



Análisis de la propuesta culinaria de la provincia del guayas y su influencia en el desarrollo del turismo gastronómico ecuatoriano. Caso de estudio: 2021-2022

Analysis of the culinary proposal of the province of guayas and its influence on the development of Ecuadorian gastronomic tourism. Case study: 2021-2022

Sigcho Veloz Norma Susana

Correo electrónico: nssigcho@tes.edu.ec

Filiación institucional: Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo con condición de universitario, Guayaquil, Ecuador

Ana Luisa López Brunett

Correo electrónico: alopez@tes.edu.ec

Filiación institucional Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo con condición de universitario, Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

La provincia del Guayas-Ecuador es una provincia rica en su variedad gastronómica. El plátano verde, maní, yuca, maíz, mariscos y variedades de carnes son algunos de los ingredientes principales que deleitan el paladar de nativos y turistas. A pesar de la importancia gastronómica en el turismo ecuatoriano, esta provincia tiene falencias marcadas, especialmente porque se ha descuidado en identificar factores que se constituyen en atractivos turísticos. La ausencia de estudios impide impulsar y mejorar las opciones gastronómicas, dando como resultado el lento desarrollo turístico culinario de esta

provincia. El presente trabajo, permitirá establecer cómo la intervención de entidades públicas y privadas influye en la promoción de las “huecas gastronómicas”. Así también, analizar los resultados de encuestas a la población de los 25 cantones para concluir que la existencia de un inventario gastronómico permitirá ampliar la oferta gastronómica, satisfacer las exigencias de los turistas; y reconocer como la falta de producto turístico impide el desarrollo social, económico y cultural de la provincia del Guayas; a través de encuestas a la población de los veinte y cinco cantones de la provincia del Guayas.

ABSTRACT

The province of Guayas-Ecuador is a province rich in its gastronomic variety. The green banana, peanuts, cassava, corn, seafood and meat varieties are some of the main ingredients that delight the palate of natives and tourists. Despite the gastronomic importance in Ecuadorian tourism, this province has marked shortcomings, especially because it has neglected to identify factors that constitute tourist attractions. The absence of studies prevents the promotion and improvement of gastronomic options, resulting in the slow development of culinary tourism in this province. The present work will make it possible to establish how the intervention of public and private entities influences the promotion of "huecas gastronómicas" (gastronomic hollows). Also, analyze the results of surveys to the population of the 25 cantons to conclude that the existence of a gastronomic inventory will allow expanding the gastronomic offer, satisfy the demands of tourists; and recognize how the lack of tourism product impedes the social, economic and cultural development of the province of Guayas; through surveys to the population of the twenty-five cantons of the province of Guayas.

Keywords / Palabras clave

Turismo; Gastronomía; Culinaria; Guayas; Ecuador.

Tourism; Gastronomy; Culinary; Guayas; Ecuador.

Introducción

La provincia del Guayas, Ecuador está integrada por 25 cantones, presenta atractivos turísticos y actividades para todo tipo de preferencias como: zonas de descanso, paisajes montubios, agroturismo y diversas playas. No obstante, visitar esta provincia es dejarse impactar también por su gastronomía y representa una de las pocas regiones del mundo donde sus habitantes y turistas pueden disfrutar del maní, plátano verde y mariscos en un solo plato; además de la fuerte presencia de diferentes tipos de carnes y maíz que evidencian una riqueza cultural gastronómica.

La problemática de esta provincia se centra en débil estudio acerca de los factores que se constituyen en atractivos turísticos, destacándose entre ellos el gastronómico, lo que no permite apreciar la riqueza cultural culinaria y se limitan el aprovechamiento de oportunidades para atraer el desarrollo turístico, concentrándose en la relación con el cuidado ecológico de la región.

Actualmente el turismo es un potencial económico y como tal debe ser explotado en amplia magnitud, en el caso de la provincia del Guayas solo se conocen platos de la cocina tradicional que no han llegado a explotarse en todo su potencial. Los inventarios gastronómicos deberían aprovechar el sector turístico, al no tenerlo definido y socializado en territorio, no se satisfacen las exigencias de los turistas, dejando al sector encerrado en actividades tradicionales y poco atractivas. Las estrategias promocionales insuficientes hacia el turismo gastronómico limitan el mercado, y por ende, una potencialidad económica de la provincia. Estos servicios deben ser de calidad, caso contrario no se contribuiría a la rentabilidad de los negocios.

En este contexto, se formula el Objetivo General del trabajo: Determinar la variedad culinaria de la provincia del Guayas y su influencia en el desarrollo del turismo gastronómico ecuatoriano en el periodo 2021- 2022, del cual se subordinan los siguientes Objetivos Específicos:

1. Establecer de qué forma la intervención de las Empresas Públicas y Privadas influye en la promoción de nuevas huecas que se constituyen en potencial turístico en la Provincia del Guayas.

2. Analizar en qué medida un inventario gastronómico permitirá ofertar una gastronomía diversificada que satisfaga las exigencias de los visitantes.
3. Determinar el impacto de las estrategias de promoción gastronómica en la provincia del Guayas afecta al desarrollo turístico de la provincia y el país.
4. Evaluar en qué manera la calidad de los servicios gastronómicos contribuye a la rentabilidad de los negocios de ventas de alimentos.

Materiales y métodos

El tipo de investigación que se realizó está tipificado como un estudio de campo, lo que permitió tener contacto con los sujetos de estudio a través de la aplicación de una encuesta; siendo el diseño cuantitativo para arribar a estadísticos de frecuencia que posibilitaron el análisis descriptivo correlacional de las respuestas.

La muestra estadística dimensionada en este de trabajo fue de 384 individuos, estratificados de acuerdo con los principales cantones de la provincia del Guayas, Ecuador.

Entre los métodos teóricos implementados, se recurrió al inductivo deductivo en el escogimiento de los individuos comensales que habían acudido y consumido en las principales huecas culinarias del cantón.

Resultados

Los restaurantes son imprescindibles para todo ciudadano que necesita ingerir alimentos. Por la calidad del servicio, se engloban varios parámetros que caracterizan la satisfacción del usuario, entre estos: la preparación de los platos, su presentación, la forma de atención de los meseros y administrador, la higiene del local, entre otros. Para los clientes extranjeros se incrementan estos indicadores, pues consultan sobre el tipo de comida, sus ingredientes, su cultura, la historia alrededor de su elaboración y las recetas.

A continuación, se detallan las preguntas más relevantes del cuestionario aplicado:

El 95.57% de las personas encuestadas indica que el estudio de la variedad gastronómica de la provincia del Guayas es importante para el desarrollo turístico, mientras que el 4.43% está en desacuerdo.

Análisis de la Pregunta 2: Qué sector se reactivaría a partir de la variedad de oferta culinaria de la provincia?

Aproximadamente el 94% de encuestados confirman que la oferta gastronómica de la provincia del Guayas afecta al sector económico fundamentalmente, quedando subordinados el propio sector turístico y laboral.

El 50% de las personas encuestadas indica que el desarrollo de nuevas huecas obedece a la inversión de empresas familiares, mientras que el 12.50% indica que el desarrollo corresponde a la inversión de empresas públicas. El ceviche es el mejor plato de la lista sugerida en la oferta gastronómica del Guayas. El 16.41% de las personas encuestadas indicaron que este plato es el más consumido. El 44.53% de las personas encuestadas indica la calidad de la atención en los lugares de venta de comida es buena, `por otro lado el 4.95% está de acuerdo que el servicio de calidad es excelente. El 35.94% de las personas encuestadas indica que preferirían comer en una hueca, mientras que el 3.13% prefieren las comidas rápidas.

Conclusiones

Las empresas públicas y privadas han influido en la promoción de las nuevas huecas existentes en la provincia del Guayas, por medio de ferias gastronómicas, exposiciones de platos, medios de comunicación, entre otros, con el fin de que la ciudadanía conozca la variedad gastronómica de su provincia.

Existen en la provincia la feria gastronómica de las huecas realizada en el Centro de Convenciones “Simón Bolívar”, donde se degustó la gastronomía del cantón Guayaquil, como el cebiche, el encebollado, el caldo de manguera, chicha la resbaladera. También se cuenta con la feria de la piña efectuada en el cantón Milagro, en el cual se degustaron varios platos hechos a base de piña la cual es la fruta típica de este territorio. Se cuenta con la feria del cangrejo efectuada en Naranjal en

el cual las personas conocieron la variedad de platos que se puede realizar con dicho crustáceo. En estas ferias hubo la participación y coordinación de los Municipios de estos cantones y la Prefectura del Guayas que demuestra el apoyo a la realización de este tipo de eventos.

Toda hueca debe tener un inventario gastronómico acorde a los platos típicos que afecta, dicho inventario debe estar conformado por productos de calidad, revisados higiénicamente con el semáforo nutritivo, que actualmente el Ministerio de Salud del Ecuador, exige en todos los alimentos para evitar enfermedades como diabetes, cáncer, entre otras. Las estrategias de promoción en la provincia del Guayas no se han llevado a cabo con efectividad dando como resultado una escasa variedad gastronómica y limitando el impulso turístico, la visita de turistas. Las estrategias publicitarias nos permiten llevar a cabo planes de promoción para llamar la atención de visitantes.

Un buen servicio gastronómico al cliente permitirá obtener una mayor rentabilidad económica en los negocios de comida, dejando un lado el costo del plato a servirse. La atención al cliente es imprescindible ya que esta depende al ingreso económico de un negocio, las ventas diarias del producto y la promoción turística dentro y fuera de la provincia.

Referencias

- Cobrerros, M. Á. (2012). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes. Madrid: Síntesis.
- Crespi, M., & Planells, M. (2011). Destinos turísticos. Madrid: Síntesis.
- Jarrín, M. C. (2015). Fanesca un plato que sincretiza nuestra identidad cultural.de7en7 (El Telégrafo), 08-09.
- La menestra, el sango y el cebiche de pescado se impusieron en feria. (27 de Julio de 2015). El Universo, pág. 12.
- Morgan, J. L. (2006). Creación Culinaria. Zaragoza: Acribia, S.A. Paz, A. O. (2011). Sumillería El vino y su servicio. Madrid: Síntesis.
- Picazo, C., (2011). Proceso de guía y asistencia turística. Madrid: síntesis.

Rocha, C. C., Junco, J. G., & González, F. J. (2008). Organización y Gestión de Empresas Turísticas. Madrid: Pirámides.

Rodríguez, M. (2014). Guayaquil entre la guata con coco y el ceviche de huevo de toro. *de7en7 (El Telégrafo)*, 24-25-26-27.

Roux-Larzabal, M. L. (2015). Los sabores de Francia en la Mitad del Mundo. *de7en7 (El Telégrafo)*, 08-09.

OMT (2012): Global Report on Food Tourism. Madrid: Organización Mundial del Turismo.