



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

TEMA:

EL CANELAZO: UN ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO Y CULTURAL DEL
CANTÓN PORTOVIEJO, AÑO 2024.

ESTUDIANTE:

CALVA LOOR STEFANY ANDREA

DOCENTE:

MANUEL ROLANDO VELÁSQUEZ CAMPOZANO

SEMESTRE:

8 “A”

PERIODO ACADÉMICO: 2025(2)

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “EL CANELAZO: UN ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO Y CULTURAL DEL CANTÓN PORTOVIEJO, AÑO 2024.” Ha sido realizado y concluido por el estudiante Calva Loor Stefany Andrea; el mismo que ha sido aprobado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos mínimos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Ing. Ángela Evelina Farfán Rodríguez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Irene Rosario Rodríguez Pincay, Mg.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Villacreses Ponce Leonor Mercedes, Mg.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Rolando Velásquez Camposano, Mg.
DOCENTE TUTOR

Calva Loor Stefany Andrea
Autora.

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Yo, **CALVA LOOR STEFANY ANDREA**, portador de la C. I. # 1316113396 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“El Canelazo: Un Análisis del Impacto Económico y Cultural del cantón Portoviejo, año 2024”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 21 febrero de 2026


CALVA LOOR STEFANY ANDREA
Autora

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, **CALVA LOOR STEFANY ANDREA**, portador de la C. I. # 1316113396 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“El Canelazo: Un Análisis del Impacto Económico y Cultural del cantón Portoviejo, año 2024”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 23 febrero de 2026

STEFANY ANDREA C.L

CALVA LOOR STEFANY ANDREA

Autora

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

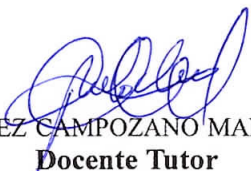
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante CALVA LOOR STEFANY ANDREA, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"EL CANELAZO: UN ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO CULTURAL DEL CANTÓN PORTOVIEJO, AÑO 2024."*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, lunes, 02 de febrero de 2026.

Lo certifico,


 VELASQUEZ CAMPOZANO MANUEL ROLANDO
Docente Tutor

Dedicatoria

A quienes creyeron en mí incluso cuando yo dudé.

Agradecimientos

Esto no habría sido posible sin el apoyo de las personas que me acompañaron durante este proceso.

A mi familia, por su amor, paciencia y confianza.

A mis amigos gracias por estar siempre. Por escuchar, por reír, por apoyar incluso cuando no digo nada. Tenerlos en mi vida es un regalo enorme.

Asimismo, agradezco a mi tutor y a los docentes de la carrera por los conocimientos compartidos durante mi formación académica, los cuales han sido fundamentales para la realización de esta investigación.

Gracias por creer en mí!

Resumen

La presente investigación examinó la perspectiva cultural y económico de la bebida caliente el canelazo en el cantón Portoviejo en el 2024, fue un estudio mixto que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, con diseño no experimental descriptivo y explicativo. Se aplicó un cuestionario con escala Likert de cinco puntos a 137 comerciantes, consumidores y productores, varias entrevistas a fabricantes y gestores turísticos, obteniendo datos valiosos sobre la importancia del canelazo en la parte cultural y económica en el cantón. Se determinó que esta bebida caliente genera ingresos internos en el cantón, ya que incrementa la venta de los productos agrícolas como panela, naranjilla, canela y aguardiente en los mercados y ferias gastronómicas. Así mismo, la comunidad está consciente que el canelazo genera empleo formal e informal en la producción y comercialización de este. Los resultados evidencian que más del 40% de los habitantes concuerdan que el canelazo mantiene su parte cultural en las fiestas, celebraciones y costumbres comunitarias, ya que esto refuerza la identidad portovejense e incentiva los conocimientos tradicionales en las generaciones actuales. En el campo turístico se evidencia que el canelazo ha fortalecido las experiencias del turista en la parte gastronómica y es apreciado como un atractivo cultural original.

Las conclusiones destacan que el canelazo es un producto gastronómico esencial que fortalece la identidad, impulsa la economía y consolida el turismo cultural al cantón Portoviejo, en el 2024, donde se espera la recuperación económica y patrimonial.

Palabras clave: canelazo; identidad cultural; gastronomía; patrimonial; Portoviejo; tradición; turismo gastronómico; economía local.

Abstract

This research examined the cultural and economic perspective of the hot beverage *canelazo* in the canton of Portoviejo in 2024. It was a mixed study that combined qualitative and quantitative techniques, with a non-experimental descriptive and explanatory design. A five-point Likert scale questionnaire was administered to 137 merchants, consumers, and producers, along with several interviews conducted with manufacturers and tourism managers, obtaining valuable data on the importance of *canelazo* in the cultural and economic sphere of the canton.

It was determined that this hot beverage generates internal income in the canton, as it increases the sale of agricultural products such as panela, naranjilla, cinnamon, and cane liquor in markets and gastronomic fairs. Likewise, the community is aware that *canelazo* generates both formal and informal employment in its production and commercialization.

The results show that more than 40% of the inhabitants agree that *canelazo* preserves its cultural role in festivals, celebrations, and community traditions, as it reinforces the identity of Portoviejo and encourages traditional knowledge among current generations. In the tourism sector, it is evident that *canelazo* has enhanced the visitor experience in terms of gastronomy and is appreciated as an original cultural attraction.

The conclusions highlight that *canelazo* is an essential gastronomic product that strengthens identity, boosts the economy, and reinforces cultural tourism in the canton of Portoviejo in 2024, a year in which economic and heritage recovery is expected.

Keywords: *canelazo*; cultural identity; gastronomy; heritage; Portoviejo; tradition; gastronomic tourism; local economy.

Índice General

Certificado del Tutor	2
Aprobación del tribunal	3
Dedicatoria	4
Agradecimientos	5
Resumen	6
Abstract	7
Índice General	8
Introducción	10
Contexto del problema	12
Planteamiento del problema	13
Formulación del problema	15
Objeto de estudio	15
Campo de acción	15
Variables	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	16
Justificación	16
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	18
1.1.	20
1.2 Bases teóricas	23
1.2.1. Gastronomía	23
1.2.2. Producto gastronómico	24
1.2.3. Origen e historia del canelazo	26
1.2.4. Tipos de canelazos	27
1.2.5. El canelazo y su impacto económico en la ciudad de Portoviejo	29
1.2.6. El canelazo y su influencia cultural en la ciudad de Portoviejo.	30
1.2.7. Influencia turística del canelazo en la ciudad de Portoviejo.	32
1.2.8. Comercialización y promoción del canelazo en la ciudad de Portoviejo.	33
CAPITULO II: METODOLOGÍA	35
2.1. Enfoque de la investigación	35
2.2. Métodos	35

2.3. Técnicas e Instrumentos	36
2.4. Población y muestra	43
CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
3.1. Resultados de la encuesta sobre impacto económico, cultural y turístico del canelazo en la ciudad de Portoviejo.	45
3.2. Resultados de las entrevistas a productores y gestores turísticos	58
CAPITULO IV: DESARROLLAR UN PLAN DE ACCIÓN PARA EL CRECIMIENTO DE LA GASTRONOMÍA CON BASE A LA COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DEL CANELAZO	59
4.1. Introducción	59
4.2. Objetivo	60
4.3. Plan de Acción para el crecimiento de la gastronomía con base a la comercialización y consumo del canelazo.	60
4.4. Conclusión del capítulo	62
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
Bibliografía	65

Índice de Tablas

Tabla 1	17
Tabla 2	20
Tabla 3	50
Tabla 4	52

Índice de Figuras

Figura 1	7
Figura 2	10
Figura 3	37
Figura 4	38
Figura 5	38
Figura 6	39
Figura 7	40
Figura 8	41
Figura 9	41
Figura 10	42
Figura 11	43
Figura 12	44
Figura 13	44
Figura 14	45
Figura 15	46
Figura 16	47
Figura 17	47
Figura 18	48

Introducción

Las expresiones culinarias tradicionales representan un elemento esencial del patrimonio cultural inmaterial, ya que están dentro de los valores simbólicos, saberes ancestrales y en las estructuras de las organizaciones sociales que promueven la identidad de los pueblos. En el Ecuador, las bebidas tradicionales desempeñan un papel sociocultural que va más allá del consumo gastronómico, sino que llegan a convertirse en espacio de encuentro y transmisión cultural. En el contexto, el canelazo es un producto de expresión cultural popular, con presencia a nivel regional del país.

Dentro de la historia, el canelazo ha estado presente en fiestas religiosas y populares, exclusivamente en la región sierra del Ecuador, su elaboración y consumo se relaciona con rituales y tradiciones. La preparación artesanal, combina ingredientes tradicionales como canela, panela, aguardiente y frutas, este conocimiento se transmite en generaciones que fortalecen el patrimonio cultural (Gómez Jurado, 2024; Crespo Núñez et al., 2025). Esta bebida tradicional se ha difundido con el paso del tiempo por todas las regiones del Ecuador.

Esta bebida caliente, se ha insertado en la gastronomía local de la provincia de Manabí, especialmente en el cantón Portoviejo, caracterizándose con sus propios ingredientes tradicionales de la zona 4 del Ecuador. Dentro de las festividades del cantón se observa la presencia del canelazo en las celebraciones comunitarias y fiestas gastronómicas que fortalecen el proceso cultural y la identidad local, continuando con las tradiciones ancestrales de la localidad (Párraga & Vinuesa, 2020; Revista San Gregorio, 2025). Esta adaptación demuestra la capacidad de la gastronomía tradicional para integrarse a nuevas realidades sin perder su esencia simbólica.

El canelazo, es un producto gastronómico ya posicionado en las festividades y mercados del cantón, lo que ha permitido dinamizar la economía local. Su elaboración artesanal atrae al turista en su consumo y experiencia. La producción ancestral y comercialización crea oportunidades de ingresos para pequeños emprendedores y negocios familiares, incentivando el uso de ingredientes artesanales y así fortalecer la cadena de valor en la comunidad (Flores, 2024; Montecinos Torres, 2022).

El análisis del impacto del canelazo en el año 2024 resulta acertado, considerando los métodos de reactivación económica y cultural que atraviesa la ciudad tras la pandemia y los efectos del terremoto de 2016. Ilustraciones anteriores destacan la gastronomía ancestral como un rol relevante en la reconstrucción del tejido social y productivo en contextos post desastre, al fortalecer la identidad y estimular la economía local (Cabrera et al., 2020; Samaniego et al., 2023). En este contexto, el canelazo se posiciona como un símbolo de resiliencia cultural en Portoviejo.

Al mismo tiempo, la investigación tuvo como propósito analizar el impacto económico y cultural del canelazo en el cantón Portoviejo durante el año 2024, mediante un enfoque no experimental y descriptivo. Además, el estudio se fragmentó en cuatro capítulos, empezando con resumen, introducción, planteamiento y la pregunta de investigación, es decir toda la parte del diseño teórico. En el primer capítulo se fundamentan todos los conceptos teóricos y antecedentes de las investigaciones previas del tema a desarrollar en la parte académica, cultural, económica y turística. En el segundo capítulo se muestra la metodología que se utilizó, el tipo de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información y análisis de esta. En el capítulo tres se presentan los resultados y análisis de cada pregunta realizada, en conjunto con los hallazgos de las entrevistas efectuadas a los productores

y gestores del canelazo. En el cuarto capítulo se presentó un plan de acción para el crecimiento gastronómico en su comercialización y consumo del canelazo, mostrando las estrategias, actividades, presupuestos, talento humano y tiempo de ejecución de este. Finalmente, en el quinto capítulo se muestran las conclusiones de cada objetivo ejecutado y recomendaciones para el sector gastronómico de Portoviejo.

Contexto del problema

En Ecuador, cada vez los productos tradicionales o de campo son más queridos por los turistas, como lo es el canelazo, pero en el cantón Portoviejo no ha sido considerado ni registrado este producto, aunque su impacto económico y cultural ha sido importante en otros cantones de Manabí. Este contexto genera un vacío de conocimiento que limita la formulación de políticas públicas destinadas a fortalecer el patrimonio gastronómico y promover el desarrollo económico local.

Portoviejo, una ciudad con una abundante historia precolombina, ha afrontado retos importantes en las décadas recientes, como la pandemia de COVID-19 y el terremoto de 2016. Según Félix Mendoza et al. (2021), estos acontecimientos han tenido un fuerte impacto en el entramado económico y social de la zona, con un efecto especialmente significativo en las áreas gastronómicas y turísticas.

El canelazo, una bebida ancestral, también es parte de las costumbres culturales de la Sierra y la Costa de Ecuador. Se ingiere en celebraciones, rituales religiosos y encuentros comunitarios (Ramírez, 2024). En Portoviejo, las familias han mantenido su producción artesanal a través de generaciones, lo que refuerza su valor como patrimonio intangible. Sin embargo, esta riqueza cultural puede perderse por la falta de apoyo financiero y reconocimiento institucional.

Un momento clave en esta evolución es el año 2024. Portoviejo está redefiniendo su identidad cultural y económica ocho años después del terremoto y en medio de la etapa de recuperación posterior a la pandemia. El área de la gastronomía y el turismo pretende atraer a más personas y obtener ingresos, mientras mantiene y fomenta su patrimonio cultural (UNWTO, 2022).

La investigación tiene como objetivo abordar este problema utilizando un enfoque mixto, el diseño no experimental y explicativo que posibilite entender tanto los datos económicos vinculados con el canelazo como las percepciones culturales. Para adquirir una perspectiva completa del fenómeno, se emplearán entrevistas, encuestas y análisis de documentos académicos.

Planteamiento del problema

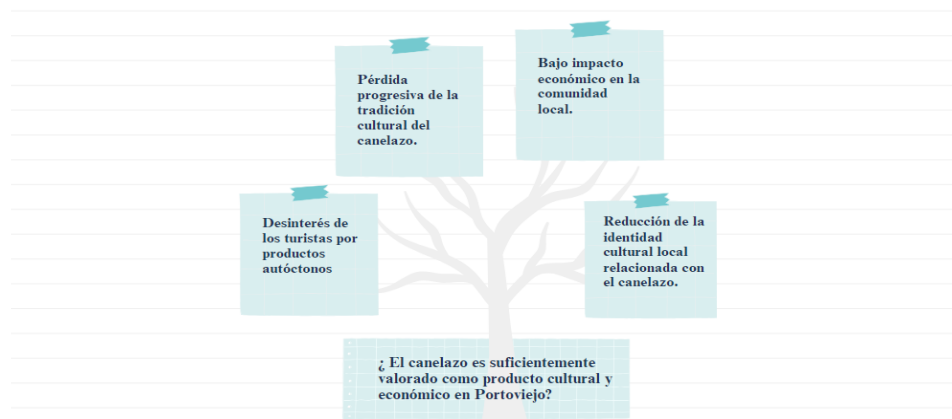
Figura 1

Árbol del problema de la investigación

Nota: Elaboración propia

El canelazo en el cantón Portoviejo es objeto de estudio y presenta una gama de preguntas y retos que requieren un análisis riguroso. Es fundamental entender cómo esta bebida, que proviene de otra región, ha sido incorporada y adaptada al contexto costero de Portoviejo.

ÁRBOL DEL PROBLEMA: EL CANELAZO: UN ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO Y CULTURAL DEL CANTÓN PORTOVIEJO, AÑO 2024



Este proceso de adaptación no solo conlleva modificaciones en la receta o en las maneras de consumirla, sino también una alteración en los significados culturales vinculados a la bebida.

La bibliografía académica acerca del efecto específico del canelazo en el crecimiento cultural y económico de la provincia de Manabí es escasa. No se puede entender su verdadero potencial como motor de crecimiento local debido a la ausencia de investigaciones cualitativas y cuantitativas que examinen su papel como producto cultural y económico. Según estudios recientes acerca de las bebidas tradicionales en Ecuador, estas tienen un valor simbólico, patrimonial y económico; sin embargo, también se ha advertido de la amenaza que representa perder la cultura si no se promueve su producción y consumo sustentables (Párraga & Vinuesa, 2020; Ávila & Molina, 2024).

En este contexto, se resalta la importancia de analizar cómo esta bebida ancestral ha tenido un crecimiento o impacto en la economía en el cantón Portoviejo. Especialmente en la creación de empleo, la innovación culinaria y turismo cultural con la preservación de la identidad campesina. Además, se desea conocer las percepciones de los vendedores locales, productores, consumidores y dirigentes culturales, que entiendan lo cultural del canelazo y lo que representa en el dinamismo social al cantón.

Por esta razón, es necesario realizar un análisis del impacto económico y cultural que tiene el canelazo en el cantón Portoviejo, y las posibles estrategias de cambios para su preservación y consumo de este.

Formulación del problema

¿Cómo ha influido el canelazo en el desarrollo económico y cultural del cantón Portoviejo durante el año 2024, y qué oportunidades y desafíos se presentan para su sostenibilidad y desarrollo?

Objeto de estudio

El objeto de estudio es el canelazo y su impacto en el cantón Portoviejo durante el año 2024.

Campo de acción

El campo de acción es el Cantón Portoviejo durante el año 2024, concretamente en el contexto del evento del Canelazo. Esto incluye la comunidad local, los vendedores y proveedores involucrados, las autoridades municipales.

Variables

Independientes

La producción y comercialización del canelazo en el cantón Portoviejo.

Dependientes

El impacto económico y cultural en el cantón Portoviejo.

Objetivo general

Determinar el impacto del canelazo y su influencia en los aspectos económicos y culturales, en el cantón Portoviejo, durante el año 2024.

Objetivos específicos

- Definir el impacto que este producto ejerce sobre la economía local y desarrollo del cantón Portoviejo.
- Examinar la contribución cultural y turística del canelazo en las tradiciones, celebraciones y consumo dentro del cantón Portoviejo.
- Desarrollar un plan de acción para el crecimiento de la gastronomía con base a la comercialización y consumo del canelazo.

Justificación

La investigación del canelazo como producto gastronómico y cultural en el cantón Portoviejo constituye una ocasión inigualable para examinar la confluencia entre la tradición culinaria, el desarrollo económico local y la identidad cultural en el contexto ecuatoriano. Este análisis se centra en examinar el impacto económico y cultural de esta bebida tradicional en el año 2024, un momento crucial para la recuperación y reinversión del sector turístico y gastronómico post pandemia.+

El canelazo es una bebida antigua que expresa lo cultural apegado a la región andina del Ecuador y particularmente en el cantón Portoviejo, provincia de Manabí. La preparación tradicional, incluye ingredientes como la canela, el aguardiente y frutas locales como naranjilla han venido de generación en generación, estableciéndose como un ícono de identidad, hospitalidad y cohesión social (Arroyo Zambrano & López Rivera, 2024).

La gastronomía, como expresión cultural y recurso económico, juega un papel fundamental en el desarrollo de las comunidades locales. Según (Torres Oñate et al., 2018), la gastronomía no solo refleja la identidad de un pueblo, sino que también actúa como un poderoso atractivo turístico y motor económico. El canelazo no solo mantiene su significado simbólico en el presente, sino que ha ganado una importancia económica considerable. Esta bebida ha sido incluida en los menús de varias empresas gastronómicas en Portoviejo, lo que impulsa su venta y produce ganancias para las familias de la zona. Establecimientos como Manabí Arrecho y Porto Caña han informado que desde 2023 el sector gastronómico ha crecido un 15%, lo cual demuestra la capacidad económica de los productos autóctonos (Si Se Puede Ecuador, 2025).

Desde la perspectiva cultural, el canelazo es parte del patrimonio intangible de la región. Su consumo está vinculado a festividades, rituales religiosos y prácticas comunitarias que fortalecen la identidad montubia. Así mismo el enfoque económico, su producción y comercialización representan una oportunidad para dinamizar el turismo local, generar empleo y fomentar el emprendimiento.

Igualmente, el diseño no experimental y explicativo admite observar el fenómeno en su contexto natural, sin manipular variables, lo cual es ideal para comprender las dinámicas culturales y económicas que rodean al canelazo (Hernández, Fernández & Baptista, 2021).

El presente estudio busca responder a los lineamientos del Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025, que incentiva el fortalecimiento de la identidad territorial y el desarrollo económico sostenible (Secretaría Nacional de Planificación, 2024).

En esta investigación se persigue llevar a cabo un análisis del impacto cultural y económico que el canelazo produce en Portoviejo durante el año 2024. Esto ofrece una

oportunidad excepcional para explorar la intersección entre la identidad cultural, la tradición gastronómica y el progreso económico en un contexto particular. Esta memoria contribuirá al conocimiento y permitirá el crecimiento local en los turístico gastronómico.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

En este capítulo el objetivo es recopilar y organizar las ideas expuestas por los principales expertos teóricos sobre los conceptos centrales de la investigación. En la siguiente figura se muestra el Hilo conductor.

Figura 2

Hilo conductor del tema de la investigación



Nota. Elaboración propia

1.1. Antecedentes

El canelazo es una bebida caliente ancestral y tradicional que ha formado parte de las costumbres y celebraciones de algunas regiones de Ecuador, especialmente en la Sierra. Se obtiene a través del aguardiente o licor de caña mezclado con agua de canela y azúcar, siendo

una bebida emblemática en festividades comunitarias, religiosas y eventos turísticos. Aunque su origen está más vinculado a la Sierra ecuatoriana, su popularidad ha crecido en otras provincias del país, como Manabí, donde el canelazo ha encontrado un nicho no solo como bebida festiva, sino también como un producto con potencial económico y cultural.

Según el artículo **“Bebidas ancestrales y tradicionales de Colombia (Región del Pacífico)”** de **Medardo Sáenz Monsalve (2020)**, publicado en *Sosquua. Revista Especializada en Gastronomía* (vol. 2, n.º 1, pp. 57-66), lleva a cabo un estudio que tiene como propósito fundamental identificar y producir material educativo relacionado con las bebidas ancestrales de la región Pacífica colombiana, y la inserción gastronómica y cultural en el País. La metodología cualitativa con método etnográfico, se le realizó entrevistas a personas relevantes por tradición y observación en varios festivales de Colombia, analizando varios métodos de preparación de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Para entender la parte sociocultural se utilizó el diseño explicativo y no experimental. Entre los resultados más relevantes se destaca la escasa documentación sobre estas bebidas, lo que motivó la sistematización de saberes locales y la divulgación en espacios académicos como congresos y conferencias gastronómicas. Se hallaron bebidas de todo tipo (medicinal, afrodisíaco y ritual), que son realizadas con técnicas ancestrales e ingredientes autóctonos y técnicas heredadas. La conclusión enfatiza que las bebidas tradicionales son un patrimonio inmaterial que contribuye a la identidad cultural, fomenta el desarrollo económico local y debe recibir más atención en los campos académico y turístico.

El artículo **“Algunos antecedentes históricos, socio-culturales de las bebidas alcohólicas en Ecuador dirigido a los estudiantes de arte y turismo”**, escrito por Dallas Glenda Hormaza Muñoz (2020) y publicado en la Revista Tercio Creciente (n.º 18, pp. 57–

73), esta investigación busca demostrar la importancia cultural y artística de las bebidas tradicionales alcohólicas en Ecuador, determinando su rol importante en lo cultural y artístico. El objetivo principal fue recopilar información de lo histórico, sociocultural de todas las bebidas tradicionales y su conexión con la educación artística y cultural. La metodología que se empleó fue un enfoque mixto y etnográfico, respaldado en la observación, el análisis de contenido y entrevistas con personas que mantienen la tradición y educadores. Los resultados mostraron que el aguardiente, el canelazo y la chicha han tenido una importancia significativa en la historia de Ecuador, ya que representan interacciones sociales y mestizaje cultural. Además, se resaltó que los alumnos de turismo y arte no están conectados con este patrimonio inmaterial. Como conclusión, estas bebidas son manifestaciones culturales y no solo productos de consumo, y que tienen que ser rescatadas y fomentadas como parte de la enseñanza artística y del turismo, para así robustecer la identidad nacional y la sostenibilidad cultural.

El trabajo titulado **“Identificación de las bebidas artesanales tradicionales como atractivo del turismo gastronómico ecuatoriano”**, elaborado por Allison Andrea Angamarca Anastacio (2021) como examen complejo para optar por el título de Licenciada en Hotelería y Turismo en la Universidad Técnica de Babahoyo, el análisis que se propusieron fue identificar las bebidas artesanales tradicionales del Ecuador y su aporte culinario en lo turístico, cultural y tradiciones ancestrales en el país. Se aplicó una metodología con enfoque mixto, diseño no experimental y descriptivo – explicativo, utilizando técnicas documentales y bibliográficas. Además, se utilizó una encuesta a 100 personas de Babahoyo. Se determinó que el 93% de los encuestados reconocen el valor cultural de las bebidas y el 91% las combina con las tradiciones ancestrales, su variedad por cada ciudad y el apoyo económico. Se identificaron bebidas emblemáticas por región, como la chicha de maní, chicha resbaladera, horchata y

canelazo. Como conclusión, se debe recuperar e incentivar estas bebidas como patrimonio gastronómico y recurso turístico sostenible a través de la educación cultural, el apoyo institucional a los productores locales y los artesanos, así como la promoción digital.

Según el artículo **“Canelazo: Tradición, Identidad y Sostenibilidad en el Corazón de Quito, Ecuador”**, elaborado por Crespo Núñez, X. L., Campués Chicaiza, K. M., Andrade Andrade, C. S., Consuegra Yupangui, V. J. y Cahuatijo Loachamín, G. N. (2025) y publicado en la Revista Científica Internacional Arandu (vol. 12, n.º 3, pp. 3489-3503), estudia la importancia cultural y la sostenibilidad de la bebida tradicional el canelazo, bebida representativa en el Centro Histórico de Quito. El principal objetivo fue analizar su función como emblema de la identidad local en medio de los cambios que se producen en los patrones de consumo y la globalización. La metodología utilizó un enfoque mixto, con diseño descriptivo-explicativo y no experimental, que integró encuestas a 483 individuos, entrevistas semiestructuradas a chefs, vendedores y administradores culturales, así como una revisión bibliométrica y documental. Los resultados indicaron una reducción del consumo diario, en particular entre los jóvenes; sin embargo, el 92 % de las personas encuestadas consideró al canelazo como patrimonio cultural y el 87 % respaldó su rescate. Se determinó que era necesario equilibrar la innovación y la autenticidad a través de prácticas sustentables, educación patrimonial y promoción en el ámbito digital. En conclusión, los autores afirman que la supervivencia del canelazo radica en potenciar su transmisión intergeneracional, fomentar adaptaciones sin perder su esencia y establecer políticas públicas que lo fortalezcan como símbolo de identidad y motor del desarrollo sostenible en términos turísticos y gastronómicos.

De acuerdo con el siguiente trabajo de tesis titulado **“Impacto de las bebidas ancestrales en el desarrollo y fortalecimiento turístico de Manta”**, elaborado por Ávila Ávila, A. F. y Molina Balda, J. E. (2025) en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, resalta la importancia cultural, económica y turística de las bebidas ancestrales en su influencia del turismo culinario en la ciudad de Manta. Su meta principal fue recolectar información relevante para concluir que las bebidas tradicionales ancestrales contribuyen al fortalecimiento gastronómico, turístico, cultural y desarrollo económico interno de la ciudad. Su metodología empleada fue un enfoque mixto, con diseño no experimental, descriptivo y explicativo, realizando 65 encuestas a personas locales, turistas y emprendedores, además de entrevistas a profesores expertos en gastronomía y cultura. Se obtuvo como resultado que existen varias bebidas tradicionales reconocidas y consumidas como: rompopo, el canelazo y la colada morada, aunque el 96,9% de los encuestados concuerdan que se deben implementar más estrategias de promoción turística. También, se determinó que estas bebidas tradicionales ancestrales son un valor de identidad y cultural importante para Manta, ya que se las ve como un producto gastronómico potencial para diversificar la oferta turística y fomentar el emprendimiento y fortalecer la economía local. En conclusión, se debe proponer varias estrategias que fortalezcan la economía y el valor cultural en la ciudad de Manta, creando rutas gastronómicas, campañas de marketing cultural y alianzas interinstitucionales que promuevan estas bebidas como patrimonio vivo y atractivo turístico sostenible.

Arroyo Zambrano y López Rivera (2024) presentan el proyecto titulado **“El canelazo y su elaboración como expresión de la identidad cultural manabita, cantón Manta”**, su objetivo principal fue analizar el avance de la producción del canelazo en la ciudad de Manta y su impacto en el desarrollo económico y turístico de la zona. Su metodología fue un enfoque

mixto, con diseño no experimental y explicativo, empleando métodos deductivo e inductivo, se aplicaron técnicas etnográficas, entrevistas, encuestas y análisis bibliográficos, enfocadas en mantener o recuperar los saberes ancestrales en la elaboración de esta bebida tradicional. Los resultados obtenidos evidencian que el canelazo se ha acomodado en la región costa, aunque es de origen andino, ha mantenido su importancia cultural y turístico. Se mantienen sus ingredientes tradicionales en su preparación artesanal y vienen asociados a festividades, rezos y prácticas rurales y comunitarias. Los encuestados subrayaron la necesidad de conservar esta tradición frente al poco interés y pérdida de costumbres y el crecimiento de la globalización. Asimismo, se observó que la bebida posee beneficios nutritivos y valor simbólico, constituyendo un atractivo potencial para el turismo cultural local. En conclusión, el estudio reafirma que el canelazo no solo es una bebida representativa, sino también un símbolo de la identidad manabita que fortalece el sentido de pertenencia y promueve el desarrollo sostenible de la zona.

En conclusión, los estudios citados en este apartado son analizados con la finalidad de identificar aspectos acerca de la teoría, metodología y resultados posteriores, que pueden servir de gran ayuda para el desarrollo de la actual investigación sobre el impacto económico y cultural del canelazo en la ciudad de Portoviejo.

1.2 Bases teóricas

1.2.1. Gastronomía

Es un campo de estudio multidimensional que investiga la relación entre el hombre, la cultura y los alimentos. No se restringe a la formación gastronómica, sino que incluye elementos de tipo social, artístico, histórico y científico. La cocina tiene un carácter interdisciplinario porque se relaciona con otros campos, como la economía, la nutrición y la historia; además,

fusiona arte, ciencia y técnica (Galarza, 2023). Este concepto hace posible comprender la gastronomía como una práctica cultural que progresa con el tiempo y representa la identidad de las comunidades.

El arte culinario se ha vuelto un recurso clave para el crecimiento local y la difusión cultural en el sector hotelero y turístico. Según Nieto Mejía et al. (2020), la gastronomía tiene el potencial de convertirse en un atractivo turístico cultural, ya que transmite conocimientos culinarios que refuerzan la identidad ancestral de las comunidades. La gastronomía turística no solo tiene un impacto positivo en la economía, sino que también fomenta la valoración de productos originarios y la apropiación del patrimonio inmaterial. Por esta razón, el arte culinario se convierte en un instrumento de conectar personas y su cultura.

Por otra parte, la cocina actual se enfrenta al desafío de ser sustentable y saludable. Las "12 eses" de la gastronomía saludable, que abarcan la salud, el sabor y la sostenibilidad, entre otras consideraciones, son propuestas de Aranceta-Bartrina (2023). Esta visión pretende cambiar los hábitos de alimentación hacia costumbres más responsables con la salud pública y el medio ambiente. En este contexto, la gastronomía tiene que ir más allá de satisfacer el gusto; debe, además, favorecer la salud integral de los seres humanos y mantener el equilibrio ecológico del mundo.

1.2.2. Producto gastronómico

Un producto culinario es una invención gastronómica que representa la identidad, cultura y tradición de un área o comunidad. No se restringe a un plato en particular, sino que engloba técnicas, ingredientes, historia y contexto social. De acuerdo con Montecinos Torres (2022), un producto gastronómico es un elemento de un sistema que une patrimonio cultural, turístico y natural, el cual se presenta en la forma de rutas, festivales o experiencias culinarias. Su

importancia reside en la habilidad para comunicar autenticidad y crear experiencias sensoriales de gran importancia tanto para los visitantes como para los residentes.

En el ámbito hotelero y turístico, el producto gastronómico se vuelve una herramienta estratégica para atraer turistas y fomentar la evolución a nivel local. Acosta Chongo et al. (2022) establece que la gastronomía tradicional es cada vez más valorada como patrimonio cultural inmaterial y que su degustación constituye una experiencia a nivel de los sentidos y cultural. Este tipo de producto hace posible distinguir destinos turísticos, promover la sostenibilidad a través de la utilización de ingredientes locales y métodos tradicionales, y robustecer la identidad regional. De este modo, la gastronomía se convierte en un instrumento para promover el territorio.

Asimismo, el producto gastronómico tiene el potencial de ser una herramienta para la innovación en términos sociales. Según Mejía-Rivas y Guiomar (2021), la gastronomía posibilita que se produzcan transformaciones en las costumbres alimentarias y fomenta la seguridad en cuanto a alimentos. Los productos gastronómicos contemporáneos introducen valores éticos, sostenibles y saludables para cumplir con las exigencias de los consumidores conscientes.

Tabla 1

Bebidas tradicionales del Ecuador

Bebidas	Descripción
tradicionales	
Canelazo	Bebida caliente típica de la sierra ecuatoriana preparada con agua, canela, panela, jugo de naranjilla y aguardiente; consumida en festividades y ambiente frío.
Colada	Bebida espesa de color morado elaborada con harina de maíz morado o negro,
Morada	frutas, especias y hierbas aromáticas; asociada con la festividad del Día de los Difuntos.

Colada de Avena	Bebida preparada con avena, fruta (como naranjilla), panela y canela; se sirve caliente o fría, muy común en hogares y restaurantes.
Horchata	Infusión tradicional de la provincia de Loja hecha con hierbas y flores aromáticas (manzanilla, cedrón, etc.), puede servirse fría o caliente; atribuidas propiedades curativas.
Guayusa	Infusión de hojas nativas de la Amazonía ecuatoriana utilizada tradicionalmente por comunidades indígenas como estimulante natural, símbolo de identidad amazónica.
Guarapo	Extracto de caña de azúcar fermentado al cual a veces se añade licor; bebida artesanal refrescante popular en diversas regiones del país.
Jucho	Bebida típica de la Sierra central del Ecuador (provincia de Tungurahua, Chimborazo), elaborada con frutas como capulí, durazno, especias y consumida en rituales de la cosecha.
Chicha de Jora	Bebida ancestral fermentada a base de maíz “jora” (maíz germinado) y especias, consumida tradicionalmente por comunidades indígenas de la Sierra ecuatoriana.
Morocho	Bebida tradicional a base de maíz blanco duro, leche, azúcar y canela, de consistencia espesa, que se acompaña con empanadas de viento en Quito y otros lugares.
Mistela	Bebida digestiva que se consume tras el almuerzo; elaborada con frutas o cáscaras de frutas, hierbas y licor. Tours in Ecuador and Galápagos

Nota: Elaboración propia a partir de Prolipa (2020) y Ecuaventours (2022).

1.2.3. Origen e historia del canelazo

La bebida caliente tradicional como el canelazo es muy conocida en los países de Ecuador, Perú y Colombia. Se remonta a la época colonial su origen, cuando se consumía una

mezcla conocida como "agua gloriada", que contenía canela, azúcar y agua caliente. Esta receta cambió con el tiempo al añadir aguardiente, lo que llevó a la creación del canelazo contemporáneo (Gómez Jurado, 2024). Esta bebida se transformó en un emblema de resistencia al frío andino y en una manifestación cultural con raíces profundas en las festividades populares, sobre todo en Quito, donde está vinculada a los festejos de diciembre.

En los años 60 y 70 en la ciudad de Quito, se consideró al canelazo como una bebida tradicional en el mismo instante que la ciudad fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. Desde ese entonces, su popularidad y consumo fue conectado a las fiestas tradicionales de Quito, donde acompaña a su gastronomía típica como el locro y el hornado (Ramírez, 2024). Esta bebida caliente, es reconfortante en las fiestas y rituales que las personas se unen con la música, la tradición y el recuerdo grupal de la sierra de Ecuador.

El canelazo ha tomado una significación local en Manta, Manabí, al ser un símbolo de la identidad cultural. Las investigaciones más recientes resaltan su fabricación artesanal con componentes nutritivos y su participación en acontecimientos comunitarios como oraciones y velorios (Arroyo Zambrano & López Rivera, 2024). Además de sus ventajas para luchar contra el frío, se le reconoce su alto valor en términos de vitaminas y energía. Esta bebida ha pasado de sus orígenes modestos a ser una versión gourmet en restaurantes lujosos, conservando su esencia como emblema de la tradición andina y la hospitalidad.

1.2.4. Tipos de canelazos

La diversificación del canelazo ha dado lugar a múltiples variantes que reflejan la creatividad y adaptabilidad de la gastronomía local. Según García Mendoza (2022), las principales variaciones del canelazo en Portoviejo son:

Tabla 2

Tipos de canelazo

Canelazo	Descripción
Canelazo Tradicional	Elaborado con aguardiente de caña, canela, naranjilla y especias aromáticas
Canelazo de Maracuyá	Una adaptación costeña que incorpora la fruta tropical.
Canelazo gourmet	Receta premium incluida en restaurante de Quito: agua, naranjilla, manzana, canela, flores de jamaica, manzanilla, licor infusionado.
Canelazo de Piña	Variante que utiliza la piña local fermentada
Canelazo Especiado	Con adición de clavo de olor, pimienta dulce y anís estrellado.

Nota: Elaboración propia a partir de Jiménez 2023

La innovación gastronómica y regional del canelazo ecuatoriano, una bebida emblemática que va más allá de la mera mezcla de fruta, canela y aguardiente, queda demostrada en la Tabla 2. En su versión tradicional, se hace utilizando caña, canela, naranjilla y especias aromáticas, lo que representa el legado serrano de la nación. El canelazo gourmet, por ejemplo, incluye flores de manzanilla y jamaica en las propuestas gastronómicas de Quito (Jiménez, 2023), mientras que el canelazo de maracuyá o el de piña suman frutas tropicales, adecuándose a los gustos contemporáneos y costeros. En última instancia, el canelazo especiado incorpora toques de anís y clavo, lo que expande su perfil de sabor (Renards Gourmets, 2019).

Asimismo, las diferentes versiones del canelazo muestran la habilidad que tiene la gastronomía ecuatoriana de combinar identidad, innovación y territorialidad. En la región andina, esta bebida conserva su carácter ritual y comunitario, consumiéndose en festividades y noches frías como símbolo de hospitalidad y cohesión social (Ramírez, 2024). Por otro lado, la inclusión de frutas tropicales como piña o maracuyá en las regiones costeras y amazónicas no solo permite una mayor variedad de sabores, sino que también refleja la

capacidad de adaptación cultural del país ante las tendencias turísticas actuales. Estos nuevos enfoques aumentan el atractivo de la gastronomía nacional al incorporar como ejes centrales de desarrollo la sostenibilidad, la autenticidad y la experiencia sensorial (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

También, el canelazo gourmet muestra cómo se ha incorporado el patrimonio líquido a la alta cocina de Ecuador, en la que chefs urbanos reinterpretan los ingredientes tradicionales con métodos modernos. Esta revalorización de la gastronomía impulsa el turismo basado en experiencias, creando recorridos gastronómicos en Quito y otras urbes que la UNESCO ha nombrado como "Ciudades Creativas de la Gastronomía" (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2020). Consiguientemente, el canelazo se transforma en un medio cultural y económico que puede simbolizar la diversidad de los sentidos y de los símbolos del Ecuador, además de ser una bebida representativa (OMT, 2019).

1.2.5. El canelazo y su impacto económico en la ciudad de Portoviejo

El canelazo impacta económicamente a Portoviejo, principalmente el sector turístico y de la gastronomía al comercializar esta bebida y generar empleo y atracción de turistas, según Valencia (2022). Las nuevas modalidades de venta en las redes sociales o por entrega a domicilio también han mostrado resiliencia como emprendimientos productivos y de venta de canelazo, que han rendido económicamente, según estudios de Chaves-Macías, S. (2024). La producción de canelazo también implica la compra de ingredientes locales, conforme a agricultores y productores locales. De acuerdo con estudios de Valencia (2022) el desarrollo del canelazo también favoreció el crecimiento de pequeños restaurantes y de la oferta gastronómica de Portoviejo. De manera tal que la promoción del canelazo en eventos y fiestas locales ha atraído a visitantes que buscaban

conocer cultura y tradiciones de la ciudad, lo que a la vez ha servido al turismo y a la economía de Portoviejo. Por lo tanto, el canelazo no es únicamente una bebida tradicional, sino también un elemento más del desarrollo y sostenibilidad de la comunidad portovejense.

El canelazo promueve la iniciativa empresarial. Varios emprendimientos pequeños en Portoviejo han emergido en torno a la fabricación y comercialización de esta bebida. No solo estas iniciativas empresariales diversifican la economía local, sino que también fomentan la innovación en la exhibición y venta del canelazo.

Como innovación y estrategia, el canelazo fue situado en la “Región Mundial de la Gastronomía”, incrementó el valor gastronómico sostenible en la ciudad de Portoviejo. Además, situar al canelazo en las fiestas comunitarias y rutas gastronómicas, aumenta las permanencias de los turistas y estos gasten más de lo normal en restaurantes, hoteles, ferias y mercados locales, evidenciando un efecto positivo en la economía de las empresas turísticas de Portoviejo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024). Formalizar su cadena de valor posibilitará evaluar su aporte directo al PIB cantonal y fomentar programas de formación y certificación para los productores y los servidores gastronómicos, fortaleciendo el canelazo como un motor del desarrollo local (Flores, 2024).

1.2.6. El canelazo y su influencia cultural en la ciudad de Portoviejo.

Más allá de su valor culinario, el canelazo constituye un emblema de identidad y unidad cultural en Portoviejo. Su consumo en fiestas locales, ferias y reuniones de la comunidad demuestra que las prácticas colectivas que consolidan la memoria social se mantienen. En la cultura manabita, las bebidas tradicionales son expresiones de

hospitalidad, pertenencia y transmisión intergeneracional de saberes culinarios (Revista San Gregorio, 2025). Esta bebida caliente, que se prepara con caña local, canela y frutas autóctonas, conlleva una serie de ritos que representan un elemento de continuidad cultural, ya que refuerza la identidad territorial portovejense y el sentido de comunidad.

El canelazo, bebida tradicional ancestral ecuatoriana de aguardiente, canela y panela, a su vez ejerce un fuerte impacto cultural en el cantón Portoviejo, Ecuador. Esta bebida no solo es un símbolo de la identidad del lugar, sino que ocupa un papel estelar en la preservación de las tradiciones y de las costumbres de la región. Además, es el tesoro inmaterial de comunidades ha reverdecido porque el canelazo ha vuelto a ser el soberano en el emprendimiento gastronómico de la ciudad.

La colaboración entre personas innovadoras y cocineros de toda la vida para reinventar esta bebida muestra cómo el legado puede insertarse en los nuevos entornos turísticos y culturales. Según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2020), la gastronomía es un medio para comunicarse entre las personas y un instrumento para dar visibilidad a la cultura, esto ayuda a proteger las identidades grupales frente a la globalización.

Además, el canelazo es un elemento clave de las festividades y celebraciones locales. En especial las fiestas de San Pedro y San Pablo, y otras fiestas religiosas y comunitarias, el canelazo se sirve como una bebida representativa que une a la comunidad. Su preparación y el acto de tomarlo son acciones que estrechan las relaciones sociales y la identidad cultural de los portovejenses.

1.2.7. Influencia turística del canelazo en la ciudad de Portoviejo.

La innovación, gestión y la valorización del canelazo como patrimonio cultural y turístico han permitido que los emprendedores locales lo ubiquen en sus ofertas gastronómicas, constituyendo un soporte para la economía de la ciudad. La consideración y promoción de esta bebida como elemento de la oferta cultural ha sido considerada como una estrategia que es clave para el crecimiento del turismo gastronómico, el cual se ha incrementado luego que Portoviejo fuera reconocida como Ciudad Creativa en Gastronomía por la UNESCO, en 2019. Dicha distinción hace énfasis sobre el potencial de la gastronomía para revitalizar sectores económicos y por su capacidad de atraer la inversión turística, en el marco de la reconstrucción que debe realizar un lugar que tuvo que sobreponerse a desastres, como lo es el terremoto de 2016, el cual motivó la reactivación de iniciativas culturales y económicas en el centro histórico de la ciudad, refieren Cabrera et al. (2020).

Los estudios muestran la importancia de anexar productos tradicionales como el canelazo en rutas gastronómicas y en eventos culturales porque no solo enriquecen la experiencia del visitante, sino que también promueven el sentido de pertenencia y el orgullo por los habitantes del lugar, a la vez que potencia la sostenibilidad y el desarrollo del turismo cultural, haciendo del canelazo un símbolo material del legado manabita y un promotor de la cohesión social y económica, determinan Samaniego et al. (2023).

Finalmente, el canelazo no es sólo la expresión de la riqueza cultural de Portoviejo, sino que también entra a formar parte de la diversificación del turismo gastronómico. Su empleo en las estrategias turísticas locales ha permitido ser un catalizador para el desarrollo económico y cultural del cantón, constituyendo a Portoviejo como un destino atractivo para los visitantes que prefieren la gastronomía y la tradición.

1.2.8. Comercialización y promoción del canelazo en la ciudad de Portoviejo.

La comercialización y publicidad del canelazo, bebida representativa de la tradición ecuatoriana, va ganando protagonismo como instrumento para ayudar el turismo gastronómico y la economía de ciudades como Portoviejo. Esta bebida tradicional ancestral, que se elabora a partir de aguardiente, cítricos y especias, puede ser consumida en el marco de una celebración de fiestas, pero es también parte de la vida cotidiana de los ecuatorianos. Promocionarlo no es, sino insistir en sus raíces culturales, en su potencial para atraer turistas dispuestos a conocer algo que es singular y auténtico.

En la ciudad de Portoviejo, el canelazo ha sido incorporado a las rutas gastronómicas, a las ferias culturales y, en los restaurantes, a los menús. De esta forma, se ha posicionado como uno de los productos que se convierten en un atractivo dentro de la oferta turística de la ciudad. Esta aplicación no solo estimula el consumo interno, sino que lo proyecta hacia afuera, hacia otras provincias y ciudades en otros los países, imaginando vidas manabitas por hacer, que son también una forma de hacer un marketing de esta bebida, la marca canelazo; como también lo es el posicionamiento de los emprendedores locales como la presentación embotellada para la exportación, o la idea de los emprendedores locales como las presentaciones contemporáneas adaptadas al producto habitual, ya que lo ha establecido Samaniego et al. (2023).

Las estrategias de publicidad han incluido campañas en redes sociales, los operadores turísticos y la participación en eventos a nivel nacional e internacional. En estas acciones, el canelazo ha sido tratado desde un enfoque de doble vertiente, en tanto pone de relieve el valor cultural y al mismo tiempo el desarrollo sostenible; es decir, pone

de manifiesto la importancia de recordar las tradiciones y, a la vez, faenas de competitividad de otros mercados según Samaniego et al. (2023).

Investigaciones han promovido que la comercialización del canelazo no solo beneficia a los productores locales, sino que también revitaliza sectores como la agricultura y el turismo. Por ejemplo, al hacer uso de frutas cultivadas no sólo favorece la economía agrícola, sino que también goza de ser bien recordado entre los visitantes, lo cual incrementa el turismo hacia él. Pero con el fin de dar un mayor valor al producto, se recomienda también incrementar la inversión en calidad certificada y en la apertura de canales de distribución que incluyan al e-commerce según Cabrera et al. (2020).

Con esto también podemos concluir que el canal de comercialización y promoción del canelazo constituye un modelo exitoso de cómo un producto tradicional puede ser motor del desarrollo cultural, económico y turístico. La mezcla de innovación y respeto por las tradiciones culturales parece haber cumplido con los propósitos de su comercialización en Portoviejo y más.

CAPITULO II: METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de la investigación

El presente estudio de investigación se desarrollará en base una metodología mixta que une los métodos cuantitativos y cualitativos. Se manipulará una encuesta y entrevistas a las personas que venden y consumen el canelazo en fiestas comunitarias y rutas gastronómicas en la

ciudad de Portoviejo. Se apoyará en revisiones académicas sobre el tema de investigación, haciendo énfasis en su parte económica y cultural que tiene esta bebida caliente en la ciudad de Portoviejo. Es una investigación no experimental, donde las variables no fueron manipuladas, sino que se examinaron y observaron en su entorno natural.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2023) sostienen que el enfoque mixto permite entrelazar datos numéricos y relatos, esto posibilita validar cruzadamente resultados. Además, la investigación es descriptiva y no experimental, pues se centra en perfilar las dimensiones económicas y culturales del canelazo sin alterar variables, pero, observando su desenvolvimiento en ambientes reales. En consecuencia, el estudio pretende mostrar patrones, percepciones y vínculos, proporcionando información empírica provechosa para la organización turística y cultural del cantón Portoviejo.

2.2. Métodos

El método alinea procedimientos descriptivos, bibliográficos y analíticos, el cual caracterizan fenómenos sin manipular variables, análisis bibliográfico de documentos académicos e institucionales como soporte teórico, interpretación de dimensiones culturales y económicas, utilizando análisis descriptivos y temático (Sabino, 2018; Hernández-Sampieri & Mendoza, 2023).

El método descriptivo se utiliza para describir las particularidades, conductas y dinámicas del fenómeno estudiado, que en este caso son los impactos culturales y económicos del canelazo en Portoviejo. A través de este método se pueden observar y documentar sucesos tal como suceden, sin alterar las variables, para mostrar su estructura y sus relaciones internas (Arias, 2020). Su objetivo es representar la realidad con exactitud, reconociendo las pautas de consumo, los hábitos culturales y las actividades productivas vinculadas a la bebida.

El método bibliográfico se enfoca en revisar de manera sistemática fuentes académicas, institucionales y documentales acerca de la cultura alimentaria, el turismo gastronómico y los impactos socioeconómicos. Este método, según afirma Sabino (2018), es el fundamento teórico del estudio, porque posibilita respaldar conceptualmente la investigación, comparar puntos de vista anteriores y establecer el marco teórico con información verificada y actual.

Por su parte, el método analítico implica descomponer el fenómeno en sus componentes económicos y culturales para examinar las relaciones entre ellos. Este método permite el análisis comparativo entre consumo, empleo, ingresos y prácticas identitarias con la finalidad de entender cómo el canelazo funciona a la vez como recurso cultural y económico (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2023). Estos métodos, en su totalidad, permiten un enfoque completo del fenómeno, lo cual robustece la validez científica de la investigación y su importancia para el desarrollo sostenible y cultural del cantón Portoviejo.

2.3. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e instrumentos utilizados en este estudio se justifican por su coherencia con el enfoque mixto y el carácter descriptivo y no experimental de la investigación. En la parte cuantitativa, la encuesta estructurada y su instrumento el cuestionario se utilizan para tener datos medibles y verificables sobre el impacto económico del canelazo, tales como periodicidad de consumo, niveles de venta, precios promedio y generación de empleo. Estas técnicas permiten cuantificar tendencias y comportamientos de los actores involucrados, garantizando objetividad y replicabilidad en la recolección de información (Arias, 2020).

En la parte cualitativa, la entrevista semiestructurada y su correspondiente lista de preguntas abiertas facilitan la comprensión del impacto cultural del canelazo desde la perspectiva de productores, consumidores y gestores turísticos. Según Hernández-Sampieri y Mendoza

(2023), esta técnica da la oportunidad de acceder al significado social y simbólico de los fenómenos con la información estadística. Donde, la combinación de ambas herramientas asegura una visión integral del fenómeno, permitiendo interpretar la dualidad económica y cultural del canelazo en Portoviejo con rigor metodológico, validez empírica y profundidad interpretativa.

El instrumento tiene **trece preguntas cerradas**, establecidas de forma clara y comprensible, distribuidos en tres dimensiones: (1) *Impacto Económico* (2) *Impacto Cultural*, y (3) *Impacto Turístico*. Cada pregunta se evaluó mediante una **escala de Likert de cinco puntos**, donde 1 significa “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”.

La técnica se aplicó a personas que producen, comercializan y consumen el canelazo en la ciudad de Portoviejo, en cambio el instrumento que se empleó fue a dueños de locales gastronómicos, productores y consumidores comunitarios.

La validez de la información dependió del conocimiento y experiencia de las personas a quien se le aplicó la encuesta. Por esta razón, la selección de estos tres grupos garantiza diversidad de perspectivas y representatividad funcional dentro del ecosistema gastronómico y cultural de Portoviejo (Arias, 2020).

- **Encuesta a comerciantes, productores y consumidores del canelazo.**

Instrucciones: Marque la opción que mejor represente el impacto económico, cultural y turístico del canelazo en la ciudad de Portoviejo.

Confidencialidad: La información proporcionada será tratada con estricta confidencialidad y utilizada únicamente con fines académicos.

Indicaciones: Marque con una "X" la opción que mejor represente su nivel de acuerdo con cada afirmación.

Este instrumento está organizado en tres dimensiones: económica, cultural y turística, cada una con cuatro preguntas. Las respuestas se miden en una escala de 5 puntos que evalúa el grado de acuerdo o frecuencia de percepción:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. Edad:

☐ Menos de 18 años

☐ 18-29 años

☐ 30-44 años

☐ 45-59 años

☐ 60 años o más

2. Género:

☐ Femenino

☐ Masculino

☐ Otro

3. Ocupación:

☐ Estudiante

☐ Ama de casa

☐ Trabajador/a independiente

☐ Empleado/a

☐ Desempleado/a

☐ Otro (especificar): _____

4. ¿Con qué periodicidad consume el canelazo en Portoviejo?

☐ Todos los días

☐ Varias veces por semana

☐ Una vez por semana

☐ Dos o tres veces al mes

☐ Ocasionalmente

Escala: 1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

Dimensión 1: Impacto económico					
---------------------------------------	--	--	--	--	--

1. ¿Cree usted que el canelazo contribuye al incremento de las ventas en establecimientos gastronómicos de Portoviejo?					
2. ¿Está de acuerdo en que la producción y venta del canelazo genera empleo directo o indirecto en el cantón?					
3. La elaboración del canelazo impulsa la demanda de productos agrícolas locales (naranjilla, canela, panela, aguardiente).					
4. La comercialización del canelazo ha fortalecido la economía gastronómica del cantón Portoviejo					
5. ¿Cree usted que el precio promedio del canelazo es accesible para el consumidor?					
Dimensión 2: Impacto cultural					
6. ¿Piensa usted que el canelazo forma parte de las tradiciones culturales y festivas del cantón Portoviejo?					

7. La preparación y consumo del canelazo contribuyen a preservar las costumbres locales.					
8. Los jóvenes portovejenses reconocen el canelazo como una bebida típica de identidad local.					
9. Las actividades culturales del cantón (ferias, festivales, eventos) incluyen la promoción del canelazo.					
Dimensión 3: Impacto Turístico					
10. El canelazo es percibido por los turistas como una bebida tradicional representativa de Portoviejo.					
11. La oferta del canelazo en bares y restaurantes mejora la experiencia turística del visitante.					
12. El canelazo contribuye al posicionamiento de Portoviejo como destino gastronómico nacional.					
13. La promoción del canelazo podría aumentar la llegada de turistas					

interesados en experiencias culturales					
---	--	--	--	--	--

Documento de entrevista aplicada a productores y gestores turísticos del canelazo en la ciudad de Portoviejo.

Objetivo: Recopilar información cualitativa y contextual sobre la importancia económica, cultural y turística del canelazo en el desarrollo local del cantón Portoviejo.

Preguntas:

1. ¿Cómo describiría la importancia del canelazo dentro de la identidad gastronómica y cultural de Portoviejo?
2. Desde su experiencia, ¿qué papel cumple el canelazo en la generación de ingresos o sostenimiento económico de su actividad?
3. ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrentan los productores o vendedores del canelazo en Portoviejo?
4. ¿Qué estrategias utilizan para mantener la autenticidad y calidad del producto frente a la competencia o la estandarización comercial?
5. ¿Cómo perciben los turistas nacionales y extranjeros el canelazo como bebida tradicional?
6. ¿Qué impacto tienen las ferias, festivales o eventos gastronómicos en la difusión del canelazo dentro del cantón?
7. ¿De qué manera la producción del canelazo contribuye a fortalecer la cultura local y las relaciones comunitarias?

2.4. Población y muestra

La población que están relacionados con el ecosistema turístico y gastronómico del cantón Portoviejo, especialmente los que tienen relación con la producción, venta y consumo de canelazo, conforman la población objetivo. Este conjunto comprende a los dueños y empleados de restaurantes, cafeterías, bares temáticos, fabricantes de aguardiente artesanal, distribuidores de frutas locales y clientes frecuentes. La cantidad de establecimientos activos en el sector gastronómico formal y semiformal del cantón es de alrededor de 1.200, según la información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo (2023) y el Ministerio de Turismo del Ecuador (2024). Esta cifra se considera como la población total (N).

Para determinar el tamaño de la muestra (n) se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas, comúnmente utilizada en estudios descriptivos (Arias, 2020; Hernández-Sampieri & Mendoza, 2023):

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

Donde:

- N = tamaño de la población (1.200)
- Z = valor de confianza (1,96, equivalente al 95 %)
- p = probabilidad de éxito (0,5)
- q = 1 – p = (0,5)
- E = margen de error permitido (0,08)

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{1200(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.08)^2(1200 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 137$$

Consiguientemente, el tamaño muestral estimado es de **137 participantes**, número que asegura representatividad estadística con un nivel de confianza del 95 % y un error máximo del 8 %.

La muestra final estará constituida por 137 sujetos, divididos en tres categorías: productores, comerciantes o restauradores y clientes. Asimismo, se añadirán varias entrevistas semiestructuradas a actores fundamentales (productores y gestores gastronómicos), lo que posibilitará fusionar el análisis cualitativo y cuantitativo en la perspectiva mixta del estudio. Esta combinación mejora la confiabilidad de los resultados y posibilita entender a fondo las repercusiones culturales y económicas del canelazo en Portoviejo.

CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de la encuesta sobre impacto económico, cultural y turístico del canelazo en la ciudad de Portoviejo.

Figura 3

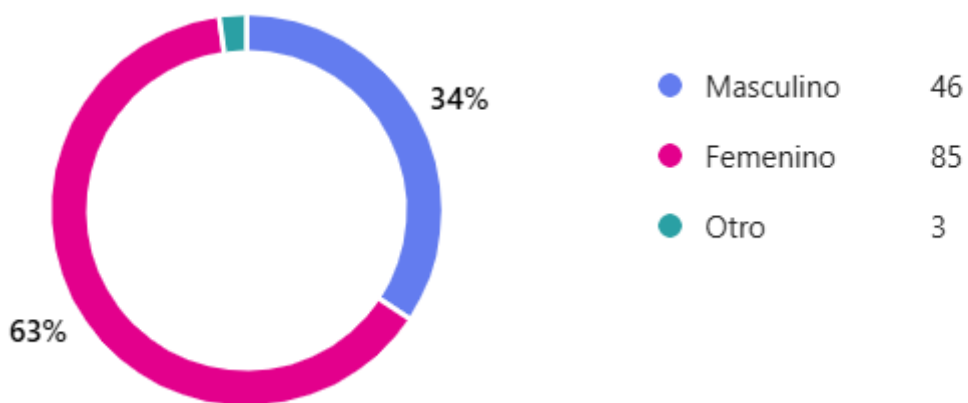
Edad



El gráfico muestra que el 69% de los participantes son jóvenes entre 18 y 29 años, lo que indica que el consumo y la valoración del canelazo en Portoviejo durante 2024 se enfocan sobre todo en este grupo. Este predominio indica que la bebida ha conseguido establecerse con fuerza en las dinámicas culturales de los jóvenes, impactando tanto su presencia en actividades locales como su demanda económica. Aunque los grupos de 30 a 44 años (16%) y de 45 a 59 años (9%) tienen una participación importante, esta es inferior; por otro lado, en los extremos etarios la incidencia es baja. Esta distribución posibilita deducir que hay un mercado joven fuerte y con capacidad de crecer.

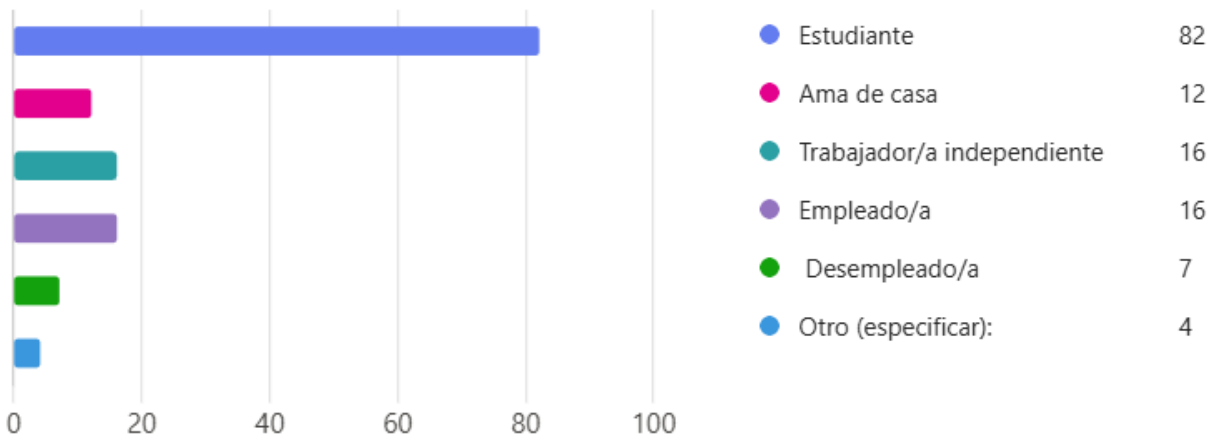
Figura 4

Género



El gráfico indica que, en 2024, el consumo y la percepción del canelazo en Portoviejo están dominados por las mujeres con un 63% de respuestas. Este hallazgo indica que las mujeres son el grupo de consumidores más importante y, por lo tanto, un público esencial para las estrategias comerciales y culturales vinculadas a la bebida. El 34% pertenece a participantes hombres, lo que también demuestra un interés importante en este grupo. Por otra parte, la categoría "otro", con un 3%, muestra una participación pequeña pero significativa para entender la diversidad de los consumidores. Esta distribución respalda la creación de acciones inclusivas y que siguen una perspectiva de género.

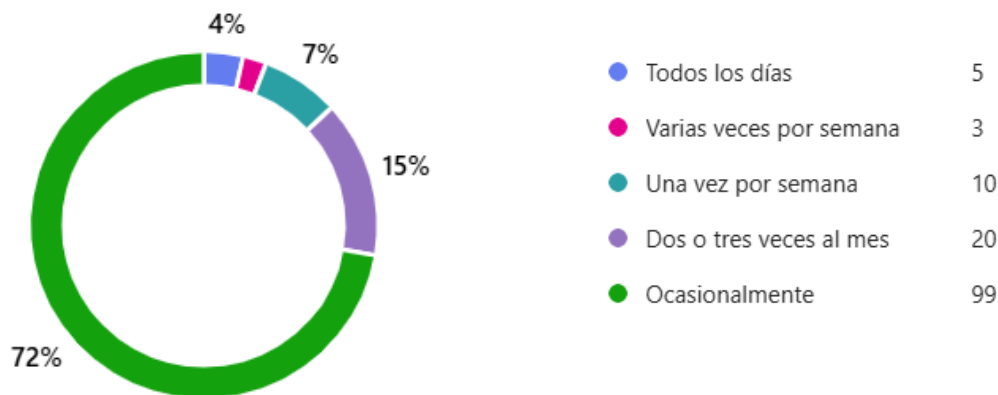
Figura 5
Ocupación



Según lo que muestra el gráfico, los alumnos son la población más importante en cuanto a la percepción y al consumo del canelazo en Portoviejo. Con 82 participantes, se hace evidente su rol como público esencial en la dinámica cultural y económica de esta bebida típica. A continuación, se encuentran los empleados y los trabajadores independientes, con 16 encuestados cada uno, lo que demuestra una participación balanceada entre sectores de trabajo informales y formales. Las empleadas del hogar (12) y los individuos que no tienen trabajo (7) muestran una incidencia más baja, en tanto que la categoría "otro" solo incluye 4 casos. Estos hallazgos posibilitan la identificación de perfiles sociolaborales relevantes para las estrategias promocionales futuras.

Figura 6

Periodicidad de consumo

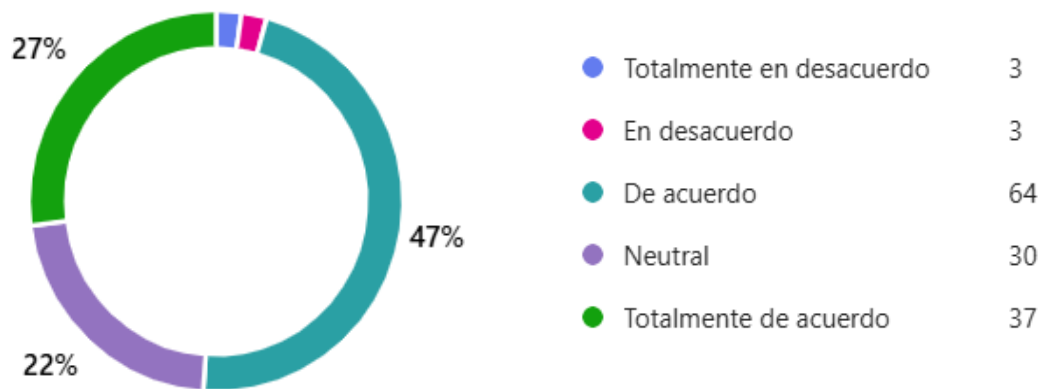


El gráfico ilustra que, en Portoviejo, el consumo de canelazo en 2024 se distingue por ser mayormente ocasional, lo cual representa el 72% de las respuestas. Este dato indica que la bebida conserva una presencia cultural importante, a pesar de no ser parte del consumo cotidiano de la población. Un 15% afirma que la consume de dos a tres veces al mes, mientras que solo pequeños grupos reportan frecuencias más elevadas: semanalmente (7%), varias veces por semana (3%) y a diario (4%). Esta distribución muestra que el canelazo está más asociado a

situaciones concretas o contextos de festividad, lo cual afecta su demanda económica y su lugar en la cultura.

Figura 7

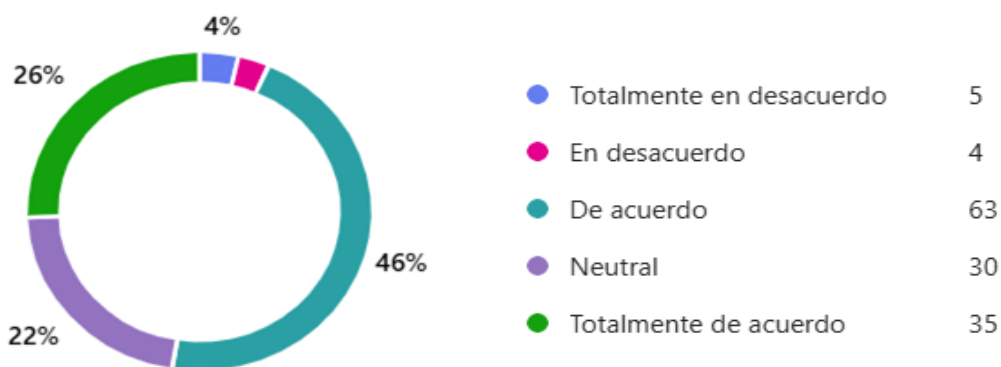
Incremento de ventas



La evidencia es clara desde el punto de vista estadístico y hotelero: del total de 137 respuestas, el 73,7% (64 "de acuerdo" y 37 "totalmente de acuerdo") considera que las ventas del canelazo aumentarán en el año 2024; en contraste, solo un 4,4% se muestra en desacuerdo y un 21,9% está neutral. Este sesgo positivo indica que existe un impacto económico importante, probablemente vinculado con acontecimientos culturales, métodos de promoción y patrones de turismo nacional. En Portoviejo, el canelazo funciona como un producto de identidad que estimula el consumo complementario (experiencias nocturnas, música local, bocadillos) y aumenta el valor promedio.

Figura 8

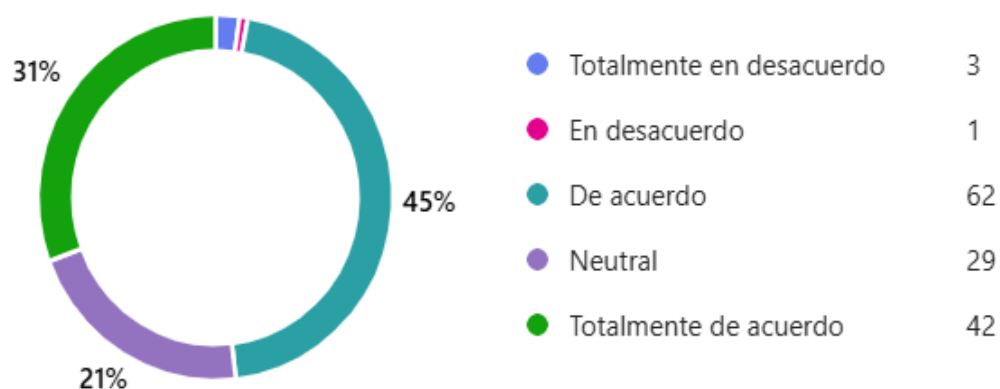
Producción y venta del canelazo, genera empleo en Portoviejo.



El gráfico muestra la percepción sobre la generación de empleo de la producción y venta del canelazo en Portoviejo durante 2024. Un 46% de los encuestados está de acuerdo y un 26% está totalmente de acuerdo, lo que da un total de 72% que reconoce el efecto laboral causado del mismo. Por otro lado, el 22% ni está de acuerdo ni en desacuerdo con esta afirmación, un porcentaje que indica dudas, mientras que solo el 4% afirma no tener este efecto del producto (5 totalmente en desacuerdo y 4 en desacuerdo). Estos datos permiten inferir que el canelazo más allá de ser un producto cultural es también promotor de empleo en el área al dinamizar la economía local gastronómica y turística.

Figura 9

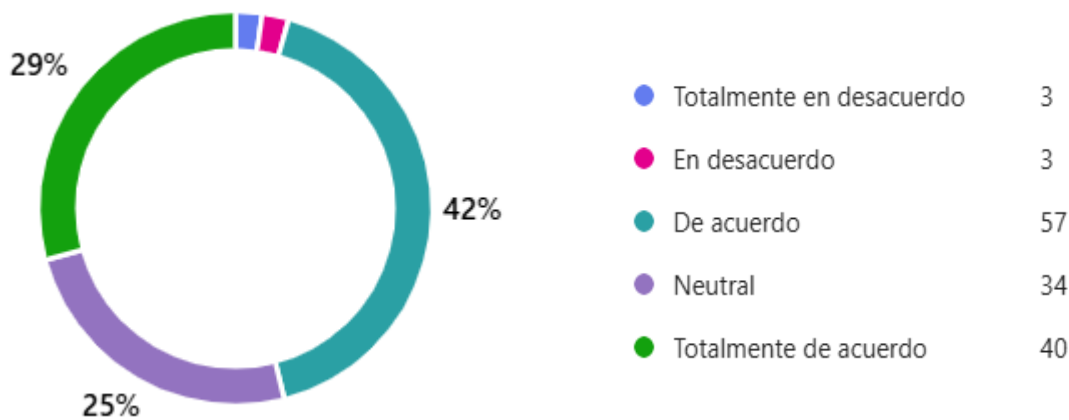
Impulsa la demanda de productos agrícolas.



El gráfico a continuación muestra la percepción del canelazo en cuanto a la demanda de productos agrícolas en Portoviejo en 2024: el 45% de la población consultada estuvo de acuerdo y el 31% estuvo totalmente de acuerdo, lo que da un total de 76% que está de acuerdo en el que afecta positivamente al consumo de productos agrícolas. Un 21% es neutral, lo que representa cierta falta de información o indiferencia y solo un 3% está en desacuerdo. Con respecto a los resultados, podemos inferir que la producción de canelazo apoya la cadena de valor agroalimentaria al aumentar la demanda de insumos como caña, frutas y especias; por lo tanto, impulsa el desarrollo económico local y la sostenibilidad rural.

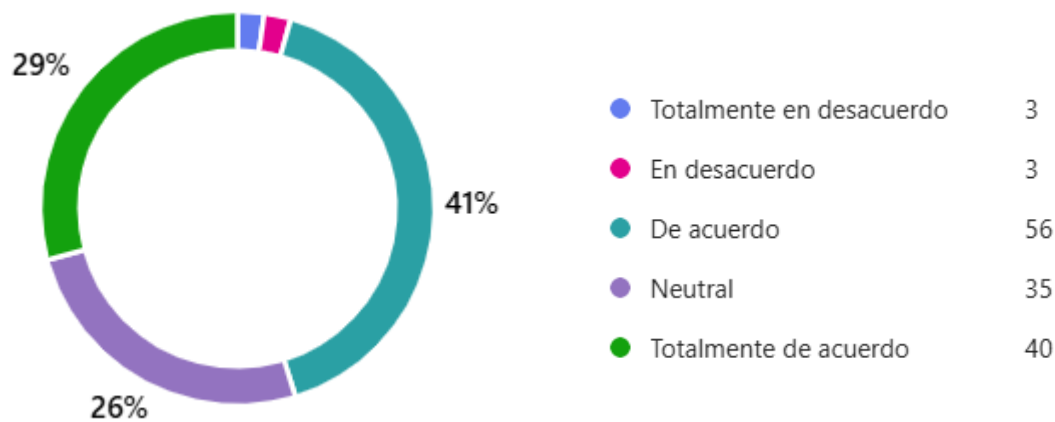
Figura 10

La comercialización del canelazo ha fortalecido la economía de Portoviejo.



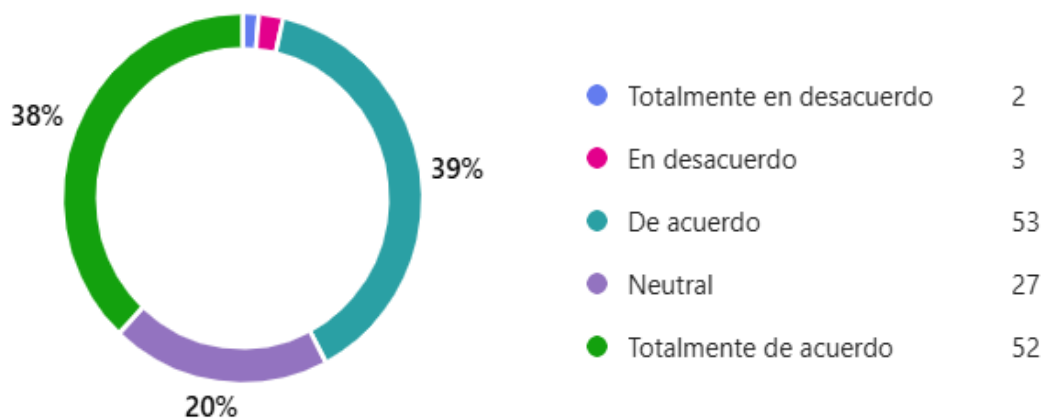
El gráfico muestra la percepción sobre el impacto económico de la comercialización del canelazo en Portoviejo durante 2024. Un 42% de los encuestados está de acuerdo y un 29% totalmente de acuerdo, lo que suma un 71% que reconoce su contribución positiva a la economía local. El 25% se mantiene neutral, reflejando cierta falta de certeza, mientras que sólo un 4% (3 en desacuerdo y 3 totalmente en desacuerdo) considera que no ha generado beneficios. Estos resultados evidencian que el canelazo no solo es un producto cultural, sino también un factor clave en la dinamización comercial, fortaleciendo el turismo y la gastronomía regional.

Figura 11
Precio promedio del canelazo



El gráfico ilustra cómo se percibía el precio medio del canelazo en Portoviejo a lo largo de 2024. El precio fijado es considerado completamente apropiado por el 29% de los encuestados, mientras que un 41% está conforme con él. No obstante, un 26% mantiene una posición neutral, lo que sugiere cierta falta de información o indiferencia. Las opiniones desfavorables son escasas, con solamente un 6% entre "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo". Estos hallazgos muestran que el canelazo es aceptado de manera general, lo cual sugiere una estabilidad en su venta y una impresión favorable que contribuye a su efecto cultural y económico en la zona.

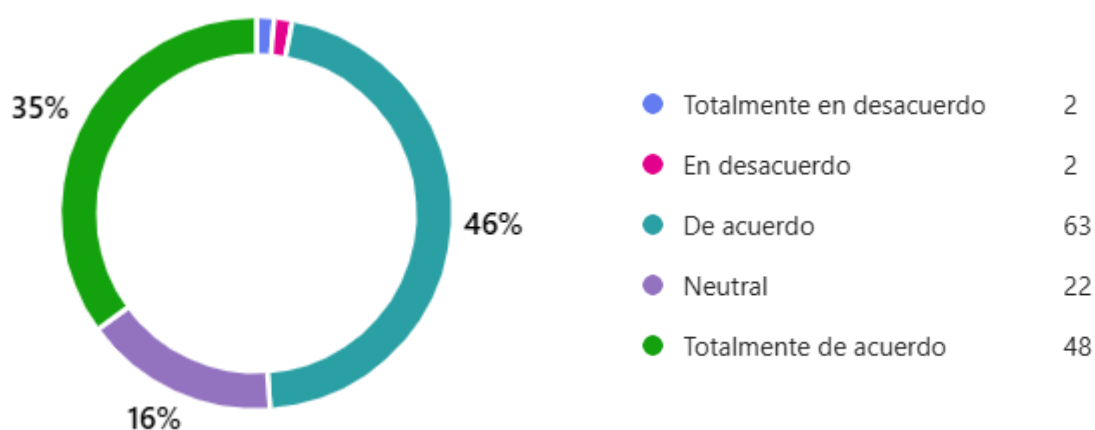
Figura 12
El canelazo forma parte de las tradiciones culturales y festivales de Portoviejo.



El gráfico muestra que el canelazo está fuertemente relacionado con las festividades y las tradiciones culturales de Portoviejo. Esta afirmación cuenta con el apoyo de un 39% de los encuestados y con la aprobación total de un 38%, lo que es una mayoría importante que reconoce su valor cultural. En contraste, el 20% mantiene una postura neutral, quizás debido a que no conocen o no han participado en estas festividades; solo el 5% manifiesta desacuerdo. Estos hallazgos muestran que el canelazo, además de ser una bebida tradicional, es un componente identitario que robustece la propuesta turística y la conservación cultural del cantón.

Figura 13

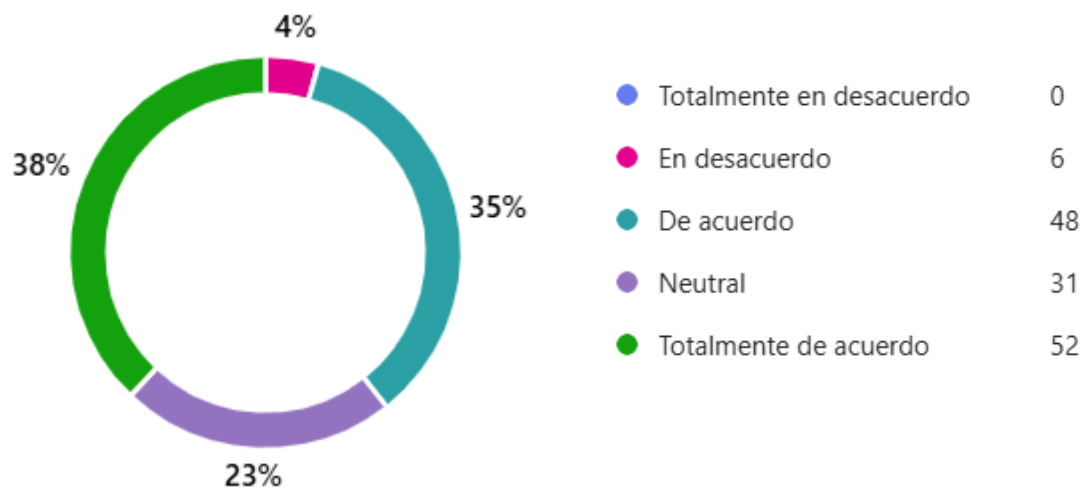
La preparación y consumo del canelazo



En Portoviejo, el canelazo es muy aceptado, según lo demuestra el gráfico. El 35% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 46% está de acuerdo, lo que demuestra que esta bebida tiene una presencia relevante en la vida diaria y en las actividades locales. Un 16% es neutral, y las opiniones negativas son muy pocas (4% en total), lo que demuestra una resistencia cultural baja. Estos hallazgos indican que el canelazo es un elemento que, además de ser una costumbre culinaria tradicional, fortalece la identidad regional y ayuda a que el cantón crezca en términos turísticos y económicos.

Figura 14

Los jóvenes portovejenses reconocen el canelazo

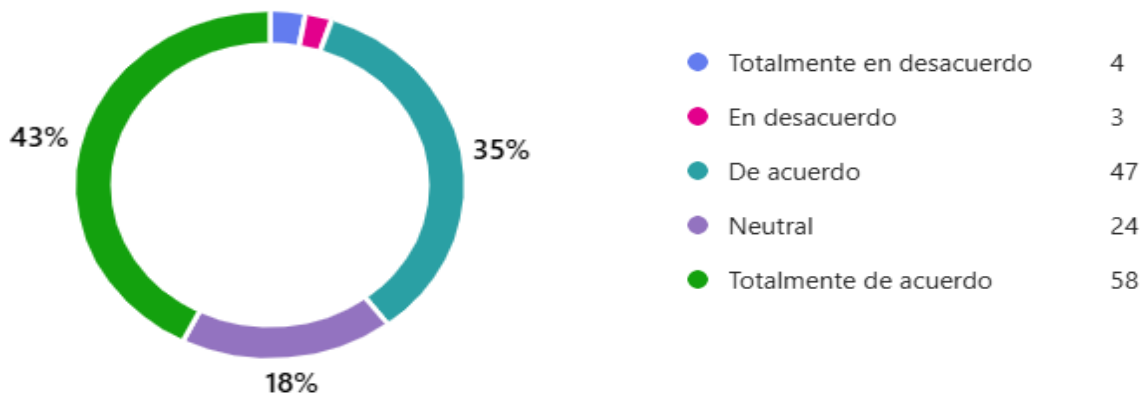


El gráfico demuestra que los jóvenes de Portoviejo identifican el canelazo como un componente importante de su identidad cultural. El 38% está completamente de acuerdo y el 35% concuerda, lo que equivale a una mayoría importante que respalda su presencia en la tradición local. El 23% mantiene una posición neutral, probablemente porque no participa en eventos donde se consume esta bebida, y solo un 4% muestra desacuerdo, lo que indica una resistencia mínima. Estos hallazgos indican que el canelazo es apreciado y conocido no solo por

las generaciones pasadas, sino también por las presentes, lo cual asegura su continuidad y potencialidad como atractivo económico y turístico.

Figura 15

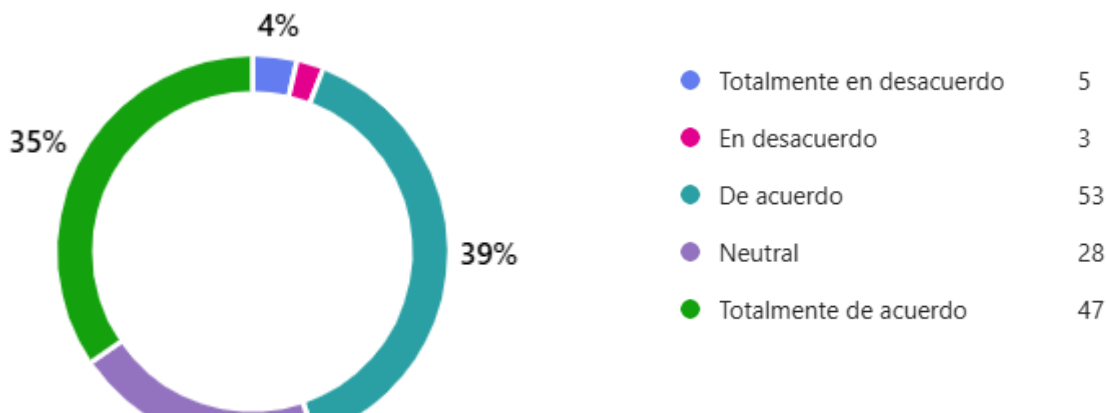
Las festividades de Portoviejo promocionan el canelazo



Las festividades de Portoviejo, según el gráfico, desempeñan un rol relevante en la promoción del canelazo. Esta bebida se incorpora de manera importante en los acontecimientos culturales del cantón, ya que un 43% de los encuestados está completamente de acuerdo con esto y un 35% está de acuerdo. El 18% mantiene una posición neutral, probablemente por ignorancia sobre estas prácticas, mientras que solamente un 7% expresa desacuerdo, lo cual indica una oposición mínima. Estos hallazgos demuestran que el canelazo no es únicamente una costumbre culinaria, sino también un instrumento cultural que refuerza la identidad local y crea posibilidades de desarrollo para la economía regional y el turismo.

Figura 16

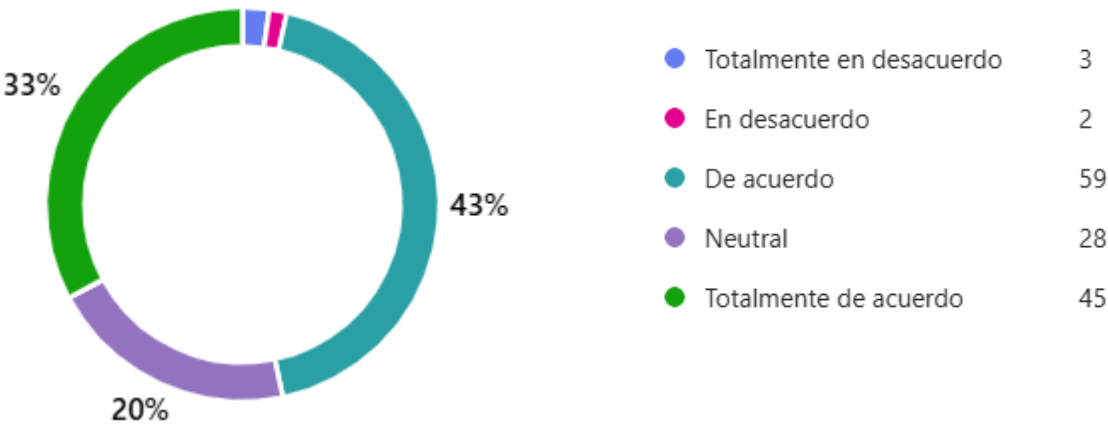
Los turistas consideran al canelazo como una bebida tradicional



El gráfico muestra que el canelazo tiene un sólido vínculo cultural entre los visitantes del cantón Portoviejo en 2024. La mayor parte de los turistas lo identifica como una bebida autóctona, con un 39% que está conforme y un 35% que está completamente de acuerdo, lo cual revela una apreciación favorable del producto local. Mientras que un 21% se mantiene neutral, solo un 4% manifiesta desacuerdo. Estos resultados indican que el canelazo no solo afianza la identidad cultural del lugar, sino que además se convierte en una oportunidad estratégica para la industria de hoteles y restaurantes al potenciar experiencias genuinas con un impacto económico positivo.

Figura 17

La oferta del canelazo en bares y restaurantes mejora la experiencia

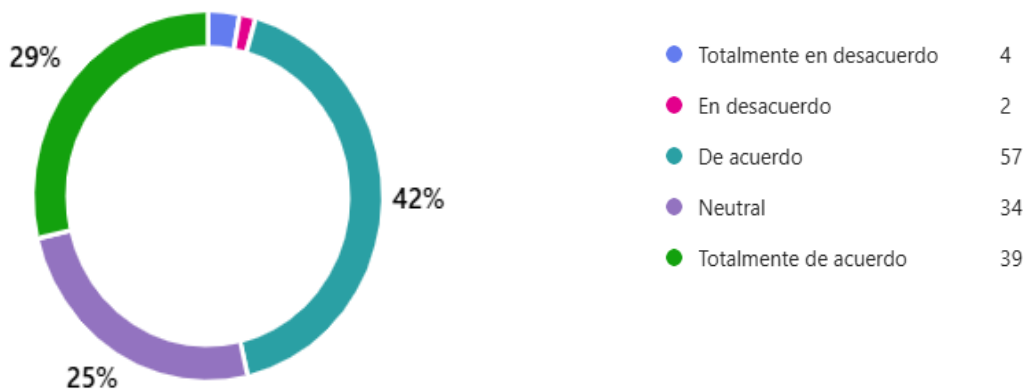


El gráfico muestra que la oferta de canelazo en bares y restaurantes de Portoviejo contribuye significativamente a mejorar la experiencia del visitante durante 2024. Un 43% de los

encuestados manifiesta estar de acuerdo y un 33% totalmente de acuerdo, lo que evidencia una alta aceptación de esta bebida dentro de los servicios gastronómicos locales. Solo un 5% expresa desacuerdo, mientras que un 20% mantiene una postura neutral. Estos resultados sugieren que incorporar el canelazo en la carta no solo enriquece la autenticidad cultural del destino, sino que también genera valor agregado para el sector hotelero y gastronómico, fortaleciendo la competitividad del cantón.

Figura 18

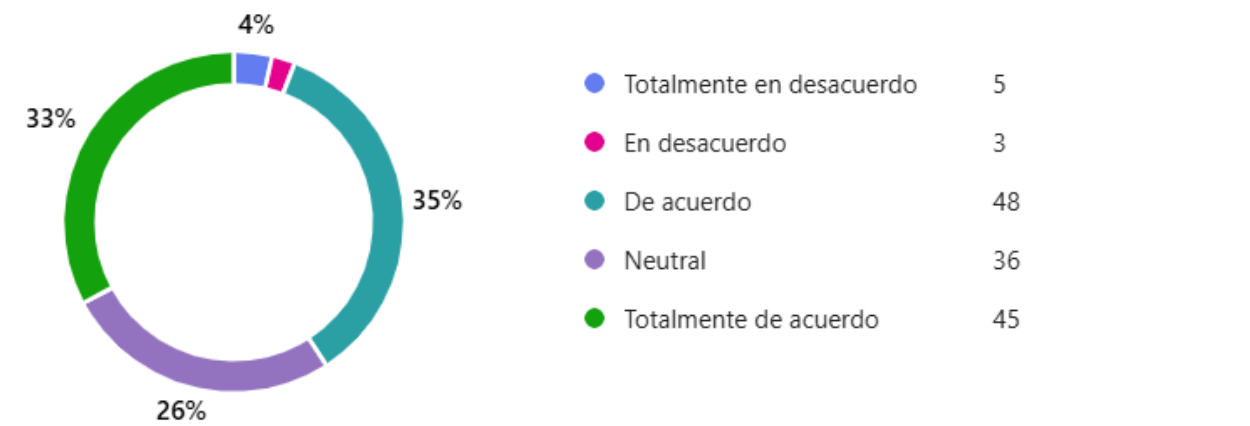
El canelazo contribuye a la gastronomía en Portoviejo.



El gráfico demuestra que el canelazo es muy aceptado en la gastronomía de Portoviejo, lo cual muestra su importancia cultural y económica en 2024. El 29% de los encuestados está completamente de acuerdo en que esta bebida añade valor al patrimonio culinario local, y el 42% restante concuerda con la afirmación, lo cual establece una percepción positiva mayoritaria. El 25% mantiene una posición neutral, lo cual indica que hay posibilidades de mejorar su difusión y consumo. Solo un 6% muestra disconformidad en diferentes grados, lo que indica una resistencia mínima. El canelazo, como un componente que distingue a la oferta gastronómica de Portoviejo, tiene un gran potencial, según estos hallazgos.

Figura 19

La promoción del canelazo aumenta la llegada de turistas



El gráfico indica que se considera la promoción del canelazo como un elemento importante para estimular el turismo en Portoviejo en 2024. Un 35% de los participantes en la encuesta concordó con esta afirmación y un 33% mostró total acuerdo, lo que demuestra que la mayor parte reconoce el potencial turístico de esta bebida tradicional. Un 26% se mantiene neutro, lo que señala que todavía hay un sector que necesita una mayor sensibilización acerca de su valor cultural. Un 7% solamente manifiesta desacuerdo en varios niveles, lo cual muestra una oposición mínima. Estos hallazgos resaltan al canelazo como una opción emergente en la oferta turística local.

3.2. Resultados de las entrevistas a productores y gestores turísticos

Tabla 3

Entrevistas realizadas en varios mercados del cantón Portoviejo (Plaza central, Mercado San Pablo y Picoazá).

	Productor 1	Productor 2	Productor 3	Gestor Turístico 1	Gestor Turístico 2	Gestor Turístico 3
1. Importancia cultural	El canelazo es parte de nuestra costumbre, lo hacemos desde	Es una bebida que nos	Para nosotros es tradición, no	Llama la atención del	Porque cuenta la historia de nuestra tierra.	Es una bebida que muestra quiénes somos.

	que éramos niños.	identifica como portovejenses.	se puede perder.	turista porque es típico.		
2. Papel económico	Nos ayuda a ganar algo en las fiestas y ferias.	En temporada buena, nos da para sostener la casa.	Con esto mantenemos el negocio y la familia.	Hace que la gente consuma más en los recorridos.	En los festivales se vende bastante y eso ayuda.	Es bueno porque da movimiento a la economía local.
3. Desafíos	Hay mucha competencia y algunos venden más barato.	Los ingredientes están caros y cuesta mantener la calidad.	No tenemos mucho apoyo para seguir creciendo.	Falta publicidad para que la gente lo conozca.	A veces no hay control en la calidad del producto.	No se promociona fuera del cantón.
4. Estrategias de autenticidad	Usamos canela y aguardiente de aquí, como siempre.	No cambiamos la receta, así lo hacían nuestros abuelos.	Innovamos un poco, pero sin perder el sabor tradicional.	Contamos la historia del canelazo a los turistas.	Lo ponemos en experiencias gastronómicas para que lo vivan.	Damos talleres para que se conozca la tradición.
5. Percepción del turista	Les gusta porque es algo típico y caliente.	Dicen que es una bebida que refleja nuestra hospitalidad.	Les parece curioso y les encanta probarlo.	Lo ven como algo único y tradicional.	Lo disfrutan como parte de la cultura local.	Lo valoran porque es parte de Ecuador.
6. Impacto de eventos	En las ferias vendemos más y nos hacemos conocer.	Nos ayuda a conseguir nuevos clientes.	Hace que la gente valore más el canelazo.	Los eventos lo ponen en la lista de cosas que probar.	Ayuda a que la cultura se comparta con todos.	En fiestas la demanda sube bastante.
7. Contribución cultural	Con esto enseñamos lo que hacían nuestros abuelos.	Une a la comunidad y nos hace sentir orgullosos.	Es parte de nuestra identidad y la pasamos a los jóvenes.	Hace que la cultura local se mantenga viva.	Da sentido de pertenencia a la gente.	Une tradición con turismo y eso es bueno.

Nota: Datos tomados de las personas entrevistadas.

CAPITULO IV: DESARROLLAR UN PLAN DE ACCIÓN PARA EL CRECIMIENTO DE LA GASTRONOMÍA CON BASE A LA COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DEL CANELAZO

4.1. Introducción

Auténticamente, el canelazo, una bebida artesanal de Ecuador que se hace con la mezcla de panela, aguardiente y canela, ha simbolizado la identidad cultural en la Serranía. No obstante,

su potencial en términos de turismo y economía va más allá de las fronteras regionales, lo que supone una oportunidad para extender la oferta gastronómica en ciudades como Portoviejo, conocida por su dinamismo culinario y designada "Ciudad Creativa Gastronómica" por la UNESCO. Este panorama permite incorporar el canelazo en la propuesta gastronómica de Manabí, no únicamente como bebida, sino también como una vivencia cultural que refuerce la identidad y produzca ingresos sostenibles.

Esta investigación no solamente se dedica a describir la tradición del canelazo, sino que también propone un plan estratégico para promover su venta y consumo en Portoviejo, integrando sostenibilidad, innovación y turismo. El propósito de este plan es convertir a esta bebida tradicional en un producto culinario que sea competidor, con la destreza de traer a los turistas, reactivar la economía local y poner a Portoviejo como líder en experiencias gastronómicas genuinas. Con este fin, se recomendará tácticas que incluyen la creación de rutas culinarias, el desarrollo de productos novedosos, campañas de mercadotecnia cultural, la formación de talento humano y la conexión productiva con los actores locales.

La propuesta se basa en tres pilares: el valor cultural, que consiste en recuperar una bebida patrimonial y adecuarla a la realidad de Manabí; el impacto económico, a través de la creación de puestos de trabajo y del fortalecimiento empresarial; y la sostenibilidad, al asegurar prácticas responsables en toda la cadena de valor. Estas medidas tienen como objetivo que el canelazo no sea únicamente una bebida vinculada a la Sierra, sino que se transforme en un emblema de desarrollo turístico e integración cultural en Portoviejo.

Este plan de acción se muestra como una herramienta útil para los operadores turísticos, emprendedores y autoridades locales. Presenta directrices precisas para su aplicación en un plazo de 12 meses y un presupuesto de \$13.500 dólares. Las estrategias abarcan actividades

específicas, una estimación de recursos y resultados esperados, con el propósito de garantizar su viabilidad y evaluar su impacto. En resumen, el objetivo de la propuesta es que el canelazo se convierta en algo más que una bebida: en una vivencia que vincule la innovación, la tradición y el crecimiento económico.

4.2. Objetivo

Diseñar un plan de acción para impulsar la comercialización y consumo del canelazo en Portoviejo.

4.3. Plan de Acción para el crecimiento de la gastronomía con base a la comercialización y consumo del canelazo.

Tabla 4

Estrategias de crecimiento, comercialización y consumo del canelazo

Estrategia	Actividad	Tiempo Estimado	Recursos Humanos	Presupuesto Aproximado	Resultado Esperado
Ruta y mapa del canelazo de Portoviejo	Levantamiento de oferta (locales, ferias y barras); diseño de “Mapa del Canelazo” siguiendo metodología de MINTUR, Universidad o GAD	3 meses	Coordinador de proyecto, investigador gastronómico, técnicos el GAD	1000	Mapa y ruta oficial con 20 a 30 sitios gastronómicos con valor cultural
	Lanzamiento con circuito guiado (nocturno y festivo) y sello “Canelazo Auténtico” para locales adheridos	1 mes	Guía turístico, con 10 establecimientos Community manager	1000	Aumento de flujo de visitantes y ventas de los locales adheridos.
Producto y narrativa cultural	Desarrollo de carta estandarizada: canelazo tradicional, sin alcohol, y con especie de maracuyá, naranja, especias locales, con	2 meses	Chef consultor, barista/mixtólogo, redactor	1.500	Portafolio coherente y diferenciador en 15 locales; mejora de experiencia y ticket promedio.

Estrategia	Actividad	Tiempo Estimado	Recursos Humanos	Presupuesto Aproximado	Resultado Esperado
Promoción y marketing gastronómico	storytelling (contar historias) en menú.				
	Taller de innovación (hospitalidad/servicio) para brigadas de bares y restaurantes.	1 mes	Capacitador, varios meseros/bartenders	1.500	Estándares de servicio homogéneos;
	Campaña “Portoviejo en taza”: medios locales, redes sociales, microinfluencers, storytelling (video-reels).	2 mes	Gestor de marketing, audiovisual, community manager	2.000	Alcance digital 200.000 impresiones y varios videos reels
Turismo gastronómico y experiencias	Activaciones en ferias: “Somos Picoazá” y temporada alta; stand del canelazo con catas.	2 meses	Coordinador, varios promotores con logística	2.000	Ventas directas; posicionamiento en eventos de economía local.
	Tour temático “Canelazo & Sabores Manabitas” (canelazo + maridajes locales: empanadas de morocho, viche, tonga).	2 meses	Operador turístico, guía, varios locales aliados	2.500	Paquetes turísticos gastronómicos
	Noche del Canelazo (mensual): música local, narradores, competencia de recetas.	2 meses	Productor de eventos, artistas locales, jurado	2.000	Tráfico recurrente; fidelización comunitaria.

Nota: Elaboración propia

4.4. Conclusión del capítulo

Esta bebida tradicional constituye una oportunidad estratégica para maximizar la oferta gastronómica de Portoviejo, insertando una bebida típica en un entorno costero que tiene como propósito consolidar su identidad cultural y atraer visitantes. Esta adaptación no solo salva un componente patrimonial, sino que también transforma el mismo en un producto novedoso con la

capacidad de crear experiencias únicas. El plan de acción sugerido evidencia que la venta del canelazo tiene el potencial de influir de manera positiva en la economía local a través del desarrollo de rutas gastronómicas, eventos con un tema específico y programas de marketing cultural. Estas medidas promueven la actividad emprendedora, aumentan el turismo y sitúan a Portoviejo como un destino gastronómico con competitividad.

Finalmente, la creación de alianzas estratégicas con organismos gubernamentales, el Ministerio de Turismo y los productores locales es fundamental para asegurar que haya recursos, una logística adecuada y una fuerte cadena de valor que sustente la implementación del plan.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio reveló que el canelazo es un producto gastronómico que tiene un impacto significativo en la economía de Portoviejo. De acuerdo con una encuesta realizada a 137 participantes, más del 70% de los actores asegura que la venta del canelazo mejora las ganancias en restaurantes, activa la economía regional y ayuda a crear trabajo tanto directo como indirecto. Además, se comprobó que su producción promueve la demanda de productos agrícolas autóctonos, como la panela, el aguardiente, la canela y la naranjilla, lo que refuerza los vínculos productivos en las zonas rurales.

El canelazo se estableció como un emblema cultural portovejense, con una mayoría de la población joven encuestada reconociéndola como parte de su identidad y legado. El 77% de los participantes asegura que el canelazo es parte de festividades, ferias y celebraciones en el cantón, lo cual refuerza la unidad social y la transmisión de conocimientos culinarios entre generaciones. Los datos indican que, en el sector turístico, el canelazo es considerado una bebida representativa de Portoviejo y mejora la experiencia del visitante.

Con la implementación del plan de acción propuesto permitirá estructurar estrategias coherentes para fortalecer la presencia cultural, turística y económica del canelazo en Portoviejo en: Creación de la Ruta y el Mapa del Canelazo, Desarrollo de narrativa cultural y carta estandarizada, Acciones de promoción y marketing gastronómico, Activaciones y experiencias gastronómicas y Articulación con el turismo gastronómico, todas estas estrategias permitirán que Portoviejo se convierta en un cantón de oportunidades y emprendimiento de bebidas ancestrales tradicionales como el canelazo.

Recomendaciones:

En el parte económico, se recomienda impulsar los emprendimientos de jóvenes y mujeres, en la creación de pequeñas empresas y la comercialización del canelazo.

Continuar con la preservación de la receta tradicional del canelazo y fomentar espacios de transmisión oral, talleres y encuentros comunitarios.

Promover experiencias gastronómicas diferenciadas (maridajes, tours nocturnos, festivales) que incrementen la permanencia del visitante.

Es necesario que el canelazo continúe consolidándose como un símbolo gastronómico de identidad de Portoviejo. La promoción debe basarse en la sostenibilidad cultural, conectando el pasado y el presente sin perder su simbolismo, lo que permite alcanzar un balance entre turismo cultural, economía local y tradición.

Bibliografía

1. Acosta Chongo, Y., Torres Sarria, L., Soler Marchán, D., & Rodríguez Silva, L. B. (2022). Propuesta del diseño de un producto turístico gastronómico en la Villa Yaguanabo. *Universidad y Sociedad*, 14(6).
http://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000600299
2. Angamarca Anastacio, A. A. (2021). *Identificación de las bebidas artesanales tradicionales como atractivo del turismo gastronómico ecuatoriano* [Examen complejo de grado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Universidad Técnica de Babahoyo. <https://repositorio.utb.edu.ec/handle/123456789/204>
3. Aranceta-Bartrina, J. (2023). Gastronomía científica, salud, sabor y sostenibilidad: Las 12 “eses” de la gastronomía saludable. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 29.

https://renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2023_2_Gastronomia_salud_sabor_sostenibilidad_12_eses_J_Aranceta%281%29.pdf

4. Arias, F. G. (2020). *El proyecto de investigación científica* (8.^a ed.). Episteme.
5. Arroyo Zambrano, J. P., & López Rivera, J. E. (2024). El canelazo y su elaboración como expresión de la identidad cultural manabita, cantón Manta [Tesis de pregrado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio ULEAM.
<https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/7398>
6. Ávila Ávila, A. F., & Molina Balda, J. E. (2025). *Impacto de las bebidas ancestrales en el desarrollo y fortalecimiento turístico de Manta* [Trabajo de titulación, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
7. Cabrera-Cantos, L. G., Pacheco-Gil, H. A., & Villacreses-Viteri, C. G. (2020). *El patrimonio cultural: Su influencia en los emprendimientos gastronómicos post terremoto en Portoviejo*. Polo del Conocimiento. Recuperado de <https://polodelconocimiento.com>.
8. Chaves-Macías, S. (2024). Impacto de los emprendimientos en el desarrollo económico en el cantón Portoviejo, en contexto de pandemia por covid-19 año 2020 . 593 *Digital Publisher CEIT*, 9(2), 303-312.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2186>
9. Crespo Núñez, X. L., Campués Chicaiza, K. M., Andrade Andrade, C. S., Consuegra Yupangui, V. J., & Cahuatijo Loachamín, G. N. (2025). *Canelazo: Tradición, Identidad y Sostenibilidad en el Corazón de Quito, Ecuador*. *Revista Científica Internacional Arandu*, 12(3), 3489-3503. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i3.1570>

10. Equaventours. (2022, 28 octubre). Bebidas tradicionales del Ecuador.
<https://equaventours.com/blog/bebidas-tradicionales-del-ecuador/>
11. Félix Mendoza, A., García Reinoso, N., & Vera Vera, R. (2021). Participación comunitaria en la gestión del turismo post-terremoto en Manabí, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 130-147.
12. Flores, J. C. F. (2024). *Sabores de Lima: Impacto del turismo gastronómico en la identidad cultural y el desarrollo económico local*. Innovasciences Business.
<https://innovasciencesbusiness.org/index.php/ISB/article/download/192/189>
13. Galarza, S. (2023). Gastronomía. Una aproximación a su historia, epistemología y corrientes. *Turismo, Patrimonio y Desarrollo*, 2(18), 1–16.
<https://revistaturpade.lasallebajio.edu.mx/index.php/turpade/article/download/53/63/139>
14. Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo. (2023). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Portoviejo 2023–2030*.
<https://www.portoviejo.gob.ec/>
15. Gómez Jurado, J. (2024). *Historia del canelazo: la bebida icónica de los Andes*. WikiLiquors. <https://wikiliquors.com/novedades/historia-del-canelazo/>
16. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2021). *Metodología de la investigación* (7.ª ed.). McGraw-Hill.
17. Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2.ª ed.). McGraw-Hill.

18. Hormaza Muñoz, D. G. (2020). *Algunos antecedentes históricos, socio-culturales de las bebidas alcohólicas en Ecuador dirigido a los estudiantes de arte y turismo. Revista Tercio Creciente*, 18, 57–73. <https://doi.org/10.17561/rtc.n18.4>
19. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>
20. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2020, 28 de enero). *Ciudades Creativas de la Gastronomía designadas por la UNESCO (Ecuador-Perú) realizan primer encuentro en Portoviejo*. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/ciudades-creativas-de-la-gastronomia-designadas-por-la-unesco>
21. Jiménez, G. (2023, 6 de diciembre). *Recetas para hacer canelazo, del básico al 'gourmet' de Casa Gangotena*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/entretenimiento/gastronomia/receta-canelazo-facil-gourmet-fiestas-quito>
22. Mejía-Rivas, M., & Guiomar, L. (2021). La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales. *Revista Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(1). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062020000200023
23. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024, 11 de diciembre). *Manabí fue designada como Región Mundial de Gastronomía por el IGCAT*. <https://www.turismo.gob.ec/manabi-fue-designada-como-region-mundial-de-gastronomia-por-el-igcat>
24. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024, 11 de diciembre). *Manabí fue designada como Región Mundial de Gastronomía por el IGCAT*.

<https://www.turismo.gob.ec/manabi-fue-designada-como-region-mundial-de-gastronomia-por-el-igcat>

25. Montecinos Torres, A. (2022). ¿Qué es un producto gastronómico y turístico sostenible? *Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/que-es-un-producto-gastronomico-y-turistico-sostenible/>
26. Nieto Mejía, A., et al. (2020). *Gastronomía y turismo: una reflexión cultural*. Editorial Fundación Universitaria San Mateo.
<https://archive.org/details/9786289558210>
27. Organización Mundial del Turismo. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. <https://es.scribd.com/document/479283358/9789284420995-pdf>
28. Párraga Espinoza, Y., & Vinueza Quinatoa, M. A. (2020). *Aporte a la innovación de la coctelería tradicional conservando la identidad cultural ecuatoriana*. Revista Científica y Tecnológica UPSE, 7(2). <https://doi.org/10.26423/rectu.v7i2.526>
29. Portoviejo refuerza su oferta gastronómica con sabores tradicionales manabitas. (2025, June 16). Si Se Puede Ecuador.
<https://www.sisepuedeecuador.com/portoviejo-refuerza-su-oferta-gastronomica-con-sabores-tradicionales-manabitas/>
30. Prolipa. (2020, 7 julio). 15 bebidas tradicionales del Ecuador.
<https://prolipa.com.ec/blog/2020/07/07/unidad-2-tele-estudio-9/>
31. Ramírez, K. (2024, diciembre 4). El canelazo: la bebida que abraza el alma de las fiestas quiteñas. Conexión PUCE. <https://conexion.puce.edu.ec/el-canelazo-la-bebida-que-abraza-el-alma-de-las-fiestas-quiteñas/>

32. Renards Gourmets. (2019, 7 de enero). *Canelazo: el cóctel tradicional ecuatoriano*. 196 Flavors. <https://www.196flavors.com/es/ecuador-canelazo>
33. Revista San Gregorio. (2025, 30 de septiembre). *Cocina patrimonial y turismo gastronómico en Ecuador*.
<https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/3653>
34. Sabino, C. (2018). *El proceso de investigación científica* (11.^a ed.). Panapo.
35. Sáenz Monsalve, M. (2020). *Bebidas ancestrales y tradicionales de Colombia (Región del Pacífico)*. *Sosquua. Revista Especializada en Gastronomía*, 2(1), 57-66.
Fundación Universitaria San Mateo. <http://cipres.sanmateo.edu.co/index.php/sosquua>
36. Samaniego Zambrano, C. M., & López Rivera, J. M. (2023). *Gastronomía ancestral y su influencia en el turismo cultural del cantón Portoviejo, año 2022* (Tesis de pregrado). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Recuperado de <https://repositorio.ulead.edu.ec>.
37. Secretaría Nacional de Planificación. (2024, mayo 2). Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025. Gobierno del Ecuador.
<https://www.planificacion.gob.ec/alcaldes-de-portoviejo-y-puerto-lopez-recipientes-oficialmente-el-plan-de-desarrollo-para-el-nuevo-ecuador-2024-2025/>
38. Torres Oñate, F., Romero Fierro, J., & Viteri Toro, M. F. (2018). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 1(2), 37-49.
39. UNWTO. (2022). UNWTO Tourism Definitions.

40. Valencia, M.E. (2022). Portoviejo: Desarrollo económico, productivo y del comercio. Quito: FARO.

Anexos

