabí se conserva como asar las tortillas y verdes en las tinajas, los hornos de leña. Las tinajas son un recipiente de barro con forma de vasija de perfil ovalado, boca y pie estrechos y por lo general sin asas. (sin agarradera) En Manabí los desayunos eran como un almuerzo, servían, tortilla, arroz, plátano, queso, leche, pescado frito, etc. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

#### La preparación de la tortilla de verde es la siguiente:

*Se pela y cocina el plátano verde, con un poco de sal. Cuando esté blando se retira del fuego y se aplasta hasta formar una especie de puré. Hay quienes cocinan la mitad del plátano y lo mezclan con la otra mitad rallada cruda. En ambos casos debe mezclarse muy bien para que quede uniforme. Si resulta difícil manipular la masa, puede agregarse un huevo. Se arman las tortillas, se rellenan con queso y se aplastan un poco para que sean algo delgadas. Se fríen en manteca o aceite caliente.*

#### La preparación de la tortilla de yuca es la siguiente:

*Se muele o se ralla la yuca. Se cierne la masa resultante para eliminar un poco los líquidos. No se exprime. Se mezcla con un poco de leche, sal y huevo. Se forman bolitas y a cada una se rellena con algo de queso. Se da la forma y se aplasta hasta lograr el tamaño deseado. Se fríen.*

*En la Costa se remoja la yuca rallada dos días antes de preparar la masa. Se le llama tortilla de yuca podrida. Después de los dos días se cocina la tercera parte de la masa y se mezcla con el resto de la yuca. Se muele y se amasa con manteca de cerdo, sal y se agrega queso o chicharrón. Se fríe o se prepara al horno.*

**Sánduche de chancho:** Al principio estos sánduches, por influencia de los emigrantes españoles, se llamaban *butifarras*, que se completaban con cebolla colorada encurtida, que se lavaba con agua y azúcar. Luego, con el jugo de limón el vegetal adquiriría un sabor agradable, sin acidez. Según el historiador Rodolfo Pérez Pimentel recuerda que por el año 1943, apareció lo que él considera fue el primer kiosko de sánduches de chancho en Guayaquil, en las calles Escobedo y 9 de octubre. De esto ha cambiado el nombre y su forma de consumo, antes se colocaba la carne en un pan suave, pero actualmente se acostumbra servirla en un pan un poco tostado. Eso sí, en la actualidad los clientes siempre piden el cuerito de chancho que se lo sirve chamuscado, tipo cascarilla, de cuya preparación se tiene registro se originó en la provincia de Pichincha. (Alejandro, 2014)

**Encebollado:** Antes no se llamaba encebollado, era picante de pescado, que lo hacían los antepasados cholos de la Costa, con pescado salado. Por eso usted ve que se llaman Picanterías y no Encebolladería. Según una historia, la sopa nació como el último recurso de unos marineros que solo tenían pescado y yuca para comer. Le decían “muerte lenta” porque se preparaba en ollas de hierro enlozado y se servía en pocillos pequeños con cucharitas que tenían que ser compartidas por todos los comensales. Después de usados, los pocillos y las cucharitas se enjuagaban solo con agua antes de ser usados por alguien más. Ahora le dicen “levanta muertos”, pues es la medicina para el día siguiente a una mala —o muy buena— noche. (Bermúdez, 2017)

- *Después de que la persona del local que vaya a hablar sobre la preparación, se le añada esta otra forma de preparar, porque cambia el pescado.*

La receta del picante, que todavía persiste, va más o menos así: el pescado salado y la yuca se cocinan en agua, en ollas aparte. No se le agregan condimentos, a lo mucho un poco de sal. El pescado se sirve desmenuzado y la yuca cortada en troncos. Encima del tubérculo se agrega cebolla colorada curtida en limón y sal, un chorrillo de aceite, perejil y tomate picado. Se hacía con pescado negro, como la caballita, el atún o el bonito; ya que las pangas de los pescadores no se abrían mar afuera, donde están los bancos de albacora. Este último es ahora uno de los ingredientes principales del encebollado, por su sabor y rendimiento.

**Seco de gallina:** El ingrediente principal del plato, la gallina, es un animal introducido. Este plato utiliza también ingredientes y preparaciones tradicionales como la chicha de jora, la cual es una bebida fermentada procedente de Sudamérica, particularmente difundida en Perú, Bolivia y Ecuador, y la jora es el maíz malteado. Es un plato fuerte, consiste en un estofado de carne de gallina cocinada lentamente en los jugos de una bebida fermentada. Se acompaña rigurosamente con arroz amarillo o colorado y plátanos maduros fritos.

Aunque hay quienes llaman a este plato “seco de pollo”, bien dicen los paladares conoedores que el sabor de la gallina criolla es clave para esta preparación. El seco de pollo se prepara con aves de galpón, de carne muy inferior. En algunos locales comerciales hacen la diferencia, vendiendo el seco de gallina más caro que el de pollo. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

## Apéndice 4: Ficha informativa



### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Licenciatura en Turismo

#### FICHA PERSONAL

- Fecha: \_\_\_\_\_
- Apellidos: \_\_\_\_\_
- Nombres: \_\_\_\_\_
- Dirección: \_\_\_\_\_
- Teléfono Domicilio: \_\_\_\_\_
- Teléfono Celular: \_\_\_\_\_
- Cédula o Documento de Identidad: \_\_\_\_\_
- Tipo de Sangre: \_\_\_\_\_
- ¿Tiene algún impedimento para recibir transfusiones de sangre? Sí\_\_ No\_\_
- Alergias: \_\_\_\_\_
- Estado de Salud que presenta actualmente: \_\_\_\_\_
- Medicamentos contraindicados: \_\_\_\_\_
- En caso de emergencia llamar a: \_\_\_\_\_
- Para personas del sexo femenino, ¿Se encuentra usted embarazada? \_\_\_\_\_

Observaciones:

---

---

\_\_\_\_\_  
Firma

## Apéndice 5: Ficha informativa de los participantes



### FICHA PERSONAL

- Fecha: 4/1/2019
- Apellidos: Cedeño Padilla
- Nombres: Ricardo Antonio
- Dirección: Alborada 2da etp. manzana AM villa 23
- Teléfono Domicilio: 4632934
- Teléfono Celular: 0995436662
- Cédula o Documento de Identidad: 0911823201
- Tipo de Sangre: O+
- ¿Tiene algún impedimento para recibir transfusiones de sangre? Sí\_\_ No x
- Alergias: n/a
- Estado de Salud que presenta actualmente: Buena
- Medicamentos contraindicados: n/a
- En caso de emergencia llamar a: Rafael Cedeño, mismo número de domicilio
- Para personas del sexo femenino, ¿Se encuentra usted embarazada? \_\_\_\_\_

Observaciones:

ninguna

---

---

Ricardo Antonio Cedeño Padilla

Firma

## FICHA PERSONAL

- Fecha: 03-01-2019
- Apellidos: Mendoza Santos
- Nombres: Alex Antonio
- Dirección: Durán, cdla. El Recreo 4ta etapa
- Teléfono Domicilio: \_\_\_\_\_
- Teléfono Celular: 0993804015
- Cédula o Documento de Identidad: 0919408666
- Tipo de Sangre: A+
- ¿Tiene algún impedimento para recibir transfusiones de sangre? Sí\_\_ No\_x\_
- Alergias: Ninguna
- Estado de Salud que presenta actualmente: Bien
- Medicamentos contraindicados: Ninguno
- En caso de emergencia llamar a: 0978768925 Madre
- Para personas del sexo femenino, ¿Se encuentra usted embarazada? \_\_\_\_\_

Observaciones:

Ninguna

---

Alex M.

Firma

## FICHA PERSONAL

- Fecha: Enero 3 del 2019
- Apellidos: Vanegas Alman
- Nombres: Michelle Estefanía
- Direccion: alborada 11va etapa mz 12 villa 23
- Teléfono Domicilio: 2177489
- Teléfono Celular: 0979026753
- Cédula o Documento de Identidad: 0953106150
- Tipo de Sangre: A+
- ¿Tiene algún impedimento para recibir transfusiones de sangre? Sí\_x No\_\_
- Alergias: Si
- Estado de Salud que presenta actualmente: Estable
- Medicamentos contraindicados: ninguno
- En caso de emergencia llamar a: madre
- Para personas del sexo femenino, ¿Se encuentra usted embarazada? \_\_no

Observaciones:

---

---

MV

Firma



## FICHA PERSONAL

- Fecha: 03 de Enero de 2019
- Apellidos: Avila Gavilanes
- Nombres: Joselyn Ivonne
- Dirección: Colinas de la Alborada
- Teléfono Domicilio: 2187812
- Teléfono Celular: 0982111811
- Cédula o Documento de Identidad: 0930944624
- Tipo de Sangre: OH+
- ¿Tiene algún impedimento para recibir transfusiones de sangre? Sí\_\_ No X
- Alergias: mariscos
- Estado de Salud que presenta actualmente: Normal
- Medicamentos contraindicados: Lomazol
- En caso de emergencia llamar a: 0999959937 (Madre)
- Para personas del sexo femenino, ¿Se encuentra usted embarazada? No

Observaciones:

---

---

\_\_\_\_\_  
Joselyn AG.

Firma

## **Apéndice 6: Estudio de mercado**

### **Definición del producto**

El proyecto consiste en la implementación de un circuito gastronómico en la ciudad de Guayaquil, para la Agencia de Desarrollo y Promoción de Destinos “Turistiqueros”, con el fin de diversificar su oferta y a la vez ofrecer a los turistas nacionales e internacionales, la oportunidad de conocer más acerca del patrimonio alimentario de la región.

Este circuito se considera una nueva alternativa para conocer la cultura y las tradiciones de la urbe, a través de un enfoque culinario, visitando varios de los establecimientos que han emprendido y participado en la reconocida feria gastronómica “Raíces”.

La ejecución de este proyecto es considerada de gran importancia para el desarrollo socioeconómico de la ciudad. Permitiendo que los emprendimientos del área de gastronomía, tomen fuerza a mediano y largo plazo. Ofreciendo una aventura culinaria a los turistas que deseen participar del mismo.

### **Problemas que genera la idea del negocio**

La idea de la elaboración de este producto, surgió debido a los siguientes factores:

- Establecimientos gastronómicos que no pueden mantenerse a mediano y largo plazo.
- Interés de los turistas por el patrimonio alimentario.
- Poca promoción de la gastronomía local.
- Carencia de un circuito gastronómico consolidado en el mercado.

### **Análisis de la oferta**

Mediante el análisis de la oferta se medirá en qué condiciones se pondrá en el mercado la disposición del producto. Para lo cual se tomaron en cuenta varios aspectos, tales como:

- El número de competidores existentes.
- Los establecimientos gastronómicos que formarían parte del circuito y sus platos estrellas.
- Datos turísticos de la ciudad de Guayaquil.
- Perfil de los turistas.

### **Amenaza de nuevos competidores**

El mercado turístico es muy amplio y ofrece un sin número de paquetes, basados en temas culturales, deportivos, aventureros, entre muchos otros. El turismo gastronómico no ha tenido su debido desarrollo e impulso, sin embargo, no ha faltado el emprendimiento por parte de varias agencias de la ciudad de Guayaquil, que han decidido incursionar en este ámbito, y han establecido alianzas estratégicas con campañas como Guayaquil es mi destino, entre otras.

A pesar de esto, ninguna ha logrado consolidar al turismo gastronómico como su paquete estrella, y analizando la creciente demanda de turistas que llegan a la ciudad, la agencia "Turistiqueros" ha decidido realizar esta ampliación en su oferta, esperando abarcar el mercado del turismo culinario.

### **Rivalidad de la competencia.**

Analizando varias propuestas de circuitos o rutas turísticas que se ofrecen en la página Guayaquil es mi destino, se pudo constatar que la operadora Hamaca Tours oferta un recorrido gastronómico al público.

**Horario de atención (general) 06:00 a.m - 16:00 p.m**

**Recorridos:**

- **MERCADO SAUCES 9 + COCINA EN CASA**

Después de probar ceviche y bolón, se trasladó a los usuarios a la 30 y Letamendi, donde la señora Flora Martillo junto a Stalin Pérez y Mónica Villao, tenían los implementos listos para preparar caldo de bola, seco de pollo y la resbaladera.

Costo

- ✓ 4 a 10 personas: entre \$ 28 y \$ 44
- ✓ 3 personas: \$ 55
- ✓ 2 personas: \$ 69
- ✓ 1 persona: \$ 133

• **MERCADO SAUCES 9 + ESCUELA DE LOS CHEFS**

No sólo se visitará el mercado de Sauces 9 se deleitaron con la explicación de los chefs, quienes les enseñaron a preparar tigrillo, torrejas de choclo y cebiche en una escuela gastronómica.

Costo (desde 8 personas en adelante)

- ✓ 10 personas: \$ 104
- ✓ 9 personas: \$ 107
- ✓ 8 personas: \$ 108

Hoy en día las agencias se han centrado en ofrecer paquetes enfocados en temas culturales cuyas actividades principales se centran en hacer recorridos en lugares emblemáticos de la ciudad, mas no se dirigen en un tema gastronómico en sí. Entre algunos paquetes ofrecidos por la agencia Banana Tours para la ciudad de Guayaquil tenemos:

<b>GUAYAQUIL CITY</b>	<p><b>ITINERARIO</b></p> <p>Salida del hotel con destino a nuestra primera parada, la Plaza de la administración; donde podrá apreciar las bellezas arquitectónicas como el Palacio Municipal y Gobernación además los monumentos a Antonio José de Sucre y a la Fragua de Vulcano, luego continuamos el recorrido hacia el Parque Seminario o Parque de las Iguanas, llamado así por la gran concentración de iguanas, continuamos con la visita a la Catedral de San Pedro con sus hermosos diseños arquitectónicos y artísticos.</p> <p>Luego visitaremos el Malecón Simón Bolívar donde se realizará otra caminata en la plaza de Integración apreciando el famoso Palacio de Cristal, La Plaza Olmedo, la Torre Morisca, y finalmente La Rotonda donde se encuentran los monumentos a Simón Bolívar y San Martín, para finalizar visitaremos el cerro Santa Ana, y el barrio Las Peñas, un mágico lugar para admirar su arquitectura estilo colonial, además de galerías de arte, tiendas, bares etc.</p>
-----------------------	--

**GUAYAQUIL CITY +  
MUSEOS**

**ITINERARIO**

Nuestra primera visita será en la Plaza de la administración donde se podrá apreciar las bellezas arquitectónicas como el Palacio Municipal y Gobernación además los monumentos a Antonio José de Sucre y a la Fragua de Vulcano, luego continuamos el recorrido hacia el Parque Seminario o Parque de las Iguanas, llamado así por la gran concentración de iguanas, continuamos con la visita a la Catedral de San Pedro con sus hermosos diseños arquitectónicos y artísticos.

Luego visitaremos el Malecón Simón Bolívar donde se realizará otra caminata en la plaza de Integración apreciando el famoso Palacio de Cristal, La Plaza Olmedo, la Torre Morisca, y finalmente La Rotonda donde se encuentran los monumentos a Simón Bolívar y San Martín, luego visitaremos el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo que cuenta con una colección de 50.000 piezas arqueológicas nativas ecuatorianas. Para finalizar visitaremos el cerro Santa Ana, y el barrio Las Peñas, un mágico lugar para admirar su arquitectura estilo colonial, además de galerías de arte, tiendas, bares etc.

<p><b>GUAYAQUIL CITY + PARQUE HISTÓRICO O JARDÍN BOTÁNICO</b></p>	<p><b>ITINERARIO</b></p> <p>Nuestra primera visita será en la Plaza de la administración donde podrá apreciar las bellezas arquitectónicas como el Palacio Municipal y Gobernación además los monumentos a Antonio José de Sucre y a la Fragua de Vulcano, luego continuamos el recorrido hacia el Parque Seminario o Parque de las Iguanas, llamado así por la gran concentración de iguanas, continuamos con la visita a la Catedral de San Pedro con sus hermosos diseños arquitectónicos y artísticos.</p> <p>Luego visitaremos el Malecón Simón Bolívar donde se realizará otra caminata en la plaza de Integración apreciando el famoso Palacio de Cristal, La Plaza Olmedo, la Torre Morisca, y finalmente La Rotonda donde se encuentran los monumentos a Simón Bolívar y San Martín.</p> <p>La siguiente parada será el cerro Santa Ana, y el barrio Las Peñas, un mágico lugar para admirar su arquitectura estilo colonial además de galerías de arte, tiendas, bares etc. Terminado el city tour nos dirigiremos sea al Parque Histórico o al Jardín Botánico.</p>
---	--

Tabla 4.3 Paquetes de otras operadoras. Elaboración Propia (2018)

Como podemos observar los productos turísticos ofrecidos anteriormente son básicamente los mismos, y dependerá de la empresa, que la innovación realizada en este nuevo producto capte a los distintos segmentos de mercado que se espera. Por otro lado, tenemos tours gastronómicos por parte de países vecinos como, por ejemplo:

	<p><u>Tour culinario – Lima de día</u></p> <p>El tour empieza con la visita a una tostadería artesanal de café, seguido de un mercado tradicional para que los clientes prueben frutas locales, así como otros ingredientes típicos. La próxima parada es en una cebichería donde se puede preparar un pisco sour con ayuda de un barman profesional.</p>
--	---

<p><b>THE GOURMET COMPANY</b></p> <p><b>LIMA</b></p>	<p>Por último, les tienen preparado un almuerzo gourmet peruano.</p> <p><u>Tour culinario – Lima de noche</u></p> <p>Este recorrido comienza en un restaurante de lujo con vista a las maravillosas costas de Lima. Un barman profesional enseñará cómo preparar el mejor <i>Pisco Sour</i>. Después se dirigirán a un restaurante de comida amazónica y conocerán sobre las creaciones culinarias. También se disfrutará de platos peruanos con toque gourmet y finaliza con un caminata y degustación de un gelato artesanal.</p>
<p><b>PERU CULINARY TOURS</b></p>	<p><u>Ceviche tour</u></p> <p>En este tour se podrá degustar de frutas locales, además de conocer vegetales y demás ingredientes típicos de la ciudad en los mercados. Se le enseñará al cliente la preparación del famoso “ceviche” y “Limeña cause”. Se finaliza con una taza de café aromático o un gelato artesanal.</p> <p><u>Ruta gastronómica en Barranco a pie</u></p> <p>En un corto recorrido los clientes caminarán hasta el mercado local, pasarán a una cevichería y aprenderán sobre la gastronomía peruana, así como la preparación del “ceviche” y “Pisco sour” y finalmente la degustación del Anticucho, uno de los platos más representativos de Perú, el cual se acompaña con maíz y papa hervida fría con chile.</p>
	<p><u>Narvarte de noche: tacos chelas y mezcal</u></p> <p>En este tour a pie se visitará la colonia Narvarte, donde se encuentran locales tradicionales como “taquerías” y cantinas. La duración es de 3 horas y media y es para todo aquel que</p>



<p><b>EAT MEXICO CULINARY TOURS</b></p>	<p>quiera disfrutar actividades nocturnas, conocer de comida típica y bebidas alcohólicas.</p> <p>En el recorrido podrán degustar de los famosos tacos al pastor, crujientes volcanes con queso y tacos de “suadero” en restaurantes de tradición. Además, hay una parada en una cantina para que los clientes sepan y disfruten de un ambiente diferente y una bebida; habrá un especialista que les explicará el proceso de producción del mezcal y la forma de disfrutar por completo esta bebida. El último punto será en una cervecería que ofrece bebidas artesanales de México.</p> <p><u>Tour de comida callejera</u></p> <p>En este tour a pie de 3 horas se visitarán las zonas más concurridas de comida callejera, probando tamales, burritos, las famosas carnitas y tacos de canasta además de conocer un poco de historia y la organización del sistema de comida callejera en una colonia típica de la ciudad.</p> <p><u>Tour del mercado gourmet San Juan y comida callejera</u></p> <p>Este tour es para aquellas personas que quieren percibir la cultura de la ciudad tal cual y sus alrededores. (Vecindarios urbanos. Se visitarán los puestos del mercado, puestos de fruta, vegetales, hortalizas, chile seco, entre otros. Degustarán de mole casera, tostadas de mariscos, y tlacoyos de maíz azul y queso mexicano. Para las bebidas, se probará el “pulque”, hecho de savia fermentada del maguey, el cual es tradicional en el centro de México. Y, por último, una visita a mercado San Juan Arcos de Belén, que queda cerca, y es muy conocido por su comida mexicana casera.</p>
---	--

Tabla 4.4 Paquetes de otras operadoras. Elaboración Propia (2018)

## **Barreras de entrada y salida**

Una de las barreras de entrada más relevantes que encontramos es la poca promoción internacional que se le da a la gastronomía local. En varias campañas publicitarias que se han podido apreciar, se promociona al país como un destino de principalmente como un destino natural y cultural. Por lo tanto, la publicidad será de altos costos para la empresa.

En cuanto a las barreras de salida, en el sector turístico suelen ser nulas, debido a que sus activos no son altamente especializados. En el caso de la empresa una barrera podría ser el compromiso realizado con los establecimientos y otros proveedores, poniendo en peligro su imagen y credibilidad en el mercado.

## **Análisis de la demanda**

### **Potenciales clientes**

Con la mejora de la tecnología, la información sobre los distintos destinos ha llegado con más facilidad a las manos de los turistas, despertando así su interés, no sólo por los atractivos, arquitectura, cultura, sino también por su gastronomía. Creando así un nuevo nicho de mercado, el turismo gastronómico, que se orienta a la cultura culinaria, haciendo hincapié en los productos autóctonos y platos típicos del lugar.

Por lo que, los potenciales clientes son los adultos jóvenes a partir de los 18 años y adultos mayores hasta los 50 años, que tengan un sustento económico regular y que estén interesados en conocer la gastronomía de Guayaquil.

### **Base de decisión de compra de los clientes**

En la actualidad, existen muchos paquetes que dan a conocer la cultura y los puntos de mayor atractivo de la ciudad de Guayaquil, a su vez existen varios lugares que promocionan los platos típicos de la ciudad a buenos precios.

Pero ¿existe un combinado de ambos? ¿Existe un paquete que proporcione al turista la satisfacción que da la experiencia de conocer un nuevo lugar y a su vez disfrutar una buena comida? La creación de este circuito ayudará, además de cubrir un nuevo nicho de mercado, y dar a conocer la ciudad a los turistas desde una nueva y deliciosa perspectiva.

### **Clasificación de la demanda**

Con base en el destino, la demanda sería dependiente, puesto que depende del proceso de la creación del paquete en su conjunto para que pueda ser consumido por el cliente.

Con relación a la temporalidad, es continua dado que puede darse en durante todo el año, independiente de estaciones o fechas. Y de acuerdo a la oportunidad, sería demanda insatisfecha, dado que no va a satisfacer a todos los tipos de turistas y los diversos gustos que tiene cada grupo.

### **Poder adquisitivo de los consumidores**

El poder de adquisitivo de los consumidores sería, basándose en sus ingresos, medio-bajo, medio y alto.

### **Análisis de los precios**

### **Análisis del sector**

El proyecto es parte del sector terciario o de servicios, específicamente en el área de Turismo. En el cual, la oferta de circuitos turísticos ya se encuentra realizada por La Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil. Uno de los siete circuitos que promociona es el Circuito Gastronómico, compuesto por tres programas: Tour de huecas, tour de mercados, cocina en vivo. (Guayaquil Travel, 2018) Estos programas cuentan con servicios

adicionales de transportación y guianza turística, además de una degustación; y son comercializados por operadores turísticos de la ciudad, tales como:

- Banana Tours
- BM Tours
- Destino Libre
- Galanet S.A
- Galapagos Best Travel Agency
- Hamaca Tours
- Horizontes Andinos
- Make Ecuador
- Tecnoviajes L'Alianza
- Vía Natura

Por lo tanto, el circuito gastronómico que se oferte debe tener un valor agregado que permita crear una ventaja competitiva frente al circuito existente. Por otra parte, el mercado objetivo de este tipo de circuito son visitantes nacionales y extranjeros, específicamente de Suramérica y también los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

## **Tendencias económicas**

Con base a fuentes secundarias se detalla lo siguiente:

- La economía del país se encuentra fuertemente dependiente del gasto público. Es preciso mejorar la competitividad, al objeto de incentivar la inversión extranjera. Al mismo tiempo, se observa una caída en las exportaciones petrolíferas y en los precios del petróleo. En definitiva, la deuda pública se perfila como la principal fuente de financiación. Por último, cabe destacar la subida de los precios y el estancamiento en el mercado laboral. (CESLA, 2018)
- El turismo está alcanzado un importante lugar en el desarrollo económico del Ecuador, siendo uno de los principales sectores que genera riqueza en la economía ecuatoriana. Los ingresos producto de la llegada de turistas

internacionales representan el 8 % de los ingresos producto de las exportaciones de bienes y servicios. Dado su tamaño, el turismo tendría lugar junto al sector bananero (19% exportaciones), atún (4.7%), camarón (13%) o flores (4.3%). (MINTUR, 2017)

- El turismo nacional generó una dinamización económica de 50 millones de dólares, se estima que se realizaron más de 904 mil viajes a escala nacional, las cifras representan un incremento de 25% y 27% 2017, en relación al año anterior. (Alcívar, 2018)

### **Comercialización del producto/servicio**

El circuito gastronómico utilizará un canal de comercialización indirecto, mientras que el diseño del circuito lo asume la empresa Turistiqueros, la venta del paquete estará a cargo de determinadas operadoras turísticas con las que trabaja.

### **Promoción y comunicación**

Para que el mercado objetivo conozca la propuesta de valor se emplearán las siguientes técnicas de promoción y comunicación:

- Fam trips: Viajes de cortesía ofrecidos a operadoras turísticas para que logren familiarizarse y conocer más acerca del circuito gastronómico, y de esta manera decidan incluirlo en su oferta.
- Publicidad: Flyers online y físicos, videos mostrando la gastronomía guayaquileña. El tipo de publicidad debe ser informativa, al ser un servicio poco ofertado y conocido.
- Marketing digital: Optar por redes como Twitter, Instagram y Facebook para promocionar el circuito gastronómico. Estas son plataformas ideales al ser las más utilizadas por el mercado objetivo.

### **Formas posibles de estimular el interés**

- Dar a conocer el valor de agregado de “interacción” con la elaboración del plato típico.
- Incluir los conocimientos y tradiciones –transmitidos de generación en generación- que posee cada elaboración en el circuito gastronómico.
- Ofrecer la degustación de los platos.

## **Distribución**

- Operadoras turísticas:

El paquete será entregado a diferentes operadoras turísticas de la ciudad de Guayaquil para que incluyan al circuito gastronómico en su oferta turística local. Los cuales deben contar con un punto de venta en sitios estratégicos de la ciudad para atraer a visitantes y habitantes; debido a que su consumo por medio de operadoras turísticas es poco frecuente.

- Hoteles/hostales.

Visitantes por motivos de negocio y, en su mayoría, por ocio buscan un lugar de alojamiento, sería importante considerarlos como canales de distribución. Por otra parte, estos establecimientos resulta un canal óptimo para dirigirse a turistas internacionales, en caso de optar por ampliar el segmento de mercado.

## **Investigación de mercado**

### **Descripción del problema**

El desarrollo de actividades turísticas en Guayaquil ha permitido la generación de nuevas fuentes de ingresos, llegando a promocionarla a nivel nacional e internacional. Además, es el punto de acción para emprendedores pertenecientes a otras provincias que llegan para compartir sus propuestas innovadoras en el área de restauración para satisfacer al público. Los recursos gastronómicos se pueden aprovechar en el ámbito turístico, con el fin de, compartir las diferentes recetas y preparaciones características de una localidad.

A través del tiempo, han existido proyectos turísticos para promocionar este recurso, pero no han sido sostenibles, por lo que se busca generar una oferta turística que permita a los turistas extranjeros y visitantes locales degustar y conocer de la cultura culinaria guayaquileña.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Identificar a los potenciales usuarios del circuito gastronómico en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Estimar los posibles precios y medios de comercialización de nuestro producto.
- Identificar a la competencia directa e indirecta para nuestro producto en el mercado.
- Identificar los medios de distribución para su comercialización.

## **Determinación de las fuentes de información**

- Fuentes de información primarias

Como fuentes de información primaria se optó por realizar encuestas en la ciudad de Guayaquil, las cuales ayudaron a identificar a las personas interesadas en realizar un recorrido gastronómico, los precios y medios de distribución del producto dentro de la ciudad el grado de aceptación que tendría el circuito.

- Fuentes de información secundarias

Para la recolección de fuentes de información secundaria, se realizó una investigación bibliográfica en trabajos académicos, revistas, y páginas web sobre temas relacionados a la gastronomía y su relación con el turismo, diseño de

circuitos turísticos y aquellos elementos que se deben considerar al momento de su desarrollo.

## **Hipótesis**

El 55% de visitantes y habitantes de Guayaquil estaría dispuesto a participar en el circuito gastronómico para conocer y disfrutar de la comida típica de la ciudad.

## **Requisitos de la investigación**

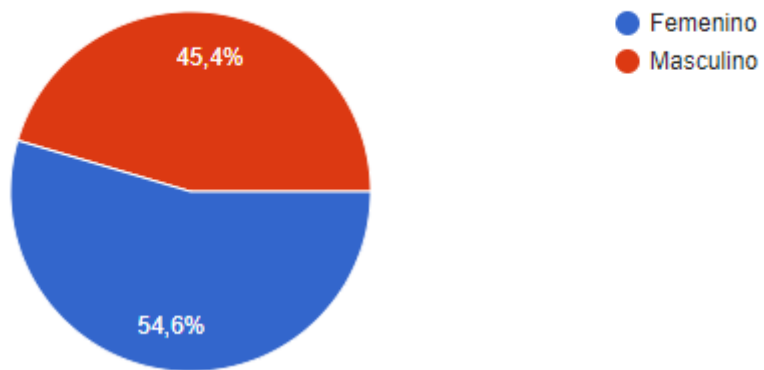
Para llevar a cabo esta investigación es necesario delimitar el área donde se realizarán las encuestas además de determinar cuál es el perfil del potencial usuario de este circuito gastronómico, esta última variable nos permite establecer estrategias para desarrollar un producto turístico acorde a sus preferencias, y que sea sostenible a largo plazo, teniendo en cuenta el monto que está dispuesto a pagar y las variables importantes para su decisión de compra.

En el estudio de la oferta existente en el mercado guayaquileño, se evidenció que han existido rutas gastronómicas en la ciudad, pero no se encuentran disponibles y la competencia opta por promocionar paquetes de índole cultural. Por lo cual, se busca una diferenciación dentro del mercado, actividades que sean atractivas e innovadoras para estimular la participación del público.

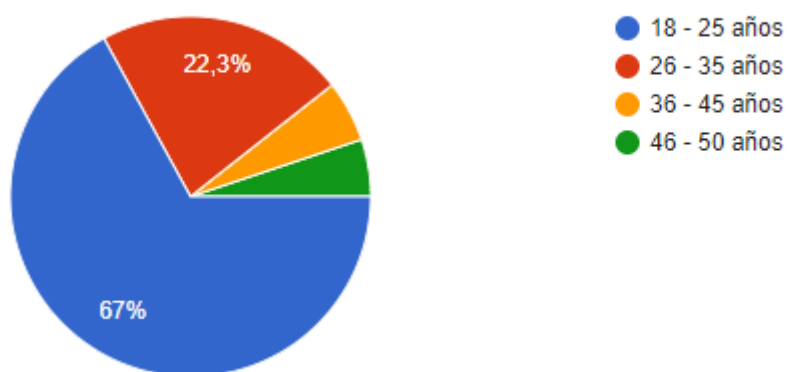
## **GRÁFICOS DE LAS ENCUESTAS**

### **Sección 1:**

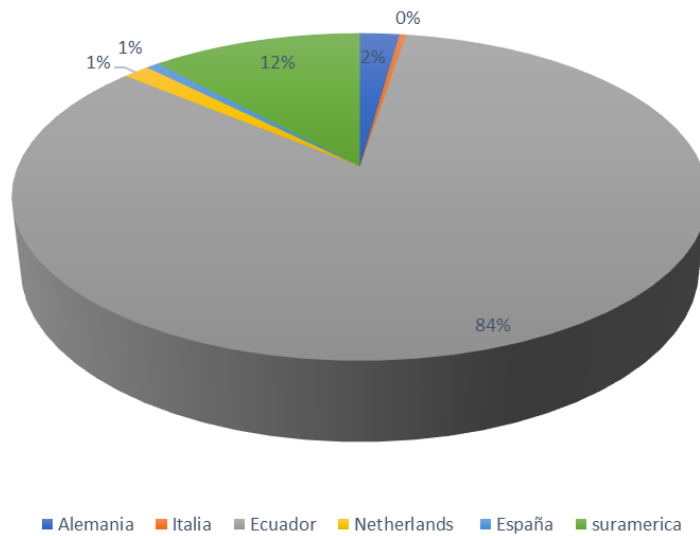




**Gráfico 4.1 Género. Elaboración Propia (2018).**



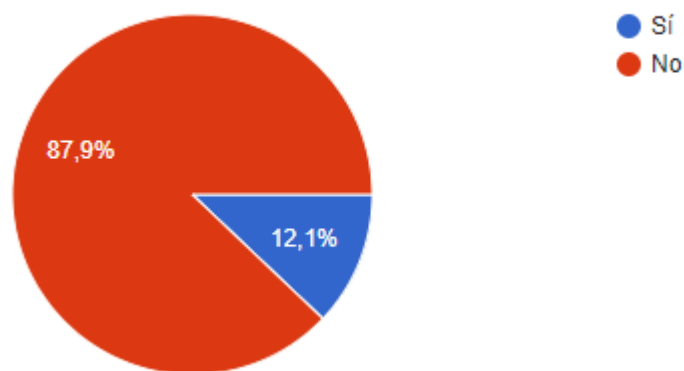
**Gráfico 4.2 Edad. Elaboración Propia (2018).**



**Gráfico 4.3 Lugar de procedencia. Elaboración Propia (2018).**

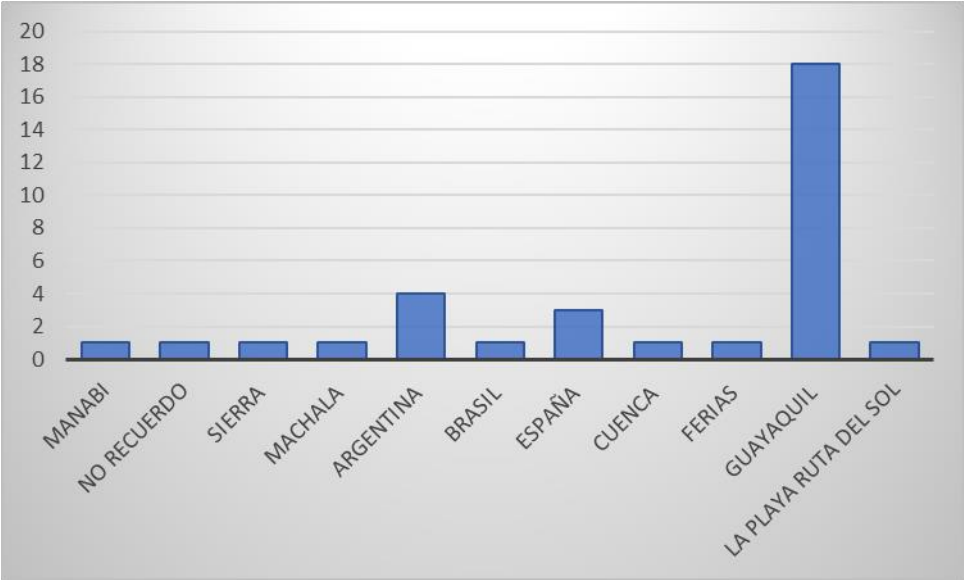
## Sección 2:

**Pregunta Filtro: ¿Ha realizado algún circuito gastronómico?**



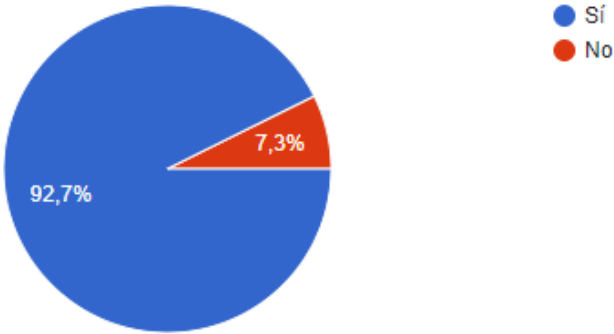
**Gráfico 4.4 Realización Circuito. Elaboración Propia (2018).**

**Respuesta de la pregunta filtro:**



**Gráfico 4.5 Lugares donde han realizado un recorrido gastronómico. Elaboración Propia (2018).**

¿Estaría interesado en realizar un recorrido en la ciudad de Guayaquil, para conocer acerca de los locales y platos más representativos de la urbe con el fin de promocionar su cultura y tradiciones?



**Gráfico 4.6 Interés. Elaboración Propia (2018)**

### Sección 3:

¿Le gustaría preparar alguno de los platos típicos que se mencionen durante la realización del circuito?

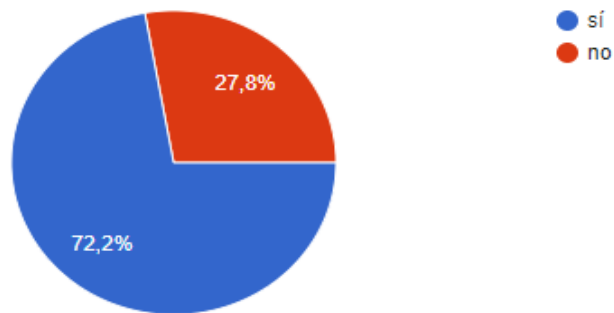


Gráfico 4.7 Preparación de platos. Elaboración Propia (2018)

¿Qué tan importante considera los siguientes aspectos al momento de visitar un establecimiento de comidas?

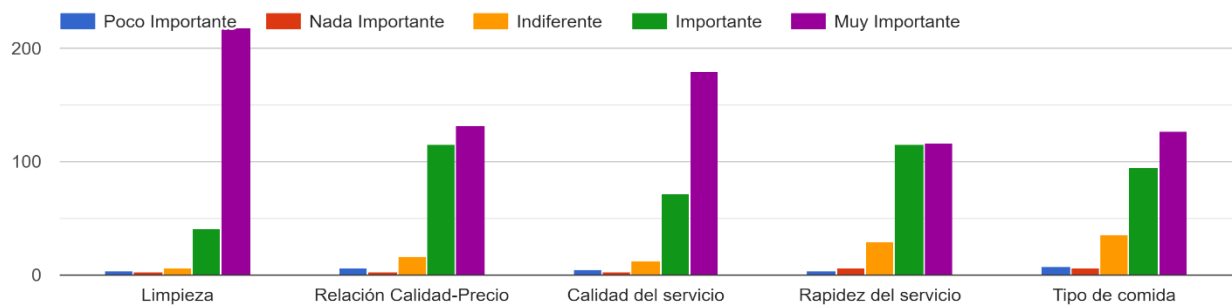


Gráfico 4.8 Importancia. Elaboración Propia (2018)

¿Cuánto tiempo le gustaría que dure el circuito?

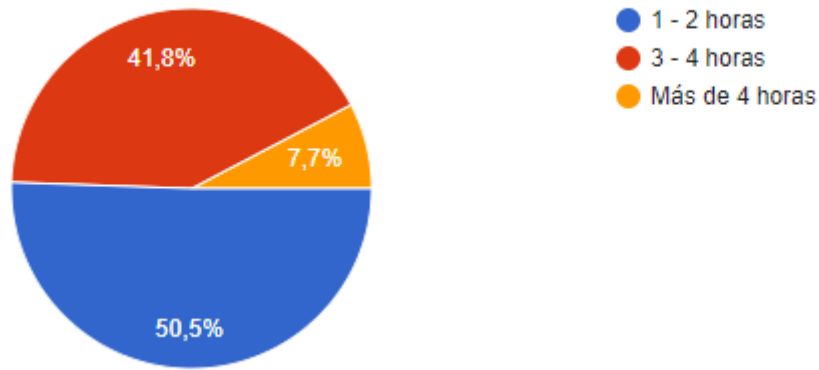


Gráfico 4.9 Duración del recorrido. Elaboración Propia (2018)

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un circuito gastronómico ?

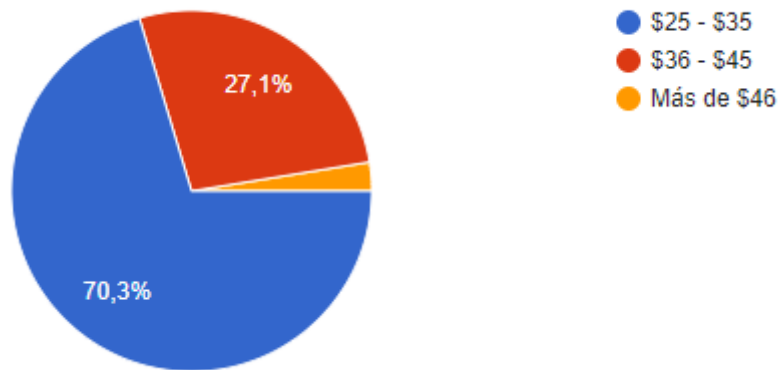


Gráfico 4.10 Precio. Elaboración Propia (2018)

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el circuito?

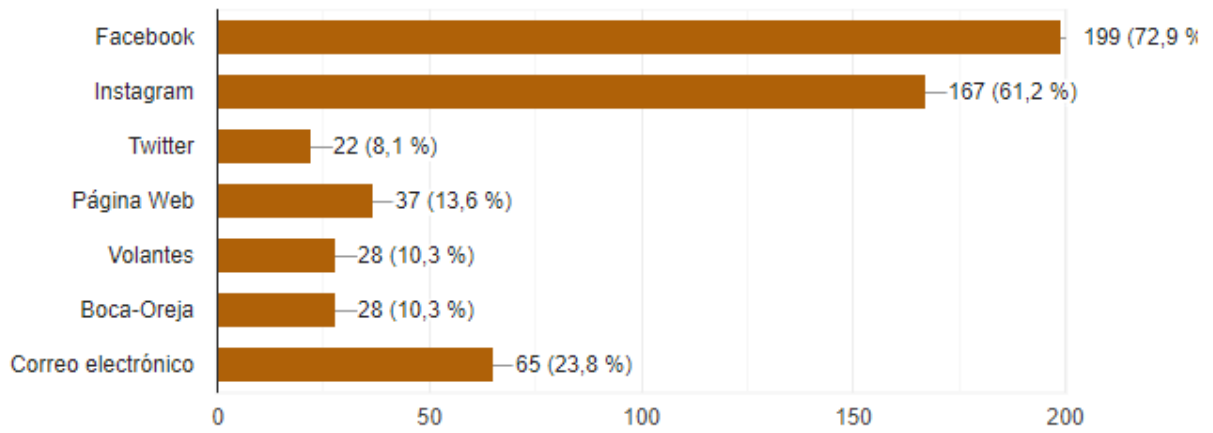


Gráfico 4.11 Redes Sociales. Elaboración Propia (2018)

## Apéndice 7: Modelo de encuesta

Sección 1 de 5

### Circuito Gastronómico en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

¡Hola! Buen día, Somos estudiantes de ESPOL, y contamos contigo para llenar la presente encuesta. Estamos interesados en conocer tus preferencias para poder diseñar un circuito gastronómico que se desarrolle en la ciudad, promocionando la cultura y tradiciones de la urbe a través de su arte culinario.

Género \*

Femenino

Masculino

Edad \*

18 - 25 años

26 - 35 años

36 - 45 años

46 - 50 años

Ciudad de Procedencia \*

Texto de respuesta corta

Después de la sección 1 [Ir a la siguiente sección](#)

## Título de la sección (opcional)

Un circuito es un recorrido que inicia en un punto A finalizando en el mismo punto A, añadiéndole un valor agregado, tal como: conectividad, accesibilidad, atractivos, entre otros.  
El circuito gastronómico consistirá en visitar diferentes establecimientos de la ciudad, degustando los platos más representativos de la cocina guayaquileña.

Después de la sección 2 **Ir a la siguiente sección** ▼

## Título de la sección (opcional)

Descripción (opcional)

¿Ha realizado algún circuito gastronómico? \*

Sí

No

Después de la sección 3 **Ir a la sección 4** ▼

## Título de la sección (opcional)

Descripción (opcional)

¿Dónde ha realizado este circuito?

Texto de respuesta corta

Después de la sección 4 **Ir a la siguiente sección** ▼



## Danos tu opinión

Descripción (opcional)

¿Estaría interesado en realizar un recorrido en la ciudad de Guayaquil, para conocer acerca de los locales y platos más representativos de la urbe con el fin de promocionar su cultura y tradiciones? \*

Sí

No

¿Le gustaría preparar alguno de los platos típicos que se mencionen durante la realización del circuito? \*

sí

no

¿Qué tan importante considera los siguientes aspectos al momento de visitar un establecimiento de comidas? \*

	Poco Importante	Nada Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
Limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación Calidad...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad del servic...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidez del servi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tipo de comida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cuánto tiempo le gustaría que dure el circuito? \*

- 1 - 2 horas
- 3 - 4 horas
- Más de 4 horas

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un circuito gastronómico? \*

- \$25 - \$35
- \$36 - \$45
- Más de \$46

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el circuito? \*

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Página Web
- Volantes
- Boca-Oreja
- Correo electrónico

## Apéndice 8: Facturas

<b>GIRÓN RODRÍGUEZ FREDDY CRISTHIAN</b> <b>“LA CULATA”</b> Venta de comidas y bebidas en Restaurantes para su consumo inmediato General Cordova 518 E/ Mendiburu y Tomas Martínez (a dos cuadras de la Clinica Guayaquil) TEL.: 0987925611 - 0992308348 GUAYAQUIL - ECUADOR		<b>FACTURA</b> No. 002-001- <b>000011816</b>	
Autorización S.R.I. 1123566798 R.U.C. 0919325829001 <b>OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD NO</b>		OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD NO	
<b>DOCUMENTO CATEGORIZADO NO</b>		CIUDAD: <u>bye</u> FECHA: <u>02/01/19</u>	
CLIENTE: <u>Verónica Torres</u>		R.U.C./C.I.: <u>0951959642</u>	
DIRECCIÓN: <u>Guerrero Martínez 2403 y Colombia</u>		TELE: <u>0995344382</u>	
CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	TOTAL
1	<u>Envase olla</u>		
1	<u>Clifre</u>		
Forma de Pago		Son: _____	SUB-TOTAL 12 % <u>3.21</u>
Efectivo		Dolares	SUB-TOTAL 0%
Dinero Electrónico			DESCUENTO
Tarjeta de Crédito/Débito			SUB-TOTAL U.S.S.
Otros		 Firma del Cliente	I.V.A. 12 % <u>0.39</u>
			TOTAL U.S.S. <u>3.60</u>
<small>Martín Delgado Carlos Francisco R.U.C. 0902107689001 AUT. 1833 * 6 BL 100x2 DEL 000011301 AL 000011900 * E. AUT.: 3 Octubre 2018 * Valido para su Emisión: 3 Octubre 2019 ORIGINAL: ADQUIRIENTE - COPIA: EMISOR</small>			

**Ilustración 4.1 Factura de Picantería La Culata.**



AMBIGÜ CAFÉ  
 Edgar Iván Palma Zúñiga  
 Las Urdemba 502 y Av. Bolívar  
 Tel. 042 308888  
 Guayaquil - Ecuador

RUC: 0914990817001  
**FACTURA**  
 001-001  
 N° 0001360  
 AUT. SRL: 1122969740  
 Fecha de Autorización: 18/Junio/2018  
 DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Fecha: 02 Enero 2019 G/Remisión: \_\_\_\_\_  
 Cliente: Verónica Torres Suarez  
 Dirección: Guenero Martinez 2408 y Colombia  
 R.U.C.: 0951959642 Tel: 0998344322

CANT	DETALLE	NI UNIT	VALOR TOTAL
1	TORTILLA LUCA		1.00
1	TORTILLA UKADE		1.00

SON: DOS CON 00/100 DO/1000

Sub-Total	1.99
IVA 0%	
IVA 2%	0.21
TOTAL	2.00

**FORMA DE PAGO**

CHEQUE	
DINERO EFECTIVO	
TARJETA DE CREDITO/DEBITO	
OTRO	

Verónica  
 RECEBÍDO CONFORME

JENNY NYRIAN TOLDOZANO ZÚÑIGA - IMPRENTA MERCURY - RUC: 106743204001  
 AUT. 13724 \* (1376 - 1375) VALIDO PARA SU EMISION HASTA 18/06/2019  
 ORIGINAL: CLIENTE/ COPIA 1 EMISOR/ COPIA 2: SIN VALOR A CREDITO TRIBUTARIO

Ilustración 4.2 Factura de Ambigü Café.

**“Amador” Restaurant**  
Manuela Yoconda Cruz Plúas  
RUC: 0913113270001  
DIRECCIÓN: Luis Urdaneta # 104 y Rocafuerte  
Telf. 2566803 - Guayaquil  
\*Contribuyente Régimen Simplificado\*  
ACTIVIDADES DE HOTELES Y RESTAURANTES  
CATEGORÍA 5 - HASTA \$ 3350,00

**NOTA DE VENTA**  
Serie 002-001-00  
**0038529**  
AUT. S.R.I. 1123377693  
DIA: 02 MES: 01 AÑO: 2019  
Documento Categorizado: SI

Cliente: \_\_\_\_\_  
R.U.C./C.I.: \_\_\_\_\_ Tef.: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR	CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
	Aroz con marisco			Chupe de pescado	
	Aroz con camarón			Sancocho de pescado	
	Aroz con cangrejo			Caldo de bola	
	Aroz mixto			Caldo de pata	
	Pescado frito			Guafita	
	Pescado a la plancha			Bandera	
	Sudado de pescado			Cambo	
	Escabeche de pescado			Seco de chivo	
	Corvina entera			Churrasco	
	Ceviche de camarón			Lomo a la plancha	
	Ceviche de pescado			Pollo a la plancha	
	Ceviche de cangrejo			Plato especial	
	Ceviche de calamar			Porción de aroz	
	Ceviche de pulpo			Porción de patacones	
	Ceviche mixto			Porción de papas fritas	
	Ceviche completo			Porción de aroz con menestra	
	Sango de pescado			<b>CONSUMO DE ALIMENTOS</b>	
	Cazuela de pescado			1 Sopa de Gallina	5,00
	Cazuela mixta			<b>BEBIDAS</b>	
	Cazuela manirera			Jugos	
	Ensalada de camarón			Agua	
	Ensalada de cangrejo			Cervezas	
	Ensalada de langosta			Café	
	Camarones apanados			Té	
	Tortilla de camarón			Colas	
	Sopa marinera				

Son: \_\_\_\_\_ **Dólares** **TOTAL \$ 5,00**

Recibi Conforme \_\_\_\_\_ Firma Autorizada \_\_\_\_\_ ORIGINAL: ADQUIRENTE  
COPIA: EMISOR

EMISOR: QUICHENCO RAURO ROMERO - Telfs: 241264 - 241112 - RUC: 091303120001 - AUT: 3307  
20 (Suacha 13032 (043764) - 933996) - EMISOR: 29AUGUSTO2019 - CANCELADO: 29/AGOSTO2019

**Ilustración 4.3 Factura Amador's Restaurant.**



## Apéndice 9: Prototipo de alta



Ilustración 4.5 Visita a Ambigú Café.



Ilustración 4.6 Preparación del plato.



**Ilustración 4.7 Degustación Sánduches.**



**Ilustración 4.8 Amador's Restaurant**





**Ilustración 4.9 Degustación Seco de Gallina**



**Ilustración 4.10 Interpretación acerca del Encebollado.**



**Ilustración 4.11 Degustación del Encebollado.**